

LAMPIRAN 1

No Iklan: 1

Me & My Nokia 2600 classic
The perfect phone has arrived!
Nokia 2600 classic punya segala yang kita inginkan.

Create
Share
Excite

My Connector

With my Nokia 2600 classic, it's so easy to stay in touch dimanapun dan kapanpun. Sharing hot news dan juicy gossips lewat **SMS** dan **MMS**, update berita milis lewat **email** dan yang paling asyik adalah **Bluetooth**-nya yang bikin gampang tuker-tukeran foto & ringtone sama temen.

My Clique

Cuma Nokia 2600 classic yang punya fitur **multiple phonebook** dengan kapasitas sampai **1000 nama**. Ugh, udah kayak Yellow Pages pribadi deh! Semua nama teman bisa disimpan, from my best-best buddies sampai gebetan dan tetangga radius 10 km =>

My PA

I need a "personal assistant" for my busy life dan Nokia 2600 classic punya jawabannya. **Reminders**nya berguna banget buat ngingetin banyak hal kayak minum vitamin dan ngasih makan pet. **To-do list** nya bikin kita lebih organized. Selain itu juga ada Spreadsheet keuangan dan **Converter**. My PA is so helpful!

My Portfolio

Karena udah dilengkapi **kamera VGA** dan **Video Recorder**, Nokia 2600 classic bisa jadi salesi bisu ratusan foto narsis kita. Nggak ada momen special dan penampilan keren yang nggak bisa diabadikan. Begitu terkumpul, waw... i have my own portfolio! Layar **LCD yang cerah** dan beresolusi tinggi bikin foto makin bagus dan video enak ditonton.

My Mood

As a girl, wajar kalau mood sering naik turun. Asyiknya, Nokia 2600 classic punya **Xpress-on cover** yang bisa diganti sesuka mood kita. I prefer pale gold when i'm feeling posh!

My Groove

I love to create something. Dengan Nokia 2600 classic, kita bisa bikin ringtone dari suara apaaa aja lewat fitur **audio recorder**, terus dishare ke temen-temen. Paling lucu waktu ngererekam suara guru riller, terus dibunyiin di kuping temen yang lagi tidur di kelas, hehehe... Fitur **MP3** dan **FM radio** juga semakin melengkapi our needs of music. Lots of fun in a small-slim phone.

No Iklan: 2

It's time to renew your phone



NOKIA

Tukarkan ponsel lama Anda dengan paket Nokia Black Edition + Kartu Perdana Pascabayar 3

- Diskon sebesar Rp 100.000,- untuk setiap pembelian Nokia 6500 classic Black, Nokia 6500 slide Black atau Nokia 6300 Black dengan menukarkan ponsel lama Anda (merek apa saja) di Nokia Sales & Care Centre tertentu.*
- Gratis kartu perdana pascabayar 3 dengan nomor yang bisa Anda pilih.**
- Diskon tarif percakapan sebesar 25% untuk tagihan bulanan minimal Rp 50.000,- selama 1 tahun penuh.
- Bonus MicroSD 1 GB setiap pembelian Nokia 6300 Black.
- Penawaran terbatas ini hanya berlaku di wilayah Jabodetabek mulai 15 Mei - 15 Juni 2008.

* Nokia Sales & Care Centre Grand Indonesia, Pacific Place, Pondok Indah Mall 2 dan Mall Taman Angrek.
** Untuk 5 digit angka terakhir dan selama persediaan masih ada.



Nokia 6500 classic Nokia 6500 slide Nokia 6300

3 Jaringan GSM-2100
oke New Communication Lifestyle

Untuk informasi lengkap produk Nokia hubungi Nokia Careline (021) 526-6542 atau klik link: www.nokia.co.id/support

Pastikan paket ponsel Nokia Anda disertai Kartu garansi Nokia Indonesia (berlaku 12 bulan untuk service dan suku cadang)

NOKIA
Nokia Careline
Nokia Indonesia
Nokia

No Iklan: 3

XpressMusic. Rock your world.

