

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Majalah memiliki keunggulan yaitu dapat mencapai target pembaca secara langsung karena sifatnya yang spesifik. Iklan pada majalah sendiri umumnya lebih kreatif dengan menggunakan fotografi dan grafis yang menawan dengan penekanan yang kuat. Oleh sebab itu, majalah memiliki level penerimaan yang tinggi dan sifatnya tahan lama. Terdapat beberapa jenis majalah diantaranya adalah majalah wanita. Pada penelitian ini majalah wanita Femina dipilih dengan pertimbangan majalah ini merupakan majalah wanita di Indonesia yang memiliki sirkulasi besar dan terbit setiap minggu. Kategori iklan yang diteliti adalah iklan barang konsumen periode Januari 2010 hingga Januari 2011.

Pada penelitian ini diketahui bahwa kategori barang konsumen merupakan iklan yang paling banyak ditemukan dengan perawatan dan kebutuhan tubuh adalah barang konsumen yang paling banyak muncul, yaitu sebanyak 99 iklan dari total keseluruhan 290 iklan. Komunikasi yang digunakan dalam iklan-iklan tersebut sebagian besar merupakan setengah global, yaitu menggunakan penggabungan antara unsur lokal dari negara yang dimasuki dan mempertahankan unsur global.

Sebanyak 233 iklan masuk ke dalam kategori iklan setengah global yang berarti iklan tersebut mungkin menggunakan bahasa Indonesia atau model Indonesia sebagai penyesuaian pasar yang ingin mereka masuki, yaitu Indonesia.

Sisanya yaitu 45 iklan menggunakan pendekatan adaptasi, dan 12 iklan menggunakan pendekatan global.

Iklan dapat dikatakan menarik perhatian apabila memiliki sifat informatif terutama bagi yang mengiklankan produk yang berasal dari perusahaan luar negeri. Dibutuhkan informasi yang cukup agar para pembaca memahami apa yang mereka tawarkan dalam iklan tersebut. Iklan yang informatif adalah iklan yang sekurang-kurangnya mengandung satu informasi. Melalui informasi yang cukup, maka dapat iklan tersebut dapat mempersuasi para pembaca untuk membeli produk yang mereka tawarkan di majalah tersebut.

Dalam penelitian ini, hampir seluruh iklan bersifat informatif, yaitu 284 iklan dan hanya 6 iklan yang tidak memberikan informasi. Informasi yang paling banyak ditemukan adalah informasi perihal kualitas dan kinerja pada keseluruhan 290 iklan yang diteliti. Informasi mengenai kualitas dan kinerja ini merupakan salah satu aspek penggerak pembelian yang dilakukan oleh konsumen. Sehingga, banyak dari iklan-iklan yang ditampilkan mengandung informasi tersebut diharapkan dapat menarik minat beli konsumen yang membacanya.

Iklan dalam penelitian ini cenderung menggunakan daya tarik fisik wanita dan figur ibu rumah tangga untuk menarik perhatian konsumen. Daya tarik fisik yang ditampilkan dalam iklan ditemukan sebanyak 129 iklan dari total keseluruhan 290 iklan, sedangkan figur ibu rumah tangga ditemukan sebanyak 86 iklan. Untuk jenis iklan kategori barang konsumen, iklan perawatan tubuh merupakan iklan yang paling banyak menggunakan daya tarik fisik wanita sebagai model iklan mereka.

5.2 Kelemahan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode analisis isi yang berarti penelitian ini bersifat subjektif serta banyak mengandung interpretasi personal dari peneliti. Namun interpretasi yang dituangkan dalam penelitian ini berdasarkan hasil atas pencatatan data yang terdokumentasi. Data yang diperoleh berasal dari hasil pengkodean unit analisis pada iklan yang terdapat pada majalah Femina periode Januari 2010 hingga Januari 2011. Selain itu, unit analisis yang dipergunakan merupakan hasil turunan dari kerangka teori tertentu sebagai pendekatan atas data tersebut.

Peneliti menyadari bahwa penelitian ini hanya terbatas pada iklan yang terdapat pada majalah wanita Femina yang peneliti pilih karena dianggap dapat merepresentasikan majalah wanita Indonesia yang telah terkenal. Selain pemilihan majalah tersebut, periode waktu penelitian hanya terbatas pada bulan Januari 2010 hingga Januari 2011, yaitu sebanyak 51 edisi. Karena keterbatasan ini pula, kemungkinan perbedaan juga dapat terjadi apabila dilakukan di media lain dalam periode penelitian yang berbeda pula.

5.3 Implikasi Manajerial

Penelitian ini cukup membantu secara aspek manajerial di mana iklan-iklan diteliti dari beberapa aspek, yaitu kategori barang konsumen apa saja, kriteria informasi yang terkandung, komunikasi yang digunakan, serta stereotip yang umumnya digunakan apabila memakai model wanita. Berdasarkan penelitian ini, perusahaan mendapatkan data untuk tujuan perbaikan atas sebuah produk atau

yang akan menjadi bahan konsumsi konsumen. Hal ini baik karena secara aspek manajerial, melalui penentuan komunikasi yang dipergunakan dan informasi yang disertakan dalam iklan-iklan mereka, diharapkan dapat menarik minat membeli dari para konsumen terhadap produk tersebut.

Penelitian ini dapat memberikan gambaran akan kecenderungan iklan barang konsumen yang sering diiklankan di majalah Femina. Iklan dari perusahaan asal luar negeri yang sering dipasang di majalah Femina adalah kategori iklan perawatan tubuh. Berdasarkan penelitian ini, para pemasar dari perusahaan luar negeri bisa memperoleh informasi mengenai produk apa sajakah yang dapat memanfaatkan majalah Femina sebagai sarana beriklan.

Selain itu, komunikasi yang sering digunakan dalam iklan perusahaan asal luar negeri sebagian besar adalah komunikasi percampuran global dan lokal. Pemasar dapat menggunakan model Indonesia atau menggunakan bahasa Indonesia agar bisa mendekatkan diri kepada para konsumen dan menarik perhatian mereka. Selain itu, komunikasi ini juga mengandung informasi perihal iklan yang diiklankan dalam majalah tersebut. Melalui penelitian ini, para pemasar dari perusahaan asal luar negeri yang ingin mengiklankan produk mereka di majalah Femina mendapatkan data perihal informasi yang umumnya terkandung pada setiap iklan. Informasi atas kualitas dan kinerja yang sering muncul bisa dimanfaatkan oleh pemasar agar mereka juga ikut mencantumkan informasi tersebut pada iklan yang mereka pasang.

Selain itu, daya tarik fisik pada figur wanita yang sering digunakan dalam iklan barang-barang dari perusahaan asal luar negeri pada majalah Femina

juga adalah informasi yang bisa dimanfaatkan karena sebagian besar pembaca Femina merupakan wanita yang memperhatikan penampilan dan mengikuti tren yang sedang berlangsung. Maka tidak jarang apabila iklan yang ditampilkan cenderung menunjukkan kondisi fisik yang menarik. Para pemasar dari perusahaan asal luar negeri juga dapat menggunakan informasi selanjutnya yaitu perbedaan penggunaan figur wanita untuk jenis iklan barang konsumen yang berbeda.

Para pemasar dapat lebih mengenai sasaran konsumen mereka dengan memberikan sedikit perhatian atas detil iklan yang mereka pasang. Informasi yang terdapat pada penelitian ini diharapkan dapat menjadi sebuah masukan yang berarti bagi perusahaan asal luar negeri untuk mengembangkan model beriklan mereka agar barang yang mereka promosikan dapat lebih diminati oleh konsumen.

5.4 Saran

Analisis isi iklan berfungsi untuk melihat bagaimana komunikasi yang dilakukan agar dapat menarik minat konsumen yang membaca di suatu majalah. Analisis isi iklan yang dilakukan pada majalah ini dapat membantu para pemasar dari perusahaan luar negeri yang ingin beriklan di majalah wanita di Indonesia.

Penelitian ini masih banyak kekurangan, namun hasil yang didapatkan dari penelitian ini dapat berguna untuk fondasi penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan analisis isi iklan pada majalah wanita. Karena penelitian ini merupakan penelitian awal yang berlandaskan pada penemuan riset sebelumnya yang dilakukan di majalah di Thailand, maka penelitian ini dapat menjadi dasar

bagi penelitian kuantitatif sebagai informasi atas pembuatan keputusan pembelian.

Diharapkan penelitian kuantitatif dapat melengkapi penelitian kualitatif ini sehingga dapat berguna dan dapat mengamati perilaku konsumen dalam melakukan keputusan pembelian.



DAFTAR PUSTAKA

Buku dan Jurnal

- Barletta, Martha., 2004, *Marketing to Women: Mendongkrak Laba Dari Konsumen Paling Kaya Dalam Segmen Pasar Terbesar*, Penerbit PPM, Jakarta
- Belch, George E. dan Belch, Michael A., 2009, *Advertising and Promotion: An Integrated Marketing Communications Perspective Eighth Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- Fletcher, Richard, dan Brown, Linden, 2008, *International Marketing: An Asia-Pacific Perspective*, Pearson Education Australia, Australia
- Ford, John B., Voli, Patricia Kramer, Honeycutt Jr, Earl D., dan Casey, Susan L., 1998, "Gender Role Portrayals in Japanese Advertising: A Magazine Content Analysis" *Journal of Advertising*, Vol. 27, p. 114-124
- Fowles, Jib, 1996, *Advertising and Popular Culture*, Sage Publications, Inc., California
- Jeffkins, Frank, 1997, *Periklanan*, Erlangga, Jakarta
- Haskins, Jack, dan Kendrick, Alice, 1993, *Successful Advertising Research Method*, NTC Buusiness Books, Chicago
- Keegan, Warren J, 2003, *Global Marketing Management Seventh Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- Keegan, Warren J dan Green, Mark C., 2005, *Global Marketing Fourth Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- Krippendorff, Klaus, 1993, *Analisis Isi: Pengantar Teori dan Metodologi*, PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Kriyantono, Rachmat, 2007, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta
- Razzouk, Nabil, Seitz, Victoria, dan Vacharante, Sarita, 2003, "Content Analysis of Women's Magazine Advertising in Thailand: Implication For Global Branding", *The Marketing Management Journal*, Vol. 13, p. 118-125

- Sheth, J.N, Newman, B.I, dan Gross, B.L, 1991, "Why We Buy What We Buy: A Theory of Consumption Values", *Journal of Business Research*, Vol. 22, p. 159-170
- Stern, Bruce L., Krugman, Dean M., dan Rensik, Alan, 1981, "Magazine Advertising: An Analysis of Its Information Content", *Journal of Advertising Research*, Vol. 21, p. 39-44
- Wells, William, Burnett, John dan Moriarty, Sandra, 1998, *Advertising: Principles and Practice Forth Edition*, Prentice Hall, New Jersey
- White, Roderick, 1993, *Advertising: What It Is and How To Do It*, McGraw-Hill Publishing Company, England
- Wood, Julia T., 2009, *Gendered Lives; Communication, Gender, and Culture Eight Edition*, Wadsworth Cengage Learning, Boston

Internet

- Femina, 2008, "Readers of Femina are BUYERS, USERS and INFLUENCERS", (<http://www.feminagroup.com/media.kit/001/6>), diakses tanggal 1 Oktober 2011
- Femina, 2008, "Psychographic", (<http://www.feminagroup.com/media.kit/001/6>), diakses tanggal 30 Januari 2012
- Investor Daily Indonesia, 2011, "Linda: Jumlah Wanita Pengusaha Indonesia Masih Rendah", (<http://www.investor.co.id/home/linda-jumlah-wanita-pengusaha-indonesia-masih-rendah/4434>), diakses tanggal 1 Oktober 2011
- Lembaga Perlindungan Konsumen Negara Indonesia (LPKNI), 2011, "10 Karakter Unik Konsumen Indonesia", (http://lpkni.com/10-karakter-unik-konsumen-indonesia_2011-05-09-13-20), diakses tanggal 14 Oktober 2011
- Seputar Indonesia.com, 2011, "Gaya Produsen Menggaet Konsumen", (<http://www.seputar-indonesia.com/edisicetak/content/view/397493/44/>), diakses tanggal 1 Oktober 2011
- McCracken, Molly, 2001, "Woman as Consumers", (<http://www.unpac.ca/economy/consumers>), diakses tanggal 1 Oktober 2011



LAMPIRAN

Hasil Uji Reliabilitas Untuk Unit Analisis Kategori Iklan Konsumen

M peneliti dan pengkoding = $290 - 3 = 287$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(287)}{290 + 290} = 0,99$$

1. Hasil Uji Reliabilitas Untuk Unit Analisis Komunikasi Global *versus* Adaptasi Pada Iklan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 16 = 274$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(274)}{290 + 290} = 0,94$$

2. Hasil Uji Reliabilitas Untuk Unit Analisis Kriteria Informasi Dalam Iklan

a. Informasi Harga

M peneliti dan pengkoding = $290 - 2 = 288$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(288)}{290 + 290} = 0,99$$

b. Informasi Kualitas

M peneliti dan pengkoding = $290 - 10 = 280$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(280)}{290 + 290} = 0,96$$

c. Informasi Kinerja

M peneliti dan pengkoding = $290 - 9 = 281$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(281)}{290 + 290} = 0,97$$

d. Informasi Komponen

M peneliti dan pengkoding = $290 - 15 = 275$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(275)}{290 + 290} = 0,95$$

e. Informasi Ketersediaan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 6 = 284$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(284)}{290 + 290} = 0,98$$

f. Informasi Tawaran Khusus

M peneliti dan pengkoding = $290 - 3 = 287$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(287)}{290 + 290} = \mathbf{0,99}$$

g. Informasi Selera

M peneliti dan pengkoding = $290 - 8 = 282$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(282)}{290 + 290} = \mathbf{0,97}$$

h. Informasi Nutrisi

M peneliti dan pengkoding = $290 - 6 = 284$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(284)}{290 + 290} = \mathbf{0,98}$$

i. Informasi Kemasan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 3 = 287$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(287)}{290 + 290} = \mathbf{0,99}$$

j. Informasi Garansi

M peneliti dan pengkoding = $290 - 5 = 285$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(285)}{290 + 290} = \mathbf{0,98}$$

k. Informasi Keamanan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 10 = 280$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(280)}{290 + 290} = \mathbf{0,96}$$

l. Informasi Penelitian Independen

M peneliti dan pengkoding = $290 - 3 = 287$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(287)}{290 + 290} = \mathbf{0,99}$$

m. Informasi Penelitian Perusahaan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 4 = 286$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(286)}{290 + 290} = \mathbf{0,99}$$

n. Informasi Ide Baru

M peneliti dan pengkoding = $290 - 8 = 282$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(282)}{290 + 290} = 0,97$$

3. Hasil Uji Reliabilitas Untuk Unit Analisis Stereotip Wanita Dalam Iklan

M peneliti dan pengkoding = $290 - 16 = 274$

$$CR = \frac{2M}{N1 + N2}$$

$$CR = \frac{2(274)}{290 + 290} = 0,94$$

Frequency Table

Makanan dan Minuman

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	228	78.6	78.6	78.6
1	62	21.4	21.4	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Pakaian