01:45 04:35

NOKIA
Connecting People

Nokia 5310 XpressMusic

- Memutar musik hingga 18 jam
- Radio FM dengan RDS (Radio Data System)
- Layar dengan 16 juta warna yang tajam
- Kamera 2 megapixel
- Termasuk Micro SD 512 MB

Nokia 5610 XpressMusic

- Memutar musik hingga 22 jam
- Konektivitas 3G dan Video Call
- Kamera autofocus 3,2 megapixel dengan dual flash
- Memutar video dengan kualitas 30 frame/detik
- Slider menu
- Termasuk Micro SD 512 MB

XpressMusic

Untuk informasi lengkap hubungi Nokia Careline (021) 526-6542 atau 66542 (khusus pengguna Telkomsel & Indosat) atau klik ke: www.nokia.co.id/support
Dapatkan juga di outlet-outlet: Erafone 0-800-11-33333, OkeShop (021) 3522-777, Global Teleshop (021) 794-7888, SentraPonsel (021) 6231-3535

Pastikan paket ponsel Nokia Anda disertai kartu garansi Nokia Indonesia (berlaku 12 bulan untuk service dan suku cadang)

NOKIA **NOKIA** **NOKIA**
Selalu ada di Sampingmu Professional

No Iklan: 4

Nokia Nseries presents **Artist of The Month**

NOKIA
Nseries

Nikmati FREE Truetone terbaru "Wonder Woman" dari album Mulan Jameela di Nokia Nseries Anda di bulan April ini!

Ingin menikmati lagu artis favorit di ponsel Anda? Download langsung Truetone Artist of The Month selama bulan April ini langsung dari Nokia Nseries Music Catalogue di Nokia N70, N70 Music Edition, N73, N73 Music Edition, N76, N95 dan N95 8GB. Setiap bulan Anda bisa menikmati artis-artis favorit yang berbeda dengan men-downloadnya secara GRATIS! Ganti ringtone Anda sekarang juga dengan Truetone Artist of the Month kali ini!

* Keterangan lebih lengkap tentang katalog lagu dan cara melakukan download, lihat leaflet yang ada di dalam paket penjualan.

Dapatkan Album, CD dan RBTnya

Available on CD & Cassette

EMI **GUANAMA**

Nokia N70 Music Edition

Nokia N76

Nokia N95 8GB

Nokia N95

UPGRADE

SOFTWARE PONSEL ANDA MELALUI

www.nokia.co.id/softw/upgrade

Untuk informasi lengkap produk Nokia hubungi Nokia Careline (021) 526-6542 atau 66542 (khusus pengguna Telkomsel & Indosat) atau klik ke: www.nokia.co.id/support
lapikan juga di outlet-outlet: Global Teleshop (021) 794-7888, SentraPonsel (021) 6231-3535, Erafone (021) 0 800-11-3333, OneShop (021) 3522-777, In-Touch (Product Data) (021) 526-5030

Pastikan paket ponsel Nokia Anda disertai kartu garansi Nokia Indonesia (berlaku 12 bulan untuk service dan suku cadang)

No Iklan: 5

Nokia N81 & Nokia N81 8GB
 with free two EA mobile™ games.
 Double up your excitement.



NOKIA
Nseries

Download **GRATIS** game **Need for Speed ProStreet** dan **The Sims 2** khusus untuk pembeli Nokia N81!

Puaskan hobi Anda bermain game. Karena hingga akhir April 2008, Anda bisa mendownload gratis 2 game baru dari EA Games: Need for Speed ProStreet dan The Sims 2 untuk Nokia N81 dan Nokia N81 8GB. Mainkan kapan saja Anda mau. Gratis. Tanpa batas waktu.

Cara mendownload lihat leaflet yang ada di dalam setiap paket penjualan Nokia N81 Anda.

Hak cipta © Nokia 2008. Semua hak dilindungi. Nokia, Nseries, N81 8GB, N81 adalah merek-merek terdaftar milik Nokia Corporation. Produk lain atau nama-nama perusahaan lain yang tersebut di sini adalah merek-merek terdaftar atau merek dagang dari masing-masing pemiliknya.