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	285	98.3	98.3	98.3
1	5	1.7	1.7	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Perawatan Tubuh

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	191	65.5	65.5	65.5
1	99	34.5	34.5	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Pembersih dan kebutuhan RT

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	276	95.2	95.2	95.2
1	14	4.8	4.8	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Obat

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	261	90.0	90.0	90.0
1	29	10.0	10.0	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Peralatan dapur dan memasak

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	279	96.2	96.2	96.2
1	11	3.8	3.8	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Barang Mekanik & hiburan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	257	88.6	88.6	88.6
1	33	11.4	11.4	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Transportasi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	286	98.6	98.6	98.6
1	4	1.4	1.4	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Bangunan Tempat Tingal

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	290	100.0	100.0	100.0

Perhiasan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	284	97.9	97.9	97.9
1	6	2.1	2.1	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Bank

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	281	96.9	96.9	96.9
1	9	3.1	3.1	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Asuransi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	286	98.6	98.6	98.6
1	4	1.4	1.4	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Perawatan Kesehatan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	280	96.6	96.6	96.6

1	10	3.4	3.4	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Hotel

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	289	99.7	99.7	99.7
1	1	.3	.3	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Restauran

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	290	100.0	100.0	100.0

Biro Perjalanan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	289	99.7	99.7	99.7
1	1	.3	.3	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Lainnya

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 0	288	99.3	99.3	99.3
1	2	.7	.7	100.0
Total	290	100.0	100.0	

Jumlah Iklan per Edisi Femina Periode Januari 2010 hingga Januari 2011

Edisi	Jumlah	Edisi	Jumlah	Edisi	Jumlah	Edisi	Jumlah	Edisi	Jumlah
si	ah	si	ah	si	ah	si	ah	si	ah
1	7	11	8	21	10	31	4	41	5
2	3	12	7	22	4	32	4	42	3
3	7	13	10	23	3	33	4	43	3
4	6	14	3	24	6	34	10	44	10
5	2	15	7	25	6	35	4	45	4
6	6	16	13	26	6	36	3	46	4
7	5	17	7	27	5	37	6	47	5
8	16	18	8	28	4	38	1	48	5
9	6	19	7	29	11	39	1	49	5
10	3	20	6	30	4	40	6	50	4
								51	3

Karakteristik Komunikasi Global *versus* Adaptasi Pada Iklan

Global <i>versus</i> Adaptasi		
Karakteristik Iklan	N	Persentase (%)
Full Global	12	4,2
Setengah global	233	80,3
Adaptasi	45	15,5
Jumlah	290	100%

Kategori Kriteria Informasi dalam Iklan

Kategori Kriteria Informasi	N	Persentase (%)
Harga	11	1,27
Kualitas	186	21,48
Kinerja	213	24,59
Komponen atau Isi	72	8,31
Ketersediaan	82	9,47
Tawaran Khusus	87	10,05
Rasa atau Selera	45	5,19
Nutrisi	54	6,24
Kemasan atau Bentuk	10	1,15
Garansi dan Larangan	13	1,50
Keamanan	17	1,96
Penelitian Independen	28	3,23
Penelitian Perusahaan	21	2,42
Ide Baru	27	3,12
Jumlah	866	100%

Jumlah Kategori Stereotip Wanita Dalam Iklan

Kategori Stereotip Wanita	N	Persentase (%)
Ibu rumah tangga	86	29,6
Berorientasi pada karir	21	7,2
Dual karir	6	2,1
Daya tarik fisik	129	44,5
Netral	48	16,6
Jumlah	290	100%

Kriteria Informasi Pada Setiap Kategori Iklan Konsumen

Kategori	Harga	Kualitas	Kinerja	Komponen	Ketersediaan	Tawaran Khusus	Selera
Makanan dan Minuman	0	31	41	5	9	17	11
Perawatan Tubuh	5	69	80	22	21	28	23
Pembersih dan Kebutuhan RT	0	10	13	5	1	1	0
Obat	0	23	24	8	3	6	1
Pakaian	0	2	2	0	3	0	0
Peralatan dapur dan memasak	0	9	8	3	4	0	1
Barang Mekanik dan Hiburan	0	25	23	19	12	9	7
Transportasi	0	3	3	3	2	1	0
Perhiasan	0	1	0	0	2	2	0
Bank	0	3	5	3	9	9	0
Asuransi	0	4	2	1	2	1	0
Perawatan kesehatan	4	6	9	3	10	9	1
Hotel	1	0	0	0	1	1	0
Biro Perjalanan	1	0	0	0	1	1	1
Lainnya	0	1	1	0	2	2	0
JUMLAH	11	185	211	72	82	87	45

Kategori	Nutrisi	Kemasan	Garansi	Keamanan	Penelitian Independen	Penelitian Perusahaan	Ide Baru
Makanan dan Minuman	20	3	1	5	10	11	4
Perawatan Tubuh	19	3	3	0	5	5	13
Pembersih dan Kebutuhan RT	0	0	1	2	2	1	0
Obat	14	3	1	3	9	2	0
Pakaian	1	0	0	0	0	0	0
Peralatan dapur dan memasak	0	0	1	2	0	0	0
Barang Mekanik dan Hiburan	0	1	4	5	1	2	9
Transportasi	0	0	0	0	0	0	1
Perhiasan	0	0	0	0	0	0	0
Bank	0	0	1	0	0	0	0
Asuransi	0	0	0	0	0	0	0
Perawatan kesehatan	0	0	1	0	1	0	0
Hotel	0	0	0	0	0	0	0
Biro Perjalanan	0	0	0	0	0	0	0
Lainnya	0	0	0	0	0	0	0
JUMLAH	54	10	13	17	28	21	27

Prosentase Kriteria Informasi Pada Setiap Kategori Iklan Konsumen

Kategori	Harga	Kualita s	Kinerja	Kompon en	Ketersedia an	Tawara n Khusus	Selera
Makanan dan Minuman	0,0	16,7	19,4	6,9	10,8	19,3	23,9
Perawatan Tubuh	41,7	36,0	37,9	30,6	25,3	31,8	50,0
Pembersih dan Kebutuhan RT	0,0	5,4	6,2	6,9	1,2	1,1	0,0
Obat	0,0	12,4	11,4	11,1	3,6	6,8	2,2
Pakaian	0,0	1,1	0,9	0,0	3,6	0,0	0,0
Peralatan dapur dan memasak	0,0	4,8	3,8	4,2	4,8	0,0	2,2
Barang Mekanik dan Hiburan	0,0	13,4	10,9	26,4	14,5	10,2	15,2
Transportasi	0,0	1,6	1,4	4,2	2,4	1,1	0,0
Perhiasan	0,0	0,5	0,0	0,0	2,4	2,3	0,0
Bank	0,0	1,6	2,4	4,2	10,8	10,2	0,0
Asuransi	0,0	2,2	0,9	1,4	2,4	1,1	0,0
Perawatan kesehatan	33,3	3,2	4,3	4,2	12,0	10,2	2,2
Hotel	8,3	0,0	0,0	0,0	1,2	1,1	0,0
Biro Perjalanan	8,3	0,0	0,0	0,0	1,2	1,1	2,2
Lainnya	0,0	0,5	0,5	0,0	2,4	2,3	0,0

Kategori	Nutrisi	Kemasa n	Garansi	Keamana n	Penelitian Independe n	Penelitian Perusahaa n	Ide Baru
Makanan dan Minuman	37,0	30,0	7,7	29,4	35,7	52,4	14,8
Perawatan Tubuh	35,2	30,0	23,1	0,0	17,9	23,8	48,1
Pembersih dan Kebutuhan RT	0,0	0,0	7,7	11,8	7,1	4,8	0,0
Obat	25,9	30,0	7,7	17,6	32,1	9,5	0,0
Pakaian	1,9	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Peralatan dapur dan memasak	0,0	0,0	7,7	11,8	0,0	0,0	0,0
Barang Mekanik dan Hiburan	0,0	10,0	30,8	29,4	3,6	9,5	33,3
Transportasi	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	3,7
Perhiasan	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Bank	0,0	0,0	7,7	0,0	0,0	0,0	0,0
Asuransi	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Perawatan kesehatan	0,0	0,0	7,7	0,0	3,6	0,0	0,0
Hotel	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Biro Perjalanan	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Lainnya	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0

Jumlah Karakteristik Sterotip Wanita Pada Kategori Iklan Konsumen

Kategori	Ibu Rumah Tangga	Berorientasi karir	Dual karir	Daya tarik fisik	Netral
Makanan dan Minuman	31	3	4	13	11
Perawatan Tubuh	2	6	0	83	8
Pembersih dan Kebutuhan RT	12	0	0	0	2
Obat	10	4	1	6	8
Pakaian	1	1	0	2	1
Peralatan dapur dan memasak	8	0	0	2	1
Barang Mekanik dan Hiburan	12	2	1	7	11
Transportasi	2	1	0	1	0
Perhiasan	0	0	0	4	2
Bank	3	2	0	1	3
Asuransi	3	0	0	0	1
Perawatan kesehatan	1	0	0	9	0
Hotel	0	1	0	0	0
Biro Perjalanan	1	0	0	0	0
Lainnya	0	1	0	1	0
JUMLAH	86	21	6	129	48

Prosentase Jumlah Karakteristik Sterotip Wanita Pada Kategori Iklan Konsumen

Kategori	Ibu Rumah Tangga	Berorientasi karir	Dual karir	Daya tarik fisik	Netral
Makanan dan Minuman	36,0	14,3	66,7	10,0	22,9
Perawatan Tubuh	2,3	28,6	0,0	63,8	16,7
Pembersih dan Kebutuhan RT	14,0	0,0	0,0	0,0	4,2
Obat	11,6	19,0	16,7	4,6	16,7
Pakaian	1,2	4,8	0,0	1,5	2,1
Peralatan dapur dan memasak	9,3	0,0	0,0	1,5	2,1
Barang Mekanik dan Hiburan	14,0	9,5	16,7	5,4	22,9
Transportasi	2,3	4,8	0,0	0,8	0,0
Perhiasan	0,0	0,0	0,0	3,1	4,2
Bank	3,5	9,5	0,0	0,8	6,3
Asuransi	3,5	0,0	0,0	0,0	2,1
Perawatan kesehatan	1,2	0,0	0,0	6,9	0,0
Hotel	0,0	4,8	0,0	0,0	0,0
Biro Perjalanan	1,2	0,0	0,0	0,0	0,0
Lainnya	0,0	4,8	0,0	0,8	0,0

Jumlah Kriteria Informasi Pada Kategori Iklan Konsumen

Jumlah Kriteria Informasi	Makanan dan Minuman	Perawatan Tubuh	Pembersih dan Kebutuhan RT	Obat	Pakaian	Peralatan dapur dan memasak	Barang Mekanik dan Hiburan	Transportasi
1	15	15	3	3	2	3	2	1
2	14	24	5	4	0	2	7	0
3	18	25	2	8	2	2	9	1
4	6	21	3	11	0	1	5	1
> 4	8	13	1	3	0	2	10	1
0	1	1	0	0	1	1	0	0
Jumlah	62	99	14	29	5	11	33	4

Jumlah Kriteria Informasi	Perhiasan	Bank	Asuransi	Perawatan kesehatan	Hotel	Biro Perjalanan	Lainnya
1	3	0	0	0	0	0	0
2	1	4	2	1	0	0	0
3	0	1	2	1	1	0	1
4	0	2	0	3	0	1	0
> 4	0	2	0	5	0	0	1
0	2	0	0	0	0	0	0
Jumlah	6	9	4	10	1	1	2



LAMPIRAN

Koding Peneliti

[illegible]

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Komunikasi global versus adaptasi pada iklan

No. Iklan	Bahasa			Model		
	Indonesia	Asing	Percampuran	Indonesia	Asing	Percampuran
1.1	0	0	1	0	1	0
1.2	0	1	0	1	0	0
1.3	0	0	1	1	0	0
1.4	0	0	1	0	1	0
1.5	0	0	1	0	1	0
1.6	1	0	0	1	0	0
1.7	0	0	1	1	0	0
2.1	0	0	1	1	0	0
2.2	1	0	0	1	0	0
2.3	0	0	1	0	1	0
3.1	0	0	1	0	1	0
3.2	0	0	1	0	1	0
3.3	0	0	1	1	0	0
3.4	0	0	1	1	0	0
3.5	1	0	0	1	0	0
3.6	1	0	0	1	0	0
3.7	0	0	1	0	1	0
4.1	1	0	0	1	0	0
4.2	0	0	1	0	1	0
4.3	0	0	1	1	0	0
4.4	0	1	0	1	0	0
4.5	0	0	1	1	0	0
4.6	0	0	1	1	0	0
5.1	0	0	1	1	0	0
5.2	0	0	1	1	0	0
6.1	0	1	0	1	0	0
6.2	0	0	1	1	0	0
6.3	0	0	1	1	0	0
6.4	0	1	0	1	0	0
6.5	0	0	1	1	0	0
6.6	1	0	0	1	0	0
7.1	0	0	1	0	1	0
7.2	0	0	1	1	0	0
7.3	0	0	1	1	0	0
7.4	1	0	0	1	0	0
7.5	0	0	1	1	0	0
8.1	0	0	1	1	0	0
8.2	0	0	1	1	0	0
8.3	0	0	1	1	0	0
8.4	0	0	1	1	0	0
8.5	0	0	1	0	1	0
8.6	0	1	0	0	1	0
8.7	0	0	1	1	0	0
8.8	0	0	1	1	0	0
8.9	0	0	1	1	0	0
8.10	0	0	1	1	0	0
8.11	0	1	0	1	0	0

8.12	0	0	1	1	0	0
8.13	0	0	1	1	0	0
8.14	0	0	1	0	1	0
8.15	0	0	1	1	0	0
8.16	0	0	1	1	0	0
9.1	0	0	1	0	1	0
9.2	0	1	0	0	1	0
9.3	0	0	1	1	0	0
9.4	0	0	1	1	0	0
9.5	0	0	1	1	0	0
9.6	1	0	0	1	0	0
10.1	0	1	0	0	1	0
10.2	0	0	1	1	0	0
10.3	0	0	1	1	0	0
11.1	0	0	1	1	0	0
11.2	0	0	1	1	0	0
11.3	0	0	1	0	1	0
11.4	1	0	0	1	0	0
11.5	0	0	1	1	0	0
11.6	0	0	1	0	1	0
11.7	0	0	1	1	0	0
11.8	0	0	1	1	0	0
12.1	0	1	0	0	1	0
12.2	0	0	1	0	1	0
12.3	1	0	0	1	0	0
12.4	0	0	1	1	0	0
12.5	0	0	1	1	0	0
12.6	0	0	1	1	0	0
12.7	0	0	1	1	0	0
13.1	1	0	0	1	0	0
13.2	0	0	1	1	0	0
13.3	0	0	1	0	1	0
13.4	0	0	1	1	0	0
13.5	0	0	1	0	1	0
13.6	0	0	1	1	0	0
13.7	0	0	1	1	0	0
13.8	1	0	0	1	0	0
13.9	1	0	0	1	0	0
13.10	1	0	0	1	0	0
14.1	1	0	0	1	0	0
14.2	0	0	1	1	0	0
14.3	0	0	1	1	0	0
15.1	0	1	0	1	0	0
15.2	0	0	1	1	0	0
15.3	0	0	1	1	0	0
15.4	0	0	1	1	0	0
15.5	0	0	1	1	0	0
15.6	0	0	1	1	0	0
15.7	0	0	1	1	0	0
16.1	0	1	0	0	1	0
16.2	0	0	1	1	0	0

16.3	0	0	1	0	1	0
16.4	0	0	1	1	0	0
16.5	0	1	0	0	1	0
16.6	0	0	1	1	0	0
16.7	0	0	1	1	0	0
16.8	0	0	1	1	0	0
16.9	0	0	1	1	0	0
16.10	0	0	1	1	0	0
16.11	0	0	1	0	1	0
16.12	0	0	1	1	0	0
16.13	0	0	1	1	0	0
17.1	0	0	1	1	0	0
17.2	0	0	1	1	0	0
17.3	0	0	1	1	0	0
17.4	0	0	1	1	0	0
17.5	0	0	1	1	0	0
17.6	0	0	1	1	0	0
17.7	0	0	1	0	1	0
18.1	0	0	1	1	0	0
18.2	0	0	1	1	0	0
18.3	0	0	1	1	0	0
18.4	0	0	1	1	0	0
18.5	0	0	1	1	0	0
18.6	1	0	0	1	0	0
18.7	1	0	0	1	0	0
18.8	0	0	1	0	1	0
19.1	0	0	1	1	0	0
19.2	1	0	0	1	0	0
19.3	0	0	1	1	0	0
19.4	1	0	0	1	0	0
19.5	0	0	1	1	0	0
19.6	1	0	0	1	0	0
19.7	0	0	1	1	0	0
20.1	0	0	1	1	0	0
20.2	0	0	1	1	0	0
20.3	0	0	1	1	0	0
20.4	1	0	0	1	0	0
20.5	0	0	1	1	0	0
20.6	0	0	1	1	0	0
21.1	1	0	0	0	1	0
21.2	0	0	1	1	0	0
21.3	0	0	1	0	1	0
21.4	0	0	1	1	0	0
21.5	0	0	1	1	0	0
21.6	0	0	1	1	0	0
21.7	0	0	1	0	1	0
21.8	0	0	1	1	0	0
21.9	0	0	1	1	0	0
21.10	0	0	1	1	0	0
22.1	0	0	1	0	1	0
22.2	0	0	1	1	0	0

22.3	0	0	1	1	0	0
22.4	0	0	1	1	0	0
23.1	1	0	0	1	0	0
23.2	0	0	1	1	0	0
23.3	0	0	1	1	0	0
24.1	0	0	1	0	1	0
24.2	1	0	0	1	0	0
24.3	1	0	0	0	1	0
24.4	0	0	1	0	1	0
24.5	0	0	1	1	0	0
24.6	0	0	1	0	1	0
25.1	0	0	1	1	0	0
25.2	0	0	1	1	0	0
25.3	0	0	1	1	0	0
25.4	0	0	1	1	0	0
25.5	0	0	1	1	0	0
25.6	0	0	1	1	0	0
26.1	1	0	0	1	0	0
26.2	0	1	0	0	1	0
26.3	0	0	1	1	0	0
26.4	0	0	1	1	0	0
26.5	0	0	1	1	0	0
26.6	0	0	1	1	0	0
27.1	1	0	0	1	0	0
27.2	0	0	1	1	0	0
27.3	0	0	1	1	0	0
27.4	0	0	1	1	0	0
27.5	1	0	0	1	0	0
28.1	0	1	0	1	0	0
28.2	0	0	1	0	1	0
28.3	0	0	1	1	0	0
28.4	0	0	1	1	0	0
29.1	0	0	1	0	1	0
29.2	1	0	0	0	1	0
29.3	1	0	0	1	0	0
29.4	0	1	0	0	1	0
29.5	1	0	0	1	0	0
29.6	0	0	1	1	0	0
29.7	0	0	1	1	0	0
29.8	0	0	1	0	1	0
29.9	1	0	0	1	0	0
29.10	1	0	0	1	0	0
29.11	0	0	1	0	1	0
30.1	0	0	1	1	0	0
30.2	0	0	1	0	1	0
30.3	0	0	1	1	0	0
30.4	0	0	1	0	1	0
31.1	0	0	1	1	0	0
31.2	0	0	1	1	0	0
31.3	0	0	1	1	0	0
31.4	1	0	0	1	0	0

32.1	0	0	1	0	1	0
32.2	0	0	1	0	1	0
32.3	1	0	0	1	0	0
32.4	1	0	0	1	0	0
33.1	0	0	1	0	0	1
33.2	1	0	0	1	0	0
33.3	0	0	1	1	0	0
33.4	1	0	0	1	0	0
34.1	0	0	1	1	0	0
34.2	0	0	1	0	1	0
34.3	0	0	1	0	1	0
34.4	0	0	1	1	0	0
34.5	0	0	1	1	0	0
34.6	1	0	0	1	0	0
34.7	1	0	0	1	0	0
34.8	0	0	1	1	0	0
34.9	1	0	0	1	0	0
34.10	0	0	1	0	1	0
35.1	0	1	0	0	1	0
35.2	0	0	1	0	1	0
35.3	0	0	1	1	0	0
35.4	1	0	0	1	0	0
36.1	0	0	1	1	0	0
36.2	0	0	1	1	0	0
36.3	0	0	1	1	0	0
37.1	0	0	1	0	1	0
37.2	0	1	0	1	0	0
37.3	0	0	1	1	0	0
37.4	0	0	1	1	0	0
37.5	0	0	1	1	0	0
37.6	0	0	1	1	0	0
38.1	0	0	1	1	0	0
39.1	0	0	1	0	1	0
40.1	0	0	1	1	0	0
40.2	1	0	0	0	1	0
40.3	0	0	1	1	0	0
40.4	0	0	1	0	1	0
40.5	0	0	1	1	0	0
40.6	0	0	1	1	0	0
41.1	0	0	1	1	0	0
41.2	0	1	0	1	0	0
41.3	0	0	1	1	0	0
41.4	0	0	1	1	0	0
41.5	0	0	1	1	0	0
42.1	0	0	1	1	0	0
42.2	0	0	1	1	0	0
42.3	0	0	1	1	0	0
43.1	0	0	1	1	0	0
43.2	0	0	1	0	1	0
43.3	0	0	1	1	0	0
44.1	0	0	1	1	0	0

44.2	0	1	0	0	1	0
44.3	0	1	0	0	1	0
44.4	1	0	0	1	0	0
44.5	0	0	1	1	0	0
44.6	1	0	0	1	0	0
44.7	0	0	1	1	0	0
44.8	0	0	1	1	0	0
44.9	0	0	1	1	0	0
44.10	1	0	0	1	0	0
45.1	0	0	1	0	1	0
45.2	0	0	1	1	0	0
45.3	0	0	1	1	0	0
45.4	0	0	1	1	0	0
46.1	0	0	1	0	1	0
46.2	0	0	1	1	0	0
46.3	1	0	0	1	0	0
46.4	0	0	1	1	0	0
47.1	0	0	1	1	0	0
47.2	0	0	1	1	0	0
47.3	0	0	1	1	0	0
47.4	0	0	1	1	0	0
47.5	0	0	1	1	0	0
48.1	0	0	1	1	0	0
48.2	0	0	1	1	0	0
48.3	1	0	0	0	1	0
48.4	0	0	1	1	0	0
48.5	0	0	1	1	0	0
49.1	0	0	1	1	0	0
49.2	0	1	0	0	1	0
49.3	1	0	0	1	0	0
49.4	1	0	0	0	1	0
49.5	0	0	1	1	0	0
50.1	0	1	0	0	1	0
50.2	0	0	1	1	0	0
50.3	1	0	0	1	0	0
50.4	0	0	1	0	1	0
51.1	0	0	1	1	0	0
51.2	0	0	1	1	0	0
51.3	0	0	1	0	1	0

Kriteria Informasi Dalam Iklan

[illegible]

[illegible]

[illegible]

Stereotip wanita pada iklan

No. Iklan	Ibu RT	Berorientasi karir	Dual karir	Daya tarik fisik	Netral
1.1	0	0	0	1	0
1.2	0	0	0	0	1
1.3	0	0	0	1	0
1.4	0	0	0	1	0
1.5	0	0	0	1	0
1.6	1	0	0	0	0
1.7	0	0	1	0	0
2.1	0	0	0	1	0
2.2	1	0	0	0	0
2.3	1	0	0	0	0
3.1	0	0	0	1	0
3.2	0	0	0	1	0
3.3	0	0	0	0	1
3.4	1	0	0	0	0
3.5	1	0	0	0	0
3.6	0	0	0	0	1
3.7	0	0	0	0	1
4.1	0	0	0	1	0
4.2	0	0	0	0	1
4.3	1	0	0	0	0
4.4	0	0	0	0	1
4.5	0	1	0	0	0
4.6	0	0	0	1	0
5.1	0	0	0	1	0
5.2	0	0	0	0	1
6.1	0	0	0	0	1
6.2	0	0	0	0	1
6.3	0	0	0	1	0
6.4	0	0	0	0	1
6.5	1	0	0	0	0
6.6	0	1	0	0	0
7.1	0	1	0	0	0
7.2	0	0	0	1	0
7.3	0	0	0	0	1
7.4	1	0	0	0	0
7.5	1	0	0	0	0
8.1	0	1	0	0	0
8.2	1	0	0	0	0
8.3	1	0	0	0	0
8.4	0	1	0	0	0
8.5	0	0	0	1	0
8.6	0	0	0	1	0
8.7	0	0	1	0	0
8.8	0	0	0	1	0
8.9	1	0	0	0	0
8.10	0	0	0	0	1
8.11	0	0	0	0	1
8.12	0	0	0	0	1

8.13	0	0	1	0	0
8.14	0	0	0	0	1
8.15	1	0	0	0	0
8.16	0	0	0	1	0
9.1	0	0	0	1	0
9.2	0	0	0	1	0
9.3	0	1	0	0	0
9.4	1	0	0	0	0
9.5	0	0	0	1	0
9.6	1	0	0	0	0
10.1	0	0	0	0	1
10.2	0	0	0	1	0
10.3	1	0	0	0	0
11.1	0	0	0	1	0
11.2	0	0	0	0	1
11.3	0	0	0	1	0
11.4	0	1	0	0	0
11.5	0	0	0	0	1
11.6	0	0	0	1	0
11.7	0	0	0	0	1
11.8	1	0	0	0	0
12.1	0	0	0	1	0
12.2	0	0	0	0	1
12.3	0	0	0	0	1
12.4	0	0	0	1	0
12.5	0	0	0	0	1
12.6	0	0	0	1	0
12.7	0	1	0	0	0
13.1	1	0	0	0	0
13.2	0	0	0	1	0
13.3	1	0	0	0	0
13.4	0	0	0	1	0
13.5	0	0	0	1	0
13.6	1	0	0	0	0
13.7	0	0	0	1	0
13.8	1	0	0	0	0
13.9	0	0	1	0	0
13.10	1	0	0	0	0
14.1	1	0	0	0	0
14.2	0	0	0	0	1
14.3	1	0	0	0	0
15.1	0	0	0	1	0
15.2	0	0	0	1	0
15.3	0	0	0	1	0
15.4	0	1	0	0	0
15.5	1	0	0	0	0
15.6	1	0	0	0	0
15.7	0	0	0	1	0
16.1	0	0	0	1	0
16.2	0	1	0	0	0
16.3	0	0	0	1	0

16.4	0	1	0	0	0
16.5	0	1	0	0	0
16.6	0	1	0	0	0
16.7	0	0	0	1	0
16.8	1	0	0	0	0
16.9	1	0	0	0	0
16.10	0	1	0	0	0
16.11	0	0	0	0	1
16.12	1	0	0	0	0
16.13	0	0	0	0	1
17.1	1	0	0	0	0
17.2	0	0	0	1	0
17.3	0	0	0	1	0
17.4	0	0	0	1	0
17.5	0	0	0	0	1
17.6	1	0	0	0	0
17.7	0	0	0	1	0
18.1	0	0	0	1	0
18.2	0	0	0	1	0
18.3	0	1	0	0	0
18.4	1	0	0	0	0
18.5	0	0	0	0	1
18.6	1	0	0	0	0
18.7	1	0	0	0	0
18.8	0	0	0	1	0
19.1	0	0	0	1	0
19.2	0	0	0	1	0
19.3	0	0	0	1	0
19.4	1	0	0	0	0
19.5	0	0	0	0	1
19.6	0	0	0	1	0
19.7	0	0	0	0	1
20.1	0	0	0	1	0
20.2	0	0	0	1	0
20.3	1	0	0	0	0
20.4	1	0	0	0	0
20.5	1	0	0	0	0
20.6	0	0	0	0	1
21.1	0	0	0	1	0
21.2	0	0	0	1	0
21.3	0	0	0	0	1
21.4	0	0	0	1	0
21.5	0	0	0	1	0
21.6	0	0	0	1	0
21.7	0	0	0	1	0
21.8	0	0	0	1	0
21.9	0	0	0	1	0
21.10	1	0	0	0	0
22.1	0	0	0	1	0
22.2	1	0	0	0	0
22.3	1	0	0	0	0

22.4	0	1	0	0	0
23.1	0	0	0	1	0
23.2	0	0	0	0	1
23.3	1	0	0	0	0
24.1	0	0	0	1	0
24.2	0	0	0	0	1
24.3	0	0	0	0	1
24.4	0	0	0	1	0
24.5	0	0	0	0	1
24.6	0	0	0	0	1
25.1	0	0	0	1	0
25.2	0	0	0	1	0
25.3	0	0	0	1	0
25.4	1	0	0	0	0
25.5	1	0	0	0	0
25.6	1	0	0	0	0
26.1	0	0	0	1	0
26.2	0	0	0	1	0
26.3	0	0	0	1	0
26.4	1	0	0	0	0
26.5	0	0	0	1	0
26.6	0	1	0	0	0
27.1	0	0	0	1	0
27.2	0	0	0	1	0
27.3	1	0	0	0	0
27.4	1	0	0	0	0
27.5	1	0	0	0	0
28.1	0	1	0	0	0
28.2	0	1	0	0	0
28.3	1	0	0	0	0
28.4	1	0	0	0	0
29.1	0	0	0	1	0
29.2	1	0	0	0	0
29.3	0	0	0	1	0
29.4	1	0	0	0	0
29.5	0	0	0	1	0
29.6	0	0	0	1	0
29.7	0	0	0	1	0
29.8	1	0	0	0	0
29.9	1	0	0	0	0
29.10	0	0	0	1	0
29.11	0	0	0	0	1
30.1	0	0	0	1	0
30.2	0	0	0	1	0
30.3	0	0	0	0	1
30.4	1	0	0	0	0
31.1	0	0	0	1	0
31.2	1	0	0	0	0
31.3	0	0	0	1	0
31.4	1	0	0	0	0
32.1	0	0	0	1	0