EA mobile™ **ponselplanet**

Entertainment. The next episode.

© 2007 Electronic Arts Inc. EA, the EA logo, The Sims™ and Need for Speed™ are trademarks or registered trademarks of Electronic Arts Inc. in the U.S. and/or other countries. All Rights Reserved. Nissan and the names, logos, marks and designs of the NISSAN products are trademarks and/or intellectual property rights of NISSAN MOTOR CO., LTD. and used under license to Electronic Arts Inc. All other trademarks are the property of their respective owners.

Untuk informasi lengkap produk Nokia, hubungi Nokia Careline (021) 526-6542 atau 66542 (khusus pengguna Telkomsel & Indosat) atau klik ke: www.nokia.co.id/support
 Dapatkan juga di outlet-outlet: SentraPonsel (021) 6231-9535; Erafone 0-800-11-33333; OneShop (021) 3522-777; Global Teleshop (021) 794-7888; In touch (Product Data) (021) 526-5030.

Pastikan paket ponsel Nokia Anda disertai kartu garansi Nokia Indonesia (berlaku 12 bulan untuk service dan suku cadang)



Wawancara dengan Informan

Informan 1

Usia: 15 tahun

Jenia Kelamin: Pria

- P: Kalo dalam iklan ini bagian yang paling menarik?
- I: mmm, dari caranya pengiklan menyampaikan iklannya, caranya unik, cara mereka mempromosikan
- P: ini kan iklan *Nokia 2600 Classic* ya. Bagian mana sih yang paling menarik?
- I: kayaknya bahasa dan penjelasannya enak di baca. Gaul, gak baku, gak formal.
- P: kalo dari judul ini, pesan apa yang mau disampaein pengiklan dengan ngomong “me & my Nokia 2600 Classic”. Bagaimana dengan pilihan bahasanya juga.
- I: kayaknya dari Nokianya ingin apa ya..hari-hari dengan *Nokia 2600 Classic. Me & my*, dimana ada saya pasti ada *Nokia* ini.
- P: kita fokus pada bahasa yang dipilih, kan banyak kata-kata bahasa Inggris di sini, produknya kesannya apa jadinya?
- I: terdengar produk asing. Karena ini produk asing jadi lebih menarik.
- P: ada gak maksud pengiklan menggunakan bahasa Inggris
- I: mungkin dari pihak pengiklan ngeliat pake bahasa Inggris terkesan lebih modern, gaul, futuristik jadi orang-orang ngeliatnya menarik juga. gak cuma bahasa Indonesia yang kesannya gitu-gitu doang.
- P: dengan gambar hp yang besar ini mengkonotasikan apa sih?
- I: berLebih kayaknya, haha. Tapi menarik, terlihat bagus. Kata-kata sekelilingnya menjelaskan fitur-fiturnya. Terkesan lebih gimana ya..baru lah dari yang lain.
- P: citra apa yang tertangkap dengan iklan seperti ini?
- I: kalo diliat dari keseluruhannya hp ini itu kayak apa ya..modern..baru gak kayak hp yang lain. lebih terkesan futuristik. Keliat gaul lah.
- P: apa kira-kira target pasarnya?
- I: anak muda dan anak muda yang sibuk, padet kegiatannya, gaul dan aktif.
- P: kita ke iklan yang kedua. Apa yang paling menarik disini?
- I: bagaimana orang di sini menggunakan hp tersebut. Jadi kita bisa ngebayangin gimana kita menggunakan hp ini di kehidupan sehari-hari.
- P: dengan gambar dua cewek ini. Ini ngasih kesan apa sih ke hpnya?
- I: eeh, kesannya apa ya..mmm, menurut saya sih biasa aja, gimana ya..mungkin itu tadi kali ya..mewah misalnya ngeliat orangnya , pakaiannya mewah, gak biasa.
- P: gimana dengan ini “Ciptakan. Sebarkan. Ekspresikan”