32.2	0	0	0	1	0
32.3	1	0	0	0	0
32.4	1	0	0	0	0
33.1	1	0	0	0	0
33.2	1	0	0	0	0
33.3	1	0	0	0	0
33.4	1	0	0	0	0
34.1	0	0	0	1	0
34.2	1	0	0	0	0
34.3	0	0	0	1	0
34.4	1	0	0	0	0
34.5	0	0	0	0	1
34.6	1	0	0	0	0
34.7	1	0	0	0	0
34.8	1	0	0	0	0
34.9	1	0	0	0	0
34.10	0	0	0	1	0
35.1	0	0	0	0	1
35.2	0	0	0	1	0
35.3	0	0	0	1	0
35.4	0	0	0	1	0
36.1	0	0	0	1	0
36.2	0	0	0	0	1
36.3	0	0	0	1	0
37.1	0	0	0	1	0
37.2	1	0	0	0	0
37.3	1	0	0	0	0
37.4	1	0	0	0	0
37.5	0	0	0	1	0
37.6	1	0	0	0	0
38.1	0	0	0	1	0
39.1	0	0	0	0	1
40.1	0	0	0	1	0
40.2	0	0	0	1	0
40.3	0	0	0	1	0
40.4	0	0	0	1	0
40.5	1	0	0	0	0
40.6	1	0	0	0	0
41.1	0	0	0	1	0
41.2	0	0	0	1	0
41.3	0	0	0	1	0
41.4	0	0	1	0	0
41.5	0	0	0	1	0
42.1	0	0	0	1	0
42.2	0	0	0	0	1
42.3	0	0	0	1	0
43.1	0	0	0	1	0
43.2	0	0	0	1	0
43.3	0	0	0	1	0
44.1	0	0	0	1	0
44.2	0	0	0	0	1

LAMPIRAN
Koding Pengkoding

[illegible]

[illegible]

Komunikasi global versus adaptasi pada iklan

No. Iklan	Bahasa			Model		
	Indonesia	Asing	Percampuran	Indonesia	Asing	Percampuran
1.1	0	0	1	0	1	0
1.2	0	1	0	1	0	0
1.3	0	0	1	1	0	0
1.4	0	0	1	0	1	0
1.5	0	0	1	0	1	0
1.6	1	0	0	1	0	0
1.7	0	0	1	1	0	0
2.1	0	0	1	1	0	0
2.2	1	0	0	1	0	0
2.3	0	0	1	0	1	0
3.1	0	0	1	0	1	0
3.2	0	0	1	0	1	0
3.3	0	0	1	1	0	0
3.4	0	0	1	1	0	0
3.5	1	0	0	1	0	0
3.6	1	0	0	1	0	0
3.7	0	0	1	0	1	0
4.1	1	0	0	1	0	0
4.2	0	0	1	0	1	0
4.3	0	0	1	1	0	0
4.4	0	1	0	1	0	0
4.5	0	0	1	1	0	0
4.6	0	0	1	1	0	0
5.1	0	0	1	1	0	0
5.2	0	0	1	1	0	0
6.1	0	1	0	1	0	0
6.2	0	0	1	1	0	0
6.3	0	0	1	1	0	0
6.4	0	1	0	1	0	0
6.5	0	0	1	1	0	0
6.6	1	0	0	1	0	0
7.1	0	0	1	0	1	0
7.2	0	0	1	1	0	0
7.3	0	0	1	1	0	0
7.4	1	0	0	1	0	0
7.5	0	0	1	1	0	0
8.1	0	0	1	1	0	0
8.2	0	0	1	1	0	0
8.3	0	0	1	1	0	0
8.4	0	0	1	1	0	0
8.5	0	0	1	0	1	0
8.6	0	1	0	0	1	0
8.7	0	0	1	1	0	0
8.8	0	0	1	1	0	0
8.9	0	0	1	1	0	0
8.10	0	0	1	1	0	0
8.11	0	1	0	1	0	0

8.12	0	0	1	1	0	0
8.13	0	0	1	1	0	0
8.14	0	0	1	0	1	0
8.15	0	0	1	1	0	0
8.16	0	0	1	1	0	0
9.1	0	0	1	0	1	0
9.2	0	1	0	1	0	0
9.3	0	0	1	1	0	0
9.4	0	0	1	1	0	0
9.5	0	0	1	1	0	0
9.6	1	0	0	1	0	0
10.1	0	1	0	0	1	0
10.2	0	0	1	1	0	0
10.3	0	0	1	1	0	0
11.1	0	0	1	1	0	0
11.2	0	0	1	0	1	0
11.3	0	0	1	0	1	0
11.4	1	0	0	1	0	0
11.5	0	0	1	1	0	0
11.6	0	0	1	0	1	0
11.7	0	0	1	1	0	0
11.8	0	0	1	1	0	0
12.1	0	1	0	0	1	0
12.2	0	0	1	1	0	0
12.3	1	0	0	1	0	0
12.4	0	0	1	1	0	0
12.5	0	0	1	1	0	0
12.6	0	0	1	1	0	0
12.7	0	0	1	1	0	0
13.1	1	0	0	1	0	0
13.2	0	0	1	1	0	0
13.3	0	0	1	0	1	0
13.4	0	0	1	1	0	0
13.5	0	0	1	0	1	0
13.6	0	0	1	1	0	0
13.7	0	0	1	1	0	0
13.8	1	0	0	1	0	0
13.9	1	0	0	1	0	0
13.10	1	0	0	1	0	0
14.1	1	0	0	1	0	0
14.2	0	0	1	1	0	0
14.3	0	0	1	1	0	0
15.1	0	1	0	1	0	0
15.2	0	0	1	1	0	0
15.3	0	0	1	1	0	0
15.4	0	0	1	1	0	0
15.5	0	0	1	1	0	0
15.6	0	0	1	1	0	0
15.7	0	0	1	1	0	0
16.1	0	1	0	0	1	0
16.2	0	0	1	1	0	0

16.3	0	0	1	0	1	0
16.4	0	0	1	1	0	0
16.5	0	1	0	0	1	0
16.6	0	0	1	1	0	0
16.7	0	0	1	1	0	0
16.8	0	0	1	1	0	0
16.9	0	0	1	1	0	0
16.10	0	0	1	1	0	0
16.11	0	0	1	0	1	0
16.12	0	0	1	1	0	0
16.13	0	0	1	1	0	0
17.1	0	0	1	1	0	0
17.2	0	0	1	1	0	0
17.3	0	0	1	1	0	0
17.4	0	0	1	1	0	0
17.5	0	0	1	1	0	0
17.6	0	0	1	1	0	0
17.7	0	0	1	0	1	0
18.1	0	0	1	1	0	0
18.2	0	0	1	1	0	0
18.3	0	0	1	1	0	0
18.4	0	0	1	1	0	0
18.5	0	0	1	1	0	0
18.6	0	0	1	1	0	0
18.7	1	0	0	1	0	0
18.8	0	0	1	0	1	0
19.1	0	0	1	1	0	0
19.2	1	0	0	1	0	0
19.3	0	0	1	1	0	0
19.4	1	0	0	1	0	0
19.5	0	0	1	1	0	0
19.6	1	0	0	1	0	0
19.7	0	0	1	1	0	0
20.1	0	0	1	1	0	0
20.2	0	0	1	1	0	0
20.3	0	0	1	1	0	0
20.4	1	0	0	1	0	0
20.5	0	0	1	1	0	0
20.6	0	0	1	1	0	0
21.1	1	0	0	0	1	0
21.2	0	0	1	1	0	0
21.3	0	0	1	0	1	0
21.4	0	0	1	1	0	0
21.5	0	0	1	1	0	0
21.6	0	0	1	1	0	0
21.7	0	0	1	0	1	0
21.8	0	0	1	1	0	0
21.9	0	0	1	1	0	0
21.10	0	0	1	1	0	0
22.1	0	0	1	0	1	0
22.2	0	0	1	1	0	0

22.3	0	0	1	1	0	0
22.4	0	0	1	1	0	0
23.1	0	0	1	1	0	0
23.2	0	0	1	1	0	0
23.3	0	0	1	1	0	0
24.1	0	0	1	0	1	0
24.2	1	0	0	1	0	0
24.3	1	0	0	0	1	0
24.4	0	0	1	0	1	0
24.5	1	0	0	1	0	0
24.6	0	0	1	0	1	0
25.1	0	0	1	1	0	0
25.2	0	0	1	1	0	0
25.3	0	0	1	1	0	0
25.4	0	0	1	1	0	0
25.5	0	0	1	1	0	0
25.6	0	0	1	1	0	0
26.1	1	0	0	1	0	0
26.2	0	1	0	1	0	0
26.3	0	0	1	1	0	0
26.4	0	0	1	1	0	0
26.5	0	0	1	1	0	0
26.6	0	0	1	1	0	0
27.1	1	0	0	1	0	0
27.2	0	0	1	1	0	0
27.3	0	0	1	1	0	0
27.4	0	0	1	1	0	0
27.5	1	0	0	1	0	0
28.1	0	1	0	1	0	0
28.2	0	0	1	0	1	0
28.3	0	0	1	1	0	0
28.4	1	0	0	1	0	0
29.1	0	0	1	0	1	0
29.2	1	0	0	0	1	0
29.3	1	0	0	1	0	0
29.4	0	1	0	0	1	0
29.5	1	0	0	1	0	0
29.6	0	0	1	1	0	0
29.7	0	0	1	1	0	0
29.8	0	0	1	0	1	0
29.9	1	0	0	1	0	0
29.10	1	0	0	1	0	0
29.11	0	0	1	0	1	0
30.1	0	0	1	1	0	0
30.2	0	0	1	0	1	0
30.3	0	0	1	1	0	0
30.4	0	0	1	0	1	0
31.1	0	0	1	1	0	0
31.2	0	0	1	1	0	0
31.3	0	0	1	1	0	0
31.4	1	0	0	1	0	0

32.1	0	0	1	0	1	0
32.2	0	0	1	0	1	0
32.3	1	0	0	1	0	0
32.4	1	0	0	1	0	0
33.1	0	0	1	0	0	1
33.2	1	0	0	1	0	0
33.3	1	0	0	1	0	0
33.4	1	0	0	1	0	0
34.1	1	0	0	1	0	0
34.2	0	0	1	0	1	0
34.3	0	0	1	0	1	0
34.4	1	0	0	1	0	0
34.5	0	0	1	1	0	0
34.6	1	0	0	1	0	0
34.7	1	0	0	1	0	0
34.8	0	0	1	1	0	0
34.9	1	0	0	1	0	0
34.10	0	0	1	0	1	0
35.1	0	1	0	0	1	0
35.2	0	0	1	0	1	0
35.3	0	0	1	1	0	0
35.4	1	0	0	1	0	0
36.1	0	0	1	1	0	0
36.2	0	0	1	1	0	0
36.3	0	0	1	1	0	0
37.1	0	0	1	0	1	0
37.2	0	1	0	0	0	1
37.3	0	0	1	1	0	0
37.4	0	0	1	1	0	0
37.5	0	0	1	1	0	0
37.6	0	0	1	1	0	0
38.1	0	0	1	1	0	0
39.1	0	0	1	0	1	0
40.1	0	0	1	1	0	0
40.2	1	0	0	0	1	0
40.3	0	0	1	1	0	0
40.4	0	0	1	0	1	0
40.5	0	0	1	1	0	0
40.6	0	0	1	1	0	0
41.1	0	0	1	1	0	0
41.2	0	1	0	1	0	0
41.3	0	0	1	1	0	0
41.4	0	0	1	1	0	0
41.5	0	0	1	1	0	0
42.1	0	0	1	1	0	0
42.2	0	0	1	1	0	0
42.3	0	0	1	1	0	0
43.1	0	0	1	1	0	0
43.2	0	0	1	0	1	0
43.3	0	0	1	1	0	0
44.1	0	0	1	1	0	0

44.2	0	1	0	0	1	0
44.3	0	1	0	0	1	0
44.4	1	0	0	1	0	0
44.5	0	0	1	1	0	0
44.6	1	0	0	1	0	0
44.7	0	0	1	1	0	0
44.8	0	0	1	1	0	0
44.9	0	0	1	1	0	0
44.10	1	0	0	1	0	0
45.1	0	0	1	0	1	0
45.2	0	0	1	1	0	0
45.3	0	0	1	0	0	0
45.4	1	0	0	1	0	0
46.1	0	0	1	0	1	0
46.2	1	0	0	1	0	0
46.3	1	0	0	1	0	0
46.4	0	0	1	1	0	0
47.1	0	0	1	1	0	0
47.2	1	0	0	1	0	0
47.3	0	0	1	1	0	0
47.4	0	0	1	1	0	0
47.5	1	0	0	1	0	0
48.1	1	0	0	1	0	0
48.2	0	0	1	1	0	0
48.3	1	0	0	0	1	0
48.4	0	0	1	1	0	0
48.5	0	0	1	1	0	0
49.1	0	0	1	1	0	0
49.2	0	1	0	0	1	0
49.3	1	0	0	1	0	0
49.4	1	0	0	0	1	0
49.5	0	0	1	1	0	0
50.1	0	1	0	0	1	0
50.2	0	0	1	1	0	0
50.3	1	0	0	1	0	0
50.4	1	0	0	0	1	0
51.1	0	0	1	1	0	0
51.2	0	0	1	1	0	0
51.3	0	0	1	0	1	0

Kriteria Informasi Dalam iklan

No. Iklan	Harga		Kualitas		Kinerja		Komponen		Ketersediaan		Tawaran Khusus		Selera		Nutrisi		Kemasan		Garansi		Keamanan		Pen.Independen		Pen.Perus		Ide Baru						
	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak	Ada	Tidak					
1.1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	C	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.2	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	C	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.3	0	1	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.4	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.5	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	C	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.6	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	C	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
1.7	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	C	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1				
2.1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1			
2.2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1			
2.3	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1		
3.1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1		
3.2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
3.3	0	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
3.4	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
3.5	0	1	1	0	0	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
3.6	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
3.7	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
4.1	0	1	0	1	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	
4.2	0	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1	0	1
4.3	0	1	1	0	1	0</																											

[illegible]

[illegible]