- I: pertama baca suka masih bingung, gak jelas, tapi kalo udah liat, terlintas lagi, menurut saya terserah deh orang mau bilang apa, tapi sebenarnya maksud dari iklan ini gini loh. Ciptakan kesenangan. Keliatan covernya beda.
- P: menurut kamu slogan *Nokia Connecting people* ini mencerminkan apa?
- I: komunikasi sih ya. Tapi, apa ya. Bahasa Inggris ini mengesankan universal, mendunia. *connecting people around the world*.
- P: menurut kamu, *new* ini maksudnya gimana?
- I: mungkin ini baru diproduksi. Biasanya kalo ada kata-kata *new* menarik. Oh ini baru nih.
- P: trus kalo pengiklan mengganti dengan kata-kata *baru*. Ada bedanya gak?
- I: nah itu dia. kayaknya lebih gimana gitu. Lebih menarik pake *new* dari pada *baru*. Dari bahasa Inggris nya sendiri. Keliatan keren, modern.
- P: bahasa Inggris kan hanya ada di tiga bagian ini. Bikin jadi tidak menonjol atau tetep menonjol?
- I: tetep menonjol.
- P: kenapa?
- I: gak tau kenapa. Kalo bahasa Inggris itu langsung terbaca. Apalagi *new* di sini bener-bener kayak ditonjolin.
- P: oke kita ke iklan ketiga. Mana bagian yang paling menarik
- I: pasti hadiahnya
- P: pilihan study tour ke Australia itu menunjukkan apa sih?
- I: apa ya. Kayaknya itu lebih seru karena luar negeri. Kan belum pernah. asik gitu
- P: dari judul ini mana bagian yang menonjol?
- I: *color cover competition*.
- P: karena?
- I: karena itu tadi, terkait dengan bahasa Inggris gitu. Trus berwarna dan terlihat lebih mencolok
- P: gimana dengan dua pria ini. Apa yang bisa kamu lihat?
- I: mmm, yang ini kayak lagi mewarnai sesuatu. Cara berpakaianya sih biasa aja.
- P: dengan penggunaan-penggunaan bahasa Inggris dalam iklan ini, memberikan kesan bagaimana ke Nokianya?
- I: mm, apa ya. Lebih wah lah gitu. Trus modern aja.
- P: Target pasar nya?
- I: kuliah.
- P: kita beralih ke iklan yang lain. Apa yang paling menarik dalam iklan ini?
- I: handphonenya
- P: apa kesan dari susunan hp ini?
- I: lebih apa ya. Futuristik, robotik, kayak lebih modern, keren aja hpnya.
- P: *headline* "it's time to renew your phone" memberi kesan dan pesan apa?
- I: gantilah hp anda yang lama dengan ini.

- P: *headline* dalam bahasa Inggris ini menunjukkan apa?
- I: bener-bener modern banget, keren, trus ada tulisan *black edition*, terdengar eksklusif banget. Hitam itu kan kesannya elegan, mewah. Kalo menurut saya tulisan *editionnya* sangat menonjol. Eksklusif.
- P: apa target pasar dari produk ini?
- I: yang jelas ini lebih ke dewasa atau mmm kelas atas, soalnya terlihat mewah, menonjol banget, keliatan banget elegannya. Keliatan keren. unik. unik.
- P: kalo bahasa Inggris di sini diganti dengan bahasa Indonesia, berpengaruh pada kesannya gak?
- I: kalo di lihat dari iklan ini ya. Meskipun ini diganti dengan bahasa Indonesia, kesannya masih menarik. Soalnya gambarnya menonjol banget. Bener-bener persuasif.
- P: gambar tanpa kata-kata ini (*it's time to renew your phone*) bikin ngerti nggak?
- I: nggak
- P: gak ya. Tetep saling terkait ya.
- P: baik, kita ke iklan berikutnya. Apa yang menarik di sini?
- I: *backgroundnya*
- P: gambarnya maksudnya ya? Visualnya sendiri mengatakan apa?
- I: eeeh. lebih ke musik.
- P: apa sih maksudnya *rock your world* ini?
- I: ee, nokia mau bilang dengan beli hp ini musik ada nada di sekitar lu kapanpun dimanapun.
- P: dan penggunaan bahasa Inggris sendiri itu memberikan kesan apa ke produknya?
- I: ya itu tadi, lebih apa ya..modern lah. Gimana ya. Terlihat sekarang. baru. Gak jadul.
- P: dan penggunaan *x* di sini bukan *ex* itu memberi kesan berbeda gak?
- I: beda, kesan unik dan lebih menarik. Beda dengan kata-kata biasanya
- P: terakhir, target pasarnya siapa?
- I: anak muda yang suka mendengarkan musik. Kelas menengah ke atas
- P: kita beralih ke iklan selanjutnya. Apa yang menarik menurut kamu?
- I: *handphone* yang terlihat besar trus *games*, yah *games* nya tuh kayak bukan games biasa
- P: kenapa terkesan bukan *games* biasa?
- karena sebelumnya saya tahu *games* ini gak ada di hp. Malah aneh, karena biasanya *games* gini nggak ada di hp, jadi seru aja.
- P: dan kata-kata ini, mana yang kelihatan menonjol?
- I: *double up your excitement*
- P: maksudnya mau ngomongin apa?