Stereotip wanita pada iklan

No. Iklan	Ibu RT	Berorientasi karir	Dual karir	Daya tarik fisik	Netral
1.1	0	0	0	1	0
1.2	0	0	0	0	1
1.3	0	0	0	1	0
1.4	0	0	0	1	0
1.5	0	0	0	1	0
1.6	1	0	0	0	0
1.7	0	0	1	0	0
2.1	0	0	0	1	0
2.2	1	0	0	0	0
2.3	1	0	0	0	0
3.1	0	0	0	1	0
3.2	0	0	0	1	0
3.3	0	0	0	0	1
3.4	1	0	0	0	0
3.5	1	0	0	0	0
3.6	0	0	0	0	1
3.7	0	0	0	0	1
4.1	0	0	0	1	0
4.2	0	0	0	0	1
4.3	1	0	0	0	0
4.4	0	0	0	0	1
4.5	0	1	0	0	0
4.6	0	0	0	1	0
5.1	0	0	0	1	0
5.2	0	0	0	0	1
6.1	0	0	0	0	1
6.2	0	0	0	0	1
6.3	0	0	0	1	0
6.4	0	0	0	0	1
6.5	1	0	0	0	0
6.6	0	1	0	0	0
7.1	0	1	0	0	0
7.2	0	0	0	1	0
7.3	0	0	0	0	1
7.4	1	0	0	0	0
7.5	1	0	0	0	0
8.1	0	1	0	0	0
8.2	1	0	0	0	0
8.3	1	0	0	0	0
8.4	0	1	0	0	0
8.5	0	0	0	1	0
8.6	0	0	0	1	0
8.7	0	0	1	0	0
8.8	0	0	0	1	0
8.9	1	0	0	0	0
8.10	0	0	0	0	1
8.11	0	0	0	0	1
8.12	0	0	0	0	1

8.13	1	0	0	0	0
8.14	0	0	0	0	1
8.15	1	0	0	0	0
8.16	0	0	0	1	0
9.1	0	0	0	1	0
9.2	0	0	0	1	0
9.3	0	1	0	0	0
9.4	1	0	0	0	0
9.5	0	0	0	1	0
9.6	1	0	0	0	0
10.1	0	0	0	0	1
10.2	0	0	0	1	0
10.3	1	0	0	0	0
11.1	0	0	0	1	0
11.2	0	0	0	0	1
11.3	0	0	0	1	0
11.4	0	1	0	0	0
11.5	0	0	0	0	1
11.6	0	0	0	1	0
11.7	0	1	0	0	0
11.8	1	0	0	0	0
12.1	0	0	0	1	0
12.2	0	1	0	0	0
12.3	0	0	0	0	1
12.4	0	0	0	1	0
12.5	0	0	0	0	1
12.6	0	0	0	1	0
12.7	0	1	0	0	0
13.1	1	0	0	0	0
13.2	0	0	0	1	0
13.3	1	0	0	0	0
13.4	0	0	0	1	0
13.5	0	0	0	1	0
13.6	1	0	0	0	0
13.7	0	0	0	1	0
13.8	1	0	0	0	0
13.9	0	0	1	0	0
13.10	1	0	0	0	0
14.1	1	0	0	0	0
14.2	0	0	0	0	1
14.3	1	0	0	0	0
15.1	0	0	0	0	1
15.2	0	0	0	1	0
15.3	0	0	0	1	0
15.4	0	1	0	0	0
15.5	1	0	0	0	0
15.6	1	0	0	0	0
15.7	0	0	0	1	0
16.1	0	0	0	0	1
16.2	0	1	0	0	0
16.3	0	0	0	1	0

16.4	0	1	0	0	0
16.5	0	1	0	0	0
16.6	0	1	0	0	0
16.7	0	0	0	0	1
16.8	1	0	0	0	0
16.9	1	0	0	0	0
16.10	0	1	0	0	0
16.11	0	0	0	0	1
16.12	1	0	0	0	0
16.13	0	0	0	0	1
17.1	1	0	0	0	0
17.2	0	0	0	1	0
17.3	0	0	0	1	0
17.4	0	0	0	1	0
17.5	0	0	0	0	1
17.6	1	0	0	0	0
17.7	0	0	0	1	0
18.1	0	0	0	1	0
18.2	0	0	0	1	0
18.3	0	1	0	0	0
18.4	1	0	0	0	0
18.5	0	0	0	0	1
18.6	1	0	0	0	0
18.7	1	0	0	0	0
18.8	0	0	0	1	0
19.1	0	0	0	1	0
19.2	0	0	0	1	0
19.3	0	0	0	1	0
19.4	1	0	0	0	0
19.5	0	0	0	0	1
19.6	0	0	0	1	0
19.7	0	0	0	0	1
20.1	0	0	0	1	0
20.2	0	0	0	1	0
20.3	1	0	0	0	0
20.4	1	0	0	0	0
20.5	1	0	0	0	0
20.6	0	0	0	0	1
21.1	0	0	0	1	0
21.2	0	0	0	1	0
21.3	0	0	0	0	1
21.4	0	0	0	1	0
21.5	0	0	0	1	0
21.6	0	0	0	0	1
21.7	0	0	0	1	0
21.8	0	0	0	1	0
21.9	0	0	0	1	0
21.10	1	0	0	0	0
22.1	0	0	0	1	0
22.2	1	0	0	0	0
22.3	1	0	0	0	0

22.4	0	1	0	0	0
23.1	0	0	0	1	0
23.2	0	0	0	0	1
23.3	1	0	0	0	0
24.1	0	0	0	1	0
24.2	0	0	0	0	1
24.3	0	0	0	0	1
24.4	0	0	0	1	0
24.5	0	0	0	0	1
24.6	0	0	0	0	1
25.1	0	0	0	1	0
25.2	0	0	0	1	0
25.3	0	0	0	1	0
25.4	1	0	0	0	0
25.5	1	0	0	0	0
25.6	1	0	0	0	0
26.1	0	0	0	1	0
26.2	0	0	0	1	0
26.3	0	0	0	1	0
26.4	1	0	0	0	0
26.5	0	0	0	1	0
26.6	0	1	0	0	0
27.1	0	0	0	0	1
27.2	0	0	0	1	0
27.3	1	0	0	0	0
27.4	1	0	0	0	0
27.5	1	0	0	0	0
28.1	0	1	0	0	0
28.2	0	1	0	0	0
28.3	1	0	0	0	0
28.4	1	0	0	0	0
29.1	0	0	0	1	0
29.2	1	0	0	0	0
29.3	0	0	0	1	0
29.4	1	0	0	0	0
29.5	0	0	0	1	0
29.6	0	0	0	0	1
29.7	0	0	0	1	0
29.8	1	0	0	0	0
29.9	1	0	0	0	0
29.10	0	0	0	1	0
29.11	0	0	0	0	1
30.1	0	0	0	1	0
30.2	0	0	0	1	0
30.3	0	0	0	0	1
30.4	1	0	0	0	0
31.1	0	0	0	0	1
31.2	1	0	0	0	0
31.3	1	0	0	0	0
31.4	1	0	0	0	0
32.1	0	0	0	1	0

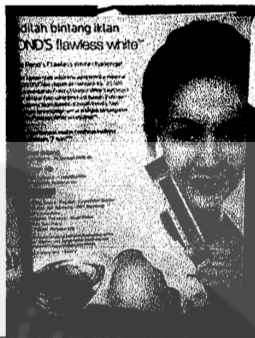
32.2	0	0	0	1	0
32.3	1	0	0	0	0
32.4	1	0	0	0	0
33.1	1	0	0	0	0
33.2	1	0	0	0	0
33.3	1	0	0	0	0
33.4	1	0	0	0	0
34.1	0	0	0	1	0
34.2	1	0	0	0	0
34.3	0	0	0	1	0
34.4	1	0	0	0	0
34.5	0	0	0	0	1
34.6	1	0	0	0	0
34.7	1	0	0	0	0
34.8	1	0	0	0	0
34.9	1	0	0	0	0
34.10	0	0	0	1	0
35.1	0	0	0	0	1
35.2	0	0	0	1	0
35.3	0	0	0	1	0
35.4	0	0	0	1	0
36.1	0	0	0	1	0
36.2	0	0	0	0	1
36.3	0	0	0	1	0
37.1	0	0	0	1	0
37.2	1	0	0	0	0
37.3	1	0	0	0	0
37.4	1	0	0	0	0
37.5	0	0	0	1	0
37.6	1	0	0	0	0
38.1	0	0	0	1	0
39.1	0	0	0	0	1
40.1	0	0	0	1	0
40.2	0	0	0	1	0
40.3	0	0	0	1	0
40.4	0	0	0	1	0
40.5	1	0	0	0	0
40.6	1	0	0	0	0
41.1	0	0	0	1	0
41.2	0	1	0	0	0
41.3	0	0	0	1	0
41.4	0	0	1	0	0
41.5	0	0	0	1	0
42.1	0	0	0	1	0
42.2	0	0	0	0	1
42.3	0	0	0	1	0
43.1	0	0	0	1	0
43.2	0	0	0	1	0
43.3	0	0	0	1	0
44.1	0	0	0	1	0
44.2	0	0	0	0	1

44.3	0	0	0	1	0
44.4	0	0	0	0	1
44.5	0	1	0	0	0
44.6	0	0	0	1	0
44.7	1	0	0	0	0
44.8	1	0	0	0	0
44.9	1	0	0	0	0
44.10	0	0	0	1	0
45.1	0	0	0	1	0
45.2	0	0	0	1	0
45.3	0	0	0	1	0
45.4	0	0	0	0	1
46.1	0	0	0	1	0
46.2	0	0	0	0	1
46.3	1	0	0	0	0
46.4	0	0	0	1	0
47.1	0	0	0	1	0
47.2	0	1	0	0	0
47.3	0	0	0	1	0
47.4	1	0	0	0	0
47.5	1	0	0	0	0
48.1	0	0	0	1	0
48.2	0	0	0	1	0
48.3	1	0	0	0	0
48.4	1	0	0	0	0
48.5	0	0	0	1	0
49.1	0	0	0	1	0
49.2	0	0	0	0	1
49.3	0	0	1	0	0
49.4	1	0	0	0	0
49.5	0	1	0	0	0
50.1	0	0	0	1	0
50.2	0	0	0	1	0
50.3	1	0	0	0	0
50.4	0	0	0	1	0
51.1	0	0	0	1	0
51.2	0	0	0	1	0
51.3	1	0	0	0	0

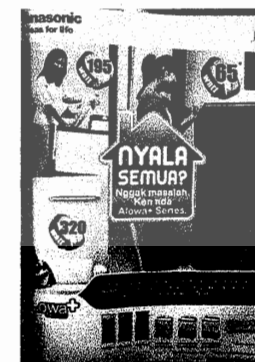


LAMPIRAN GAMBAR

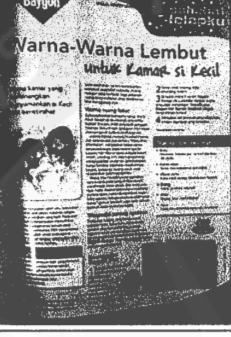
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 1 tahun 2010

1 	2 	3 
4 	5 	6 
7 		

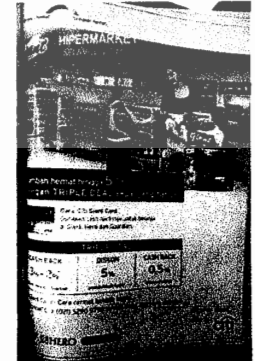
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 2 tahun 2010

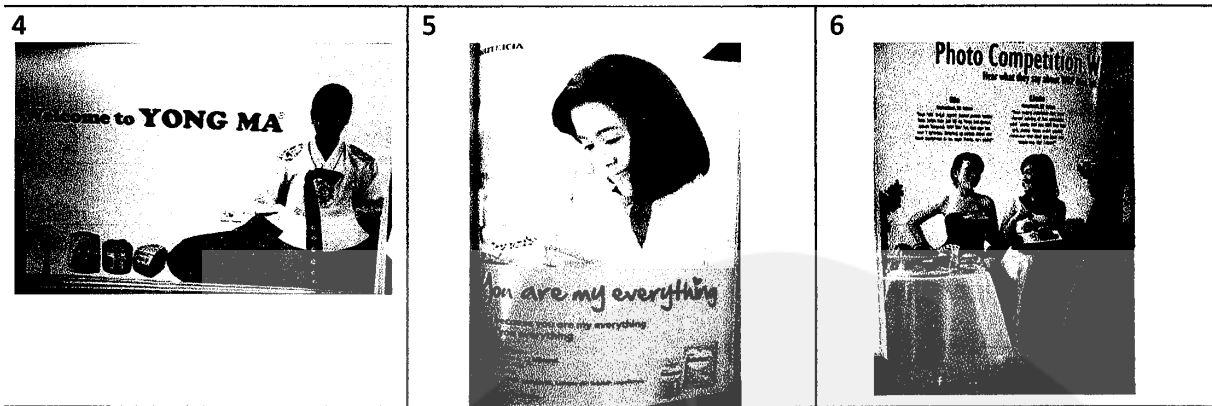
1 	2 	3 
---	--	---

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 3 tahun 2010

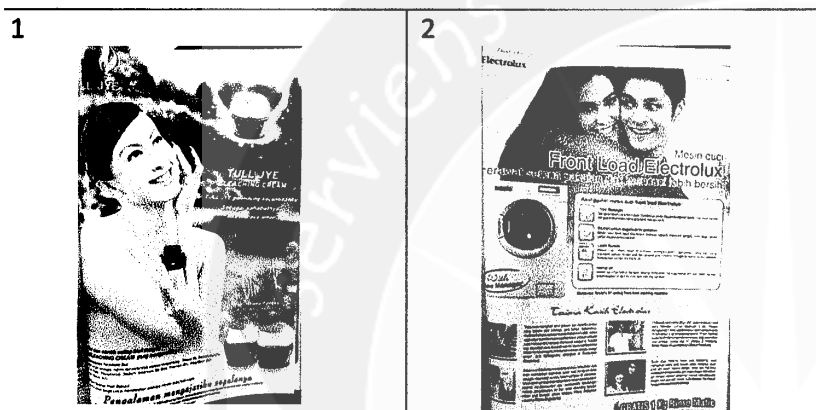
1 	2 	3 
4 	5 	6 
7 		

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 4 tahun 2010

1 	2 	3 
---	--	---



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 5 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 6 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 7 tahun 2010

1

2

3

4

5

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 8 tahun 2010

1

2

3

4

5

6

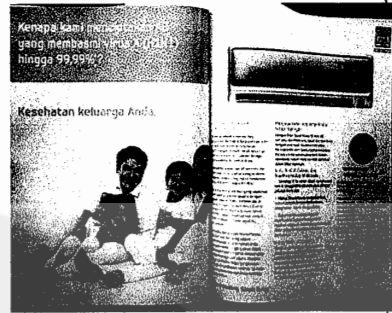
7



8



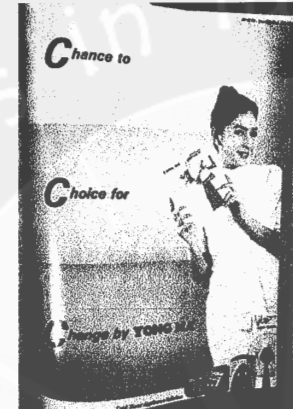
9



10



11



12



13



14



15



16



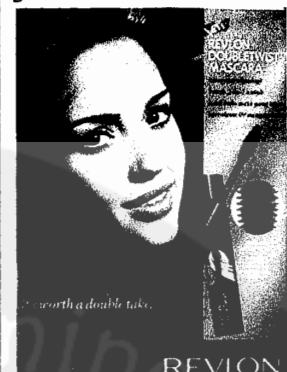
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 9 tahun 2010