- I: ya itu terdengar berlebihan. Kata kata *double up. Gamesnya* bikin *double up*. Dengan hp ini bisa main *games* di mana aja. Seru banget
- P: kata-kata *entertainment the next episode*, mau ngomongin apa?
- I: menurut saya *Nokia* itu nunjukin kalo *the next era* hp-hp *Nokia* yang akan dikeluarin itu menonjolkan kesan *entertainment* bukan sekedar *connecting people* biasa. *Nokia* akan lebih banyak ngeluarin *entertainmentnya*.
- P: oke. Dengan penggunaan bahasa Inggris di sini. Apa kesan yang muncul?
- I: eee, tetep menarik, lebih menarik kalo pake bahasa Inggris. Kesannya produknya lebih modern. Maknanya lebih nyampe
- P: target pasar?
- I: *gamers*. Kelas atas
- P: ya. Iklan terakhir. *What do you think?* Bagian mana yangv menarik dan menurut kamu bagaimana?
- I: mmm, visual menarik. Desain grafis yang mewah, kreatif
- P: meunjukkan apa visualnya?
- I: ada gambar perempuan ini, bukan untuk cowok aja, cewek juga bisa. Menonjol banget.
- P: dengan *headline* ini. Pesan apa yang mau disampein?
- I: inilah produk kita yang diistimewakan. *Nokia* mengistimewakan produk ini. Spesial banget. Apalagi ada tulisan *present* terdengar sangat istimewa dan *headline* bahasa Inggris lebih menarik
- P: mengesankan apa pada hpnya ?
- I: seperti hp yang lain, lebih modern, mewah, kayaknya unik lah.
- P: gambar ini gambar siapa sih?
- I: Mulan Jameela kali.
- P: apa maksudnya Mulan Jameela di sini?
- I: *Nokia* ingin bilang kalo Mulan Jmaeela juga pake hp ini loh

Informan 2

Usia: 16 Tahun

Jenis Kelamin: Pria

- P: menurut kamu bagian yang paling menarik di iklan ini apanya?
- I: mmm, kombinasi dari tulisan sama gambarnya
- P: dengan kata-kata *me & my Nokia 2600 Classic* apa sih pesen yang mau disampaikan oleh pengiklan pada orang-orang?
- I: tentang saya dan hp saya nih. Kalo diliat kan di antara si manusia yang punya sama hp k n ada *my connectornya*. Biar orang a dan b bisa berhubungan ada *Nokia 2600 Classic*. Trus sebagai *reminder*, bisa jadi kamera, radio dll.
- P: gimana dengan pilihan bahasanya, bahasa Inggris. Itu memberikan kesan apa ke hpnya?