1	2	3
4	5	6

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 10 tahun 2010

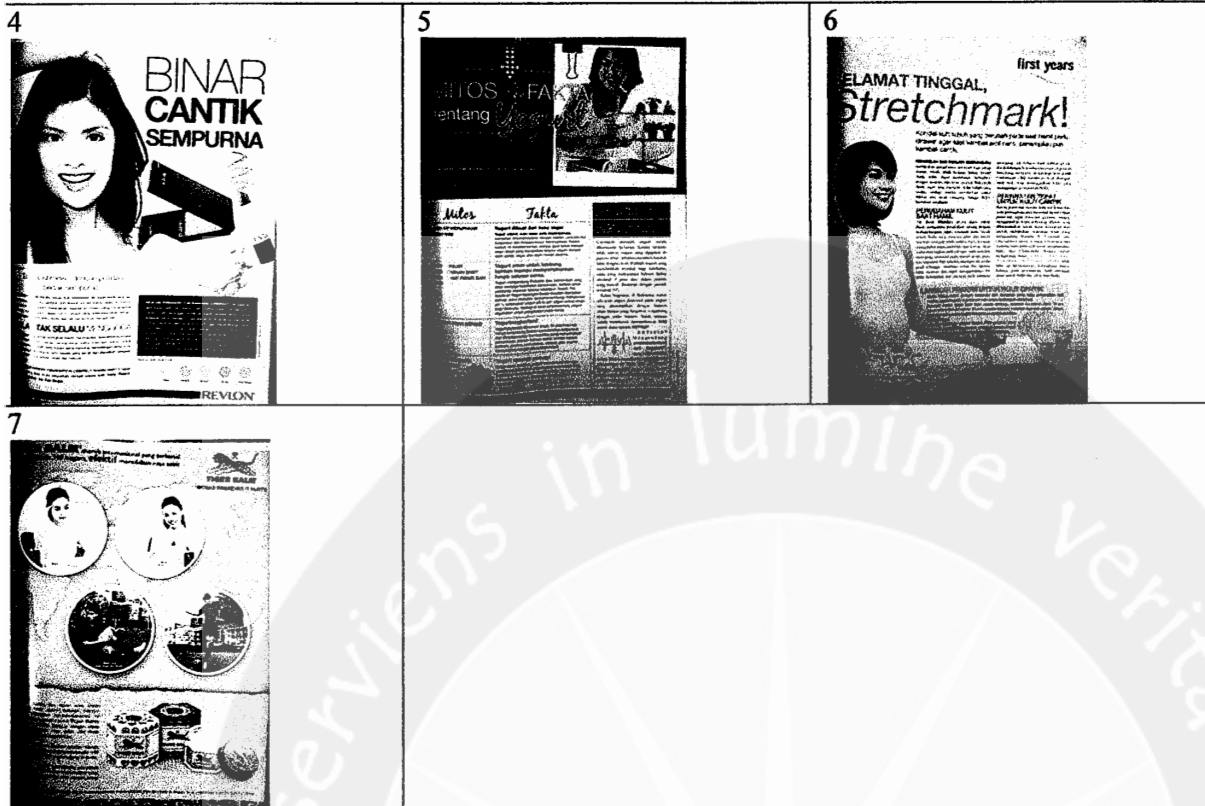
1	2	3
----------	----------	----------

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 11 tahun 2010

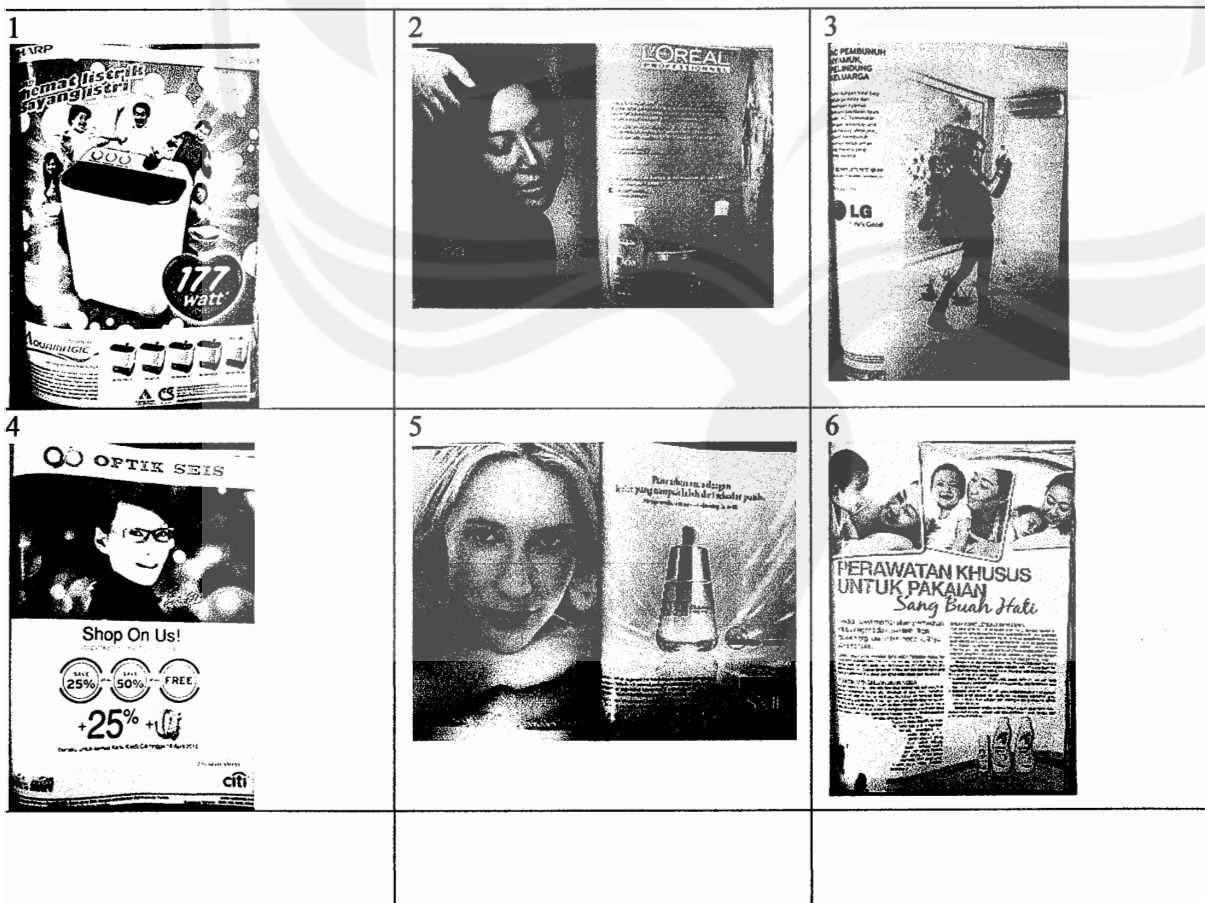
1 	2 	3 
4 	5 	6 
7 	8 	

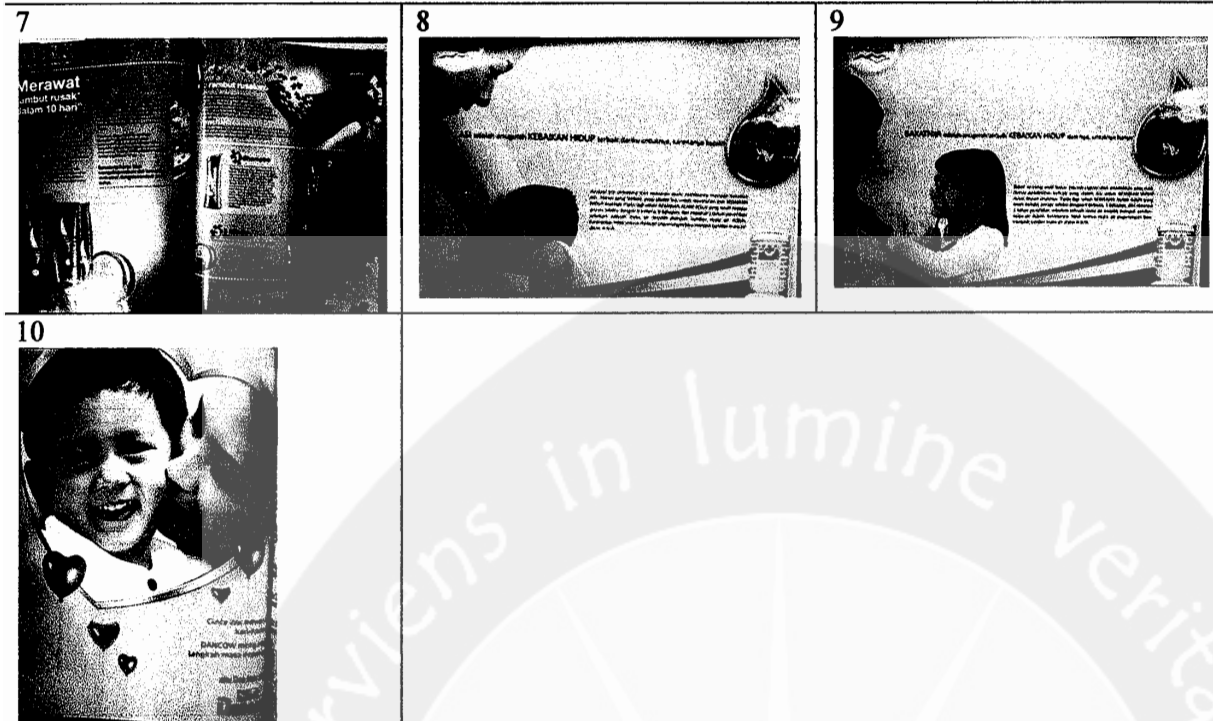
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 12 tahun 2010

1 	2 	3 
---	--	---

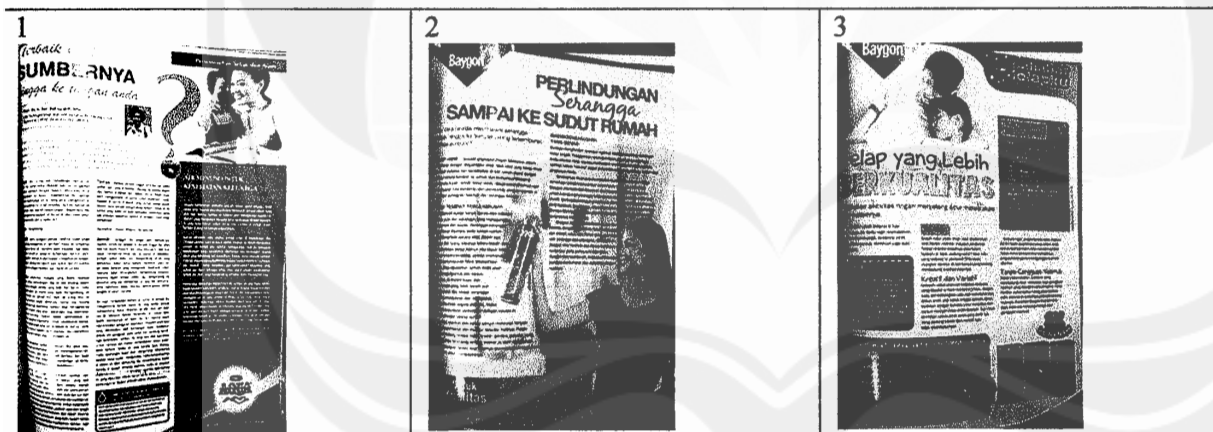


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 13 tahun 2010

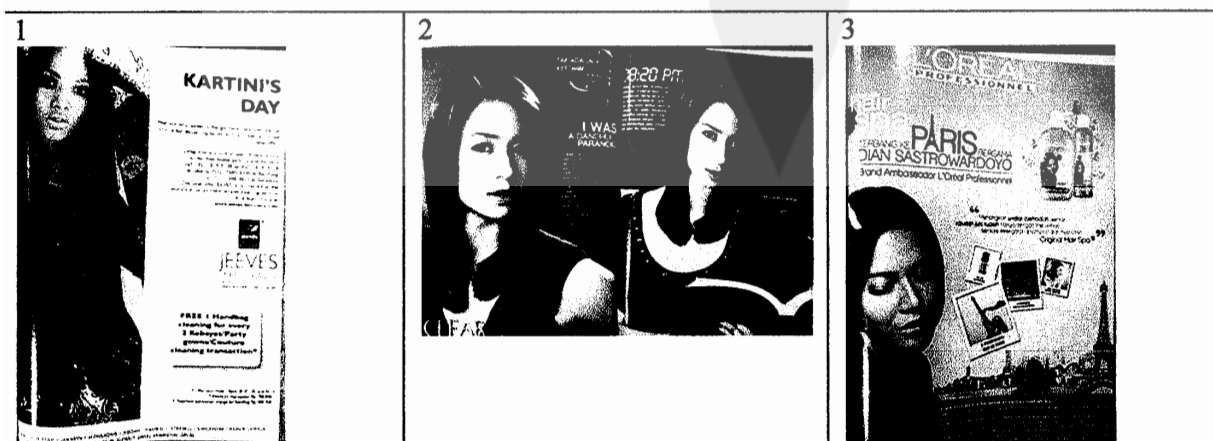




Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 14 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 15 tahun 2010





Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 16 tahun 2010



[illegible][illegible][illegible]

A black and white photograph of a desk. On the desk, there is a desk lamp with a small light bulb, a calendar showing the month of May, and a book titled 'The Art of War' by Sun Tzu. The desk is cluttered with various items, including a pen and some papers. The background is dark and out of focus.

15

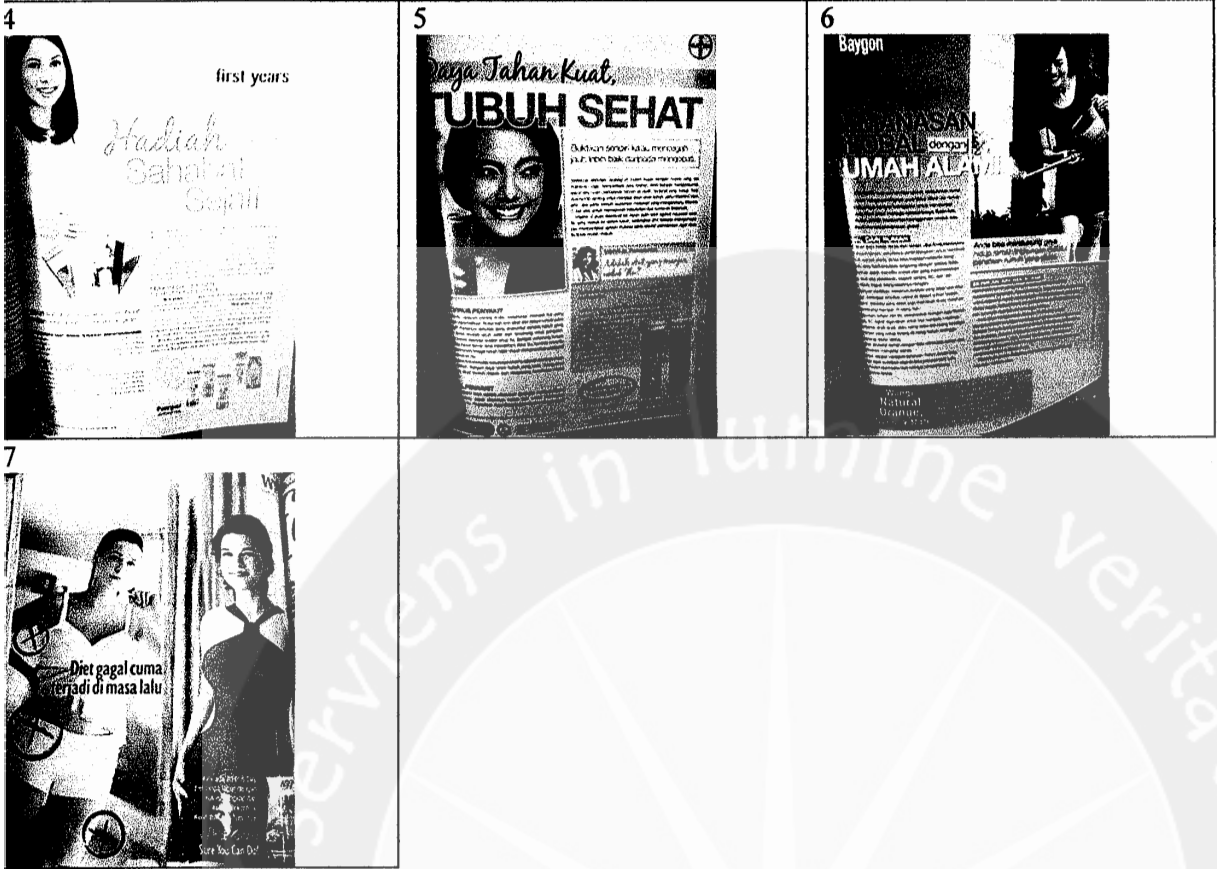
Love the feel of my skin.
Catching Shivers

Stinkastic Pomegranate

FRAGRANCE OF THE YEAR

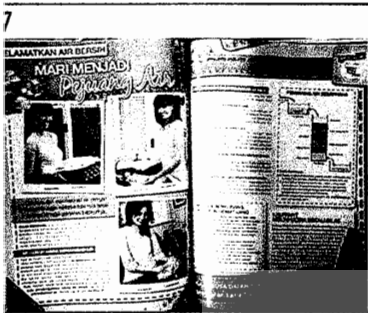
had to blush find out

[illegible][illegible]

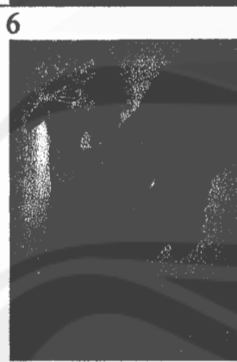
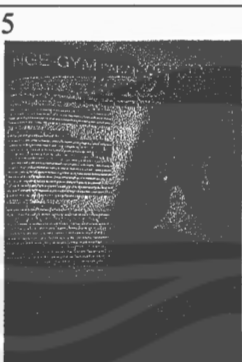
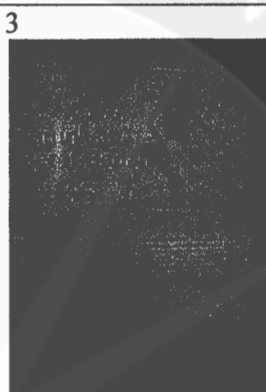


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 18 tahun 2010





Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 19 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 20 tahun 2010

1 POND'S Age miracle Produk Anti-Aging	2 OPTIK SEIS SALE up to 50% +20% +25% +	3 6
4 1000 SepedaMoo untuk KebahagiaanMoo	5 Dulux Pentolite	6 RUMAH NYAMAN Bikin Belah

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 21 tahun 2010

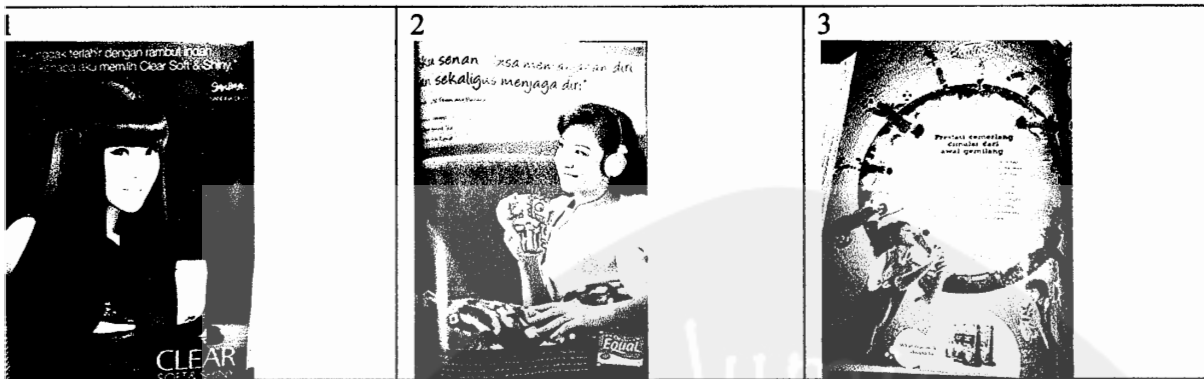
1	2 WRP SAWYER BOX	3 Sanyo
4 SHINZU	5	6 LUX



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 22 tahun 2010



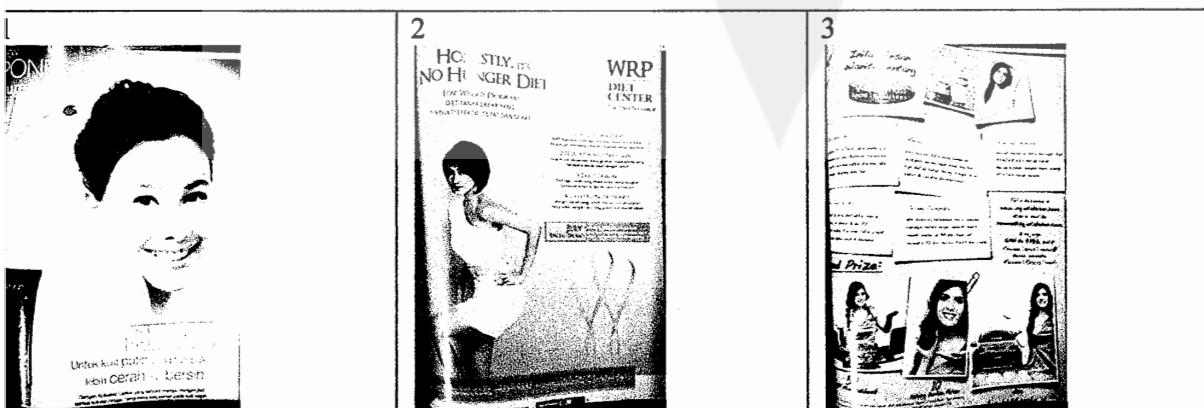
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 23 tahun 2010

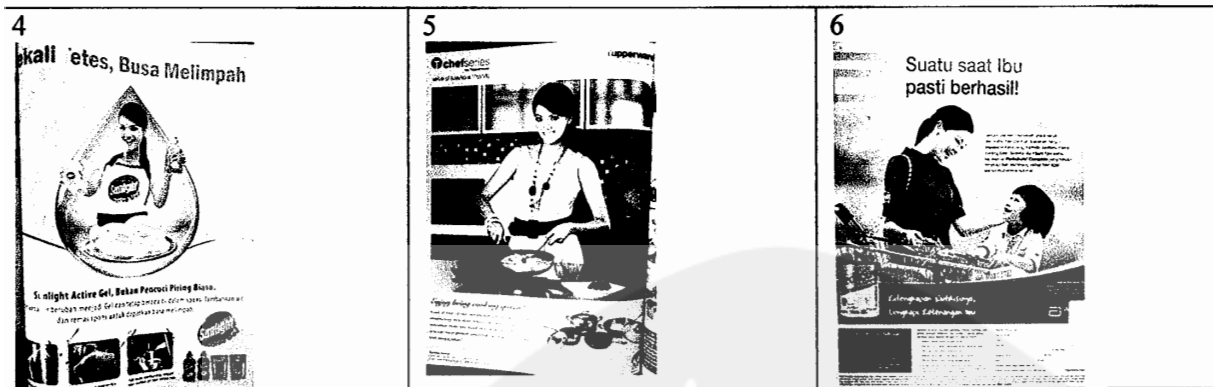


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 24 tahun 2010

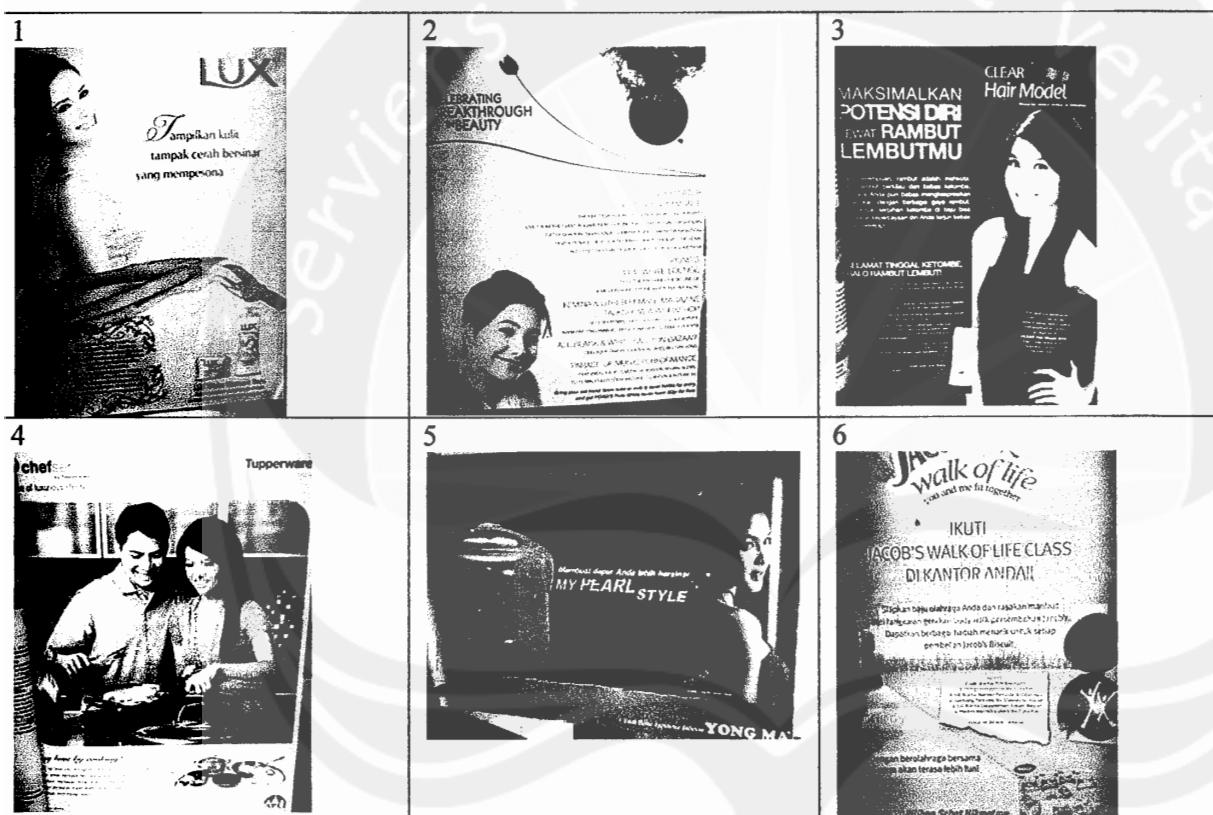


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 25 tahun 2010

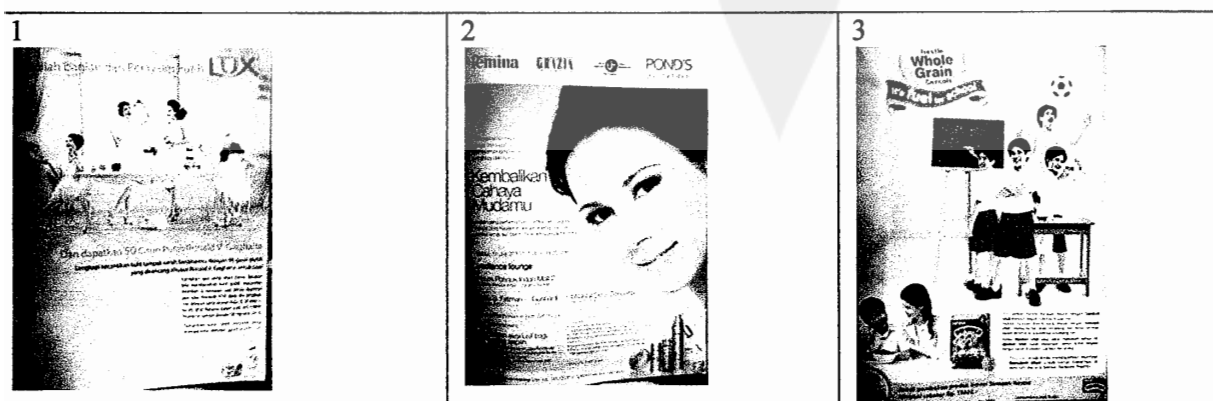




Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 26 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 27 tahun 2010





Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 28 tahun 2010

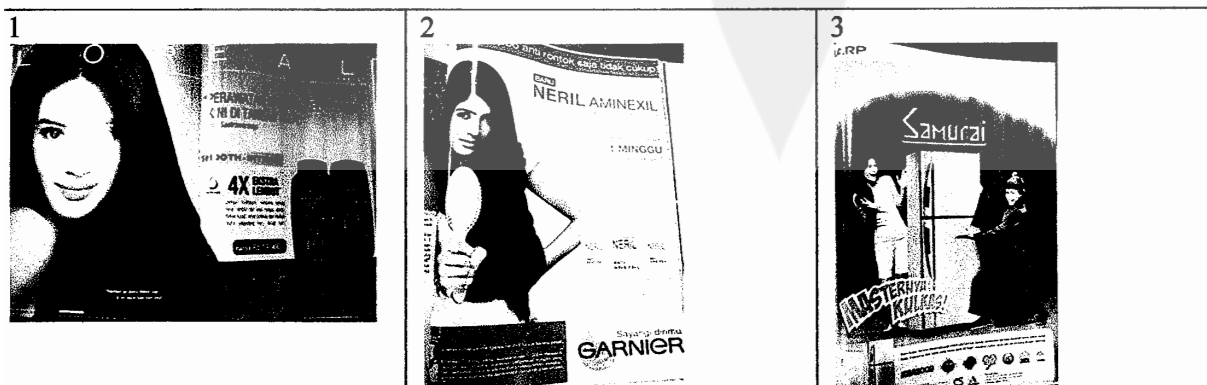


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 29 tahun 2010





Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 30 tahun 2010



4



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 31 tahun 2010

1



2



3



4



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 32 tahun 2010

1



2



3

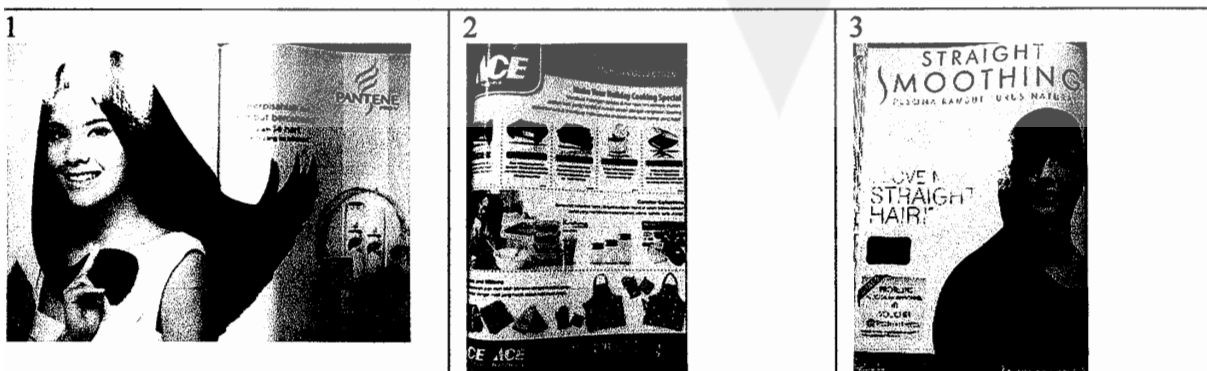




Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 33 tahun 2010

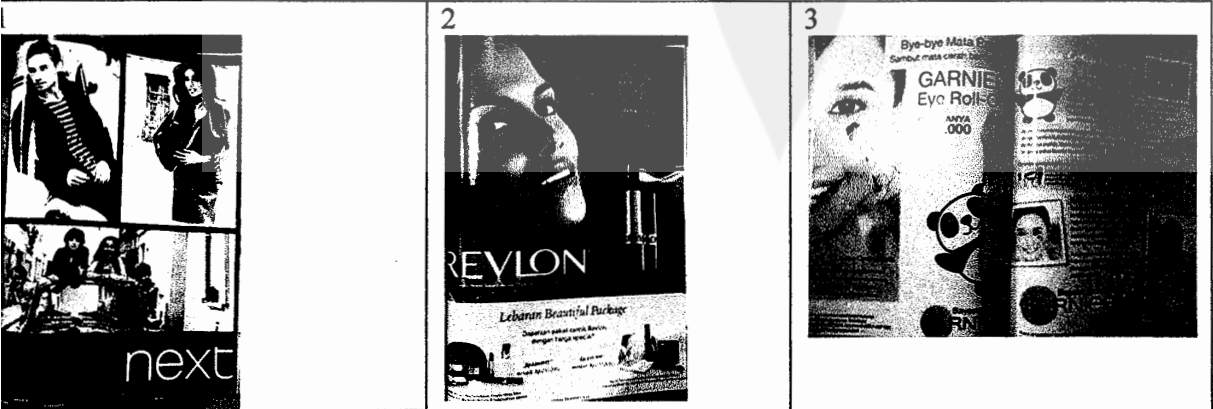


Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 34 tahun 2010





Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 35 tahun 2010





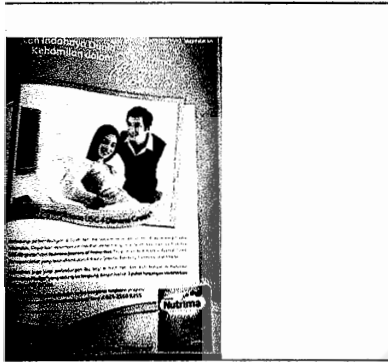
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 36 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 37 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 38 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 39 tahun 2010



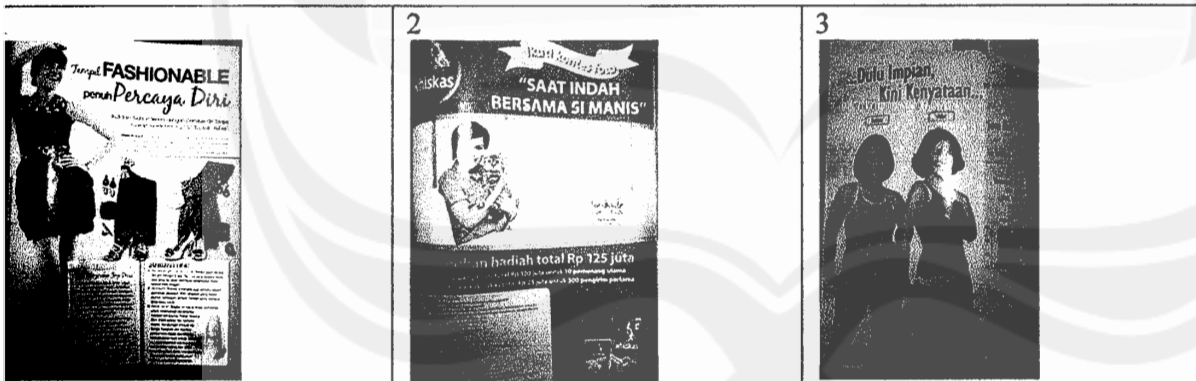
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 40 tahun 2010

1	2	3
4	5	6

Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 41 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 42 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 43 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 44 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 45 tahun 2010



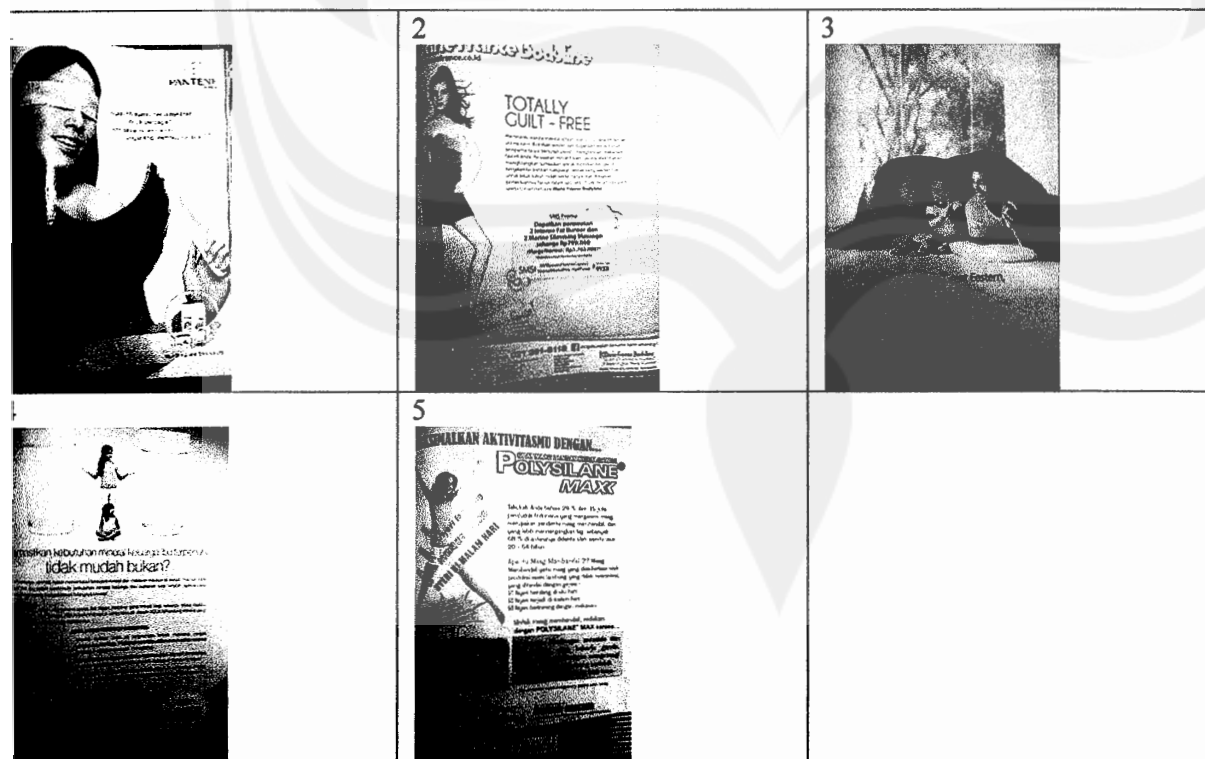
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 46 tahun 2010



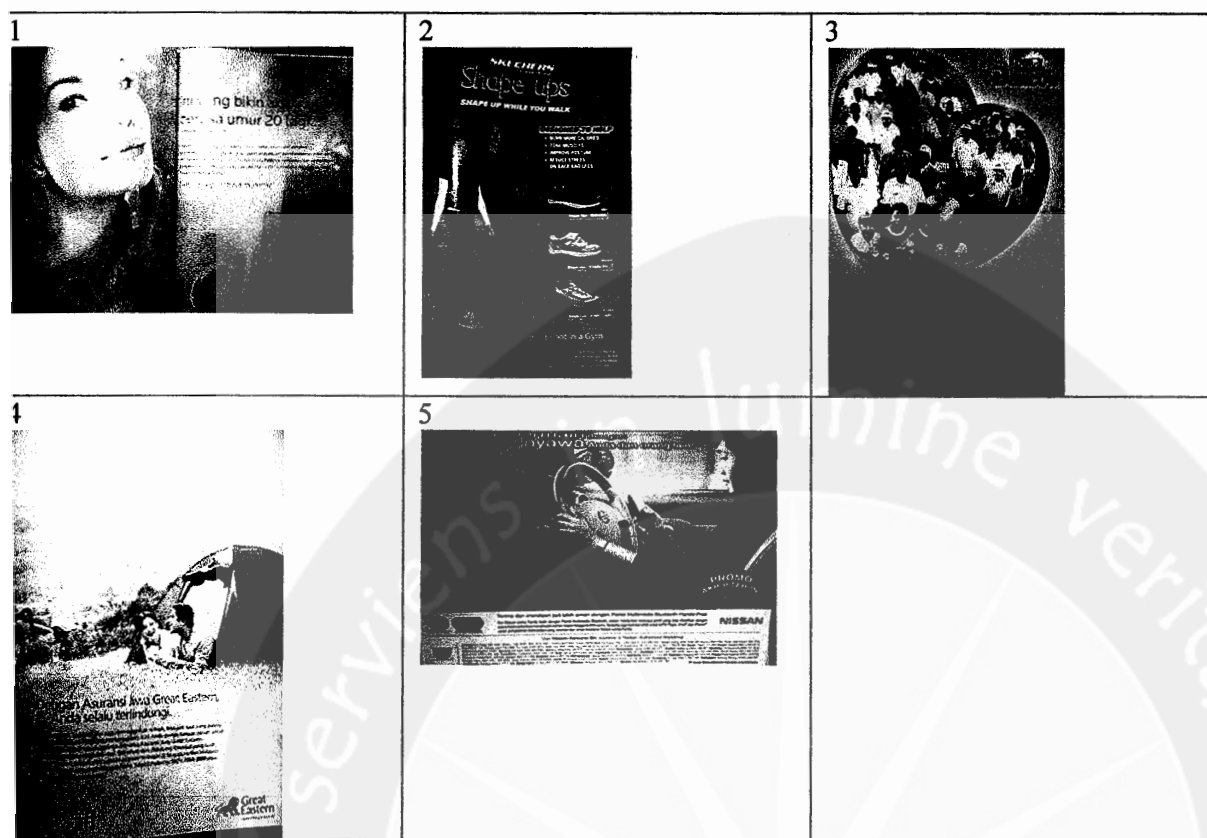
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 47 tahun 2010



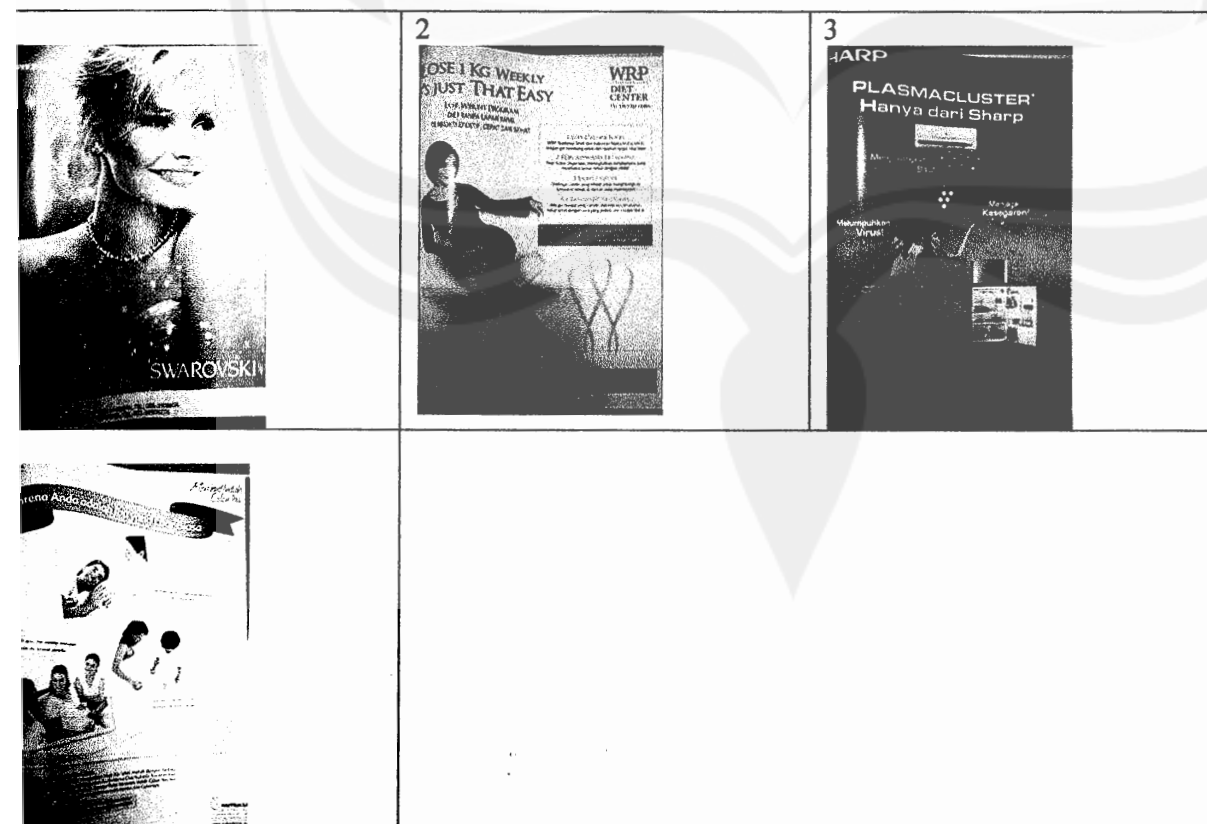
Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 48 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 49 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 50 tahun 2010



Iklan Konsumen Pada Majalah Femina Edisi 51 tahun 2011