- I: ee, gaul. maksudnya kalo iklan ini ditujukan untuk remaja, nyampe banget dengan bahasa begini. Sangat dinikmati sama remaja bahasa-bahasa begini.
- P: dengan bahasa Inggris di *headline* dan di judul-judul ini, pesan yang mau disampein pengiklan bahwa produk ini gimana?
- I: produknya menarik. Cocok buat kalian punya. Produknya keunggulannya terlihat jadi terkesan multifungsi. Dengan bahasa Inggris produknya jadi terkesan bagus.
- P: target pasar yang mau dicapai siapa?
- I: remaja. *Mid to high*
- P: ukuran hp yang besar di iklan ini memberikan kesan apa?
- I: kesan persuasif. Beli ini aja. Kan lebih jelas.
- P: pilihan bahasa di *headline* ini memberikan kesan berbeda gak kalo diganti dengan bahasa Indonesia?
- I: beda. Untuk remaja, yang pake bahasa Inggris lebih oke dan menarik
- P: kita ke iklan selanjutnya. *Headline* “ciptakan sebarakan expresikan”. Bagaimana menurut kamu? Bahasa Inggris hanya ada si dua tempat ini. Lainnya bahasa Indonesia.
- I: hpnya cocok untuk orang seumuran ini (dua gambar wanita). Jadi orang yang liat pengen kayak gini. Mereka kelihatannya kan seneng banget.
- P: gimana dengan gaya mereka? Menunjukkan apa?
- I: kesan kalo mereka berumur sekian. *Nokia* kayak gini mungkin cocok untuk orang-orang kayak gini.
- P: kita beralih ke bahasa. Apakah keberadaan bahasa Inggris di sini tidak menonjol?
- I: ee, gak juga. tetep menonjol. Kata *new* di sini lebih sesuai dibandingkan ditulis kata *baru*. Gak enak.
- P: jadi bahasa Inggris di sini memberikan citra atau kesan gimana ke produknya?
- I: kesannya lebih menarik dan kesannya bener-bener baru. Produknya *update*-an terbaru.
- P: *connecting people* sendiri gimana? Apa pesan dari slogan ini?
- I: *Nokia* menghubungkan khalayak ramai. Slogan ini cuma menunjukkan kalo ini produk mereka yang punya slogan *connecting people*.
- P: kenapa sih *Nokia* tetep mempertahankan slogannya menggunakan bahasa Inggris.
- I: lebih universal, trus juga di dunia inikan bahasa yang paling banyak digunakan kan bahasa Inggris jadi di negara manapun akan belajar bahasa Inggris, jadi dengan *Nokia connecting people* itu orang jadi tahu dan ada citra bahwa nokia ini universal.
- P: segmen pasarnya gimana?
- I: gak jauh beda, tetep remaja.

- P: ada satu lagi iklan yang sama. Apa yang menarik dari iklan ini?
- I: menangkan hadiahnya sama mikirin nih gambarnya laki-laki atau perempuan.
- P: kenapa ini bagian yang menarik?
- I: kita bisa kenal sama daerah luar. Jarang-jarang kan?
- P: kenapa sih semua orang pengen ke luar negeri?
- I: karena pengen ngebandingin dengan Indonesia mungkin yang katanya luar negeri itu lebih baik.
- P: disini, dalam judul, bagian mana yang *eye catching*? Kata-kata yang mana?
- I: ekspresikan gaya unik lu. Kalimatnya terkesan nantangin. Maksudnya pa sih, baru baca ke bawahnya.
- P: dengan hadiah yang ditawarkan, pilihan bahasa Inggris pada iklan ini. Pengiklan mau menyampaikan pesan apa sih?|
- I: penggunaan bahasa Inggris itu terkesan oke, masuk ke otak anak muda jaman sekarang yang gitu lah.
- P: berpengaruh gak pada produknya sendiri?
- I: berpengaruh. Produk itu memang ditujukan untuk remaja. Jadi terkesan kalo produknya remaja.
- P: gimana dengan gambar di iklan ini?
- I: walaupun tadi ngliatnya rada aneh, tapi mungkin untuk sebagian orang ini keren, *cool*.
- P: orangnya orang Indonesia bukan sih?
- I: gak tau.
- P: menurut kamu?
- I: bukan
- P: kegiatan ngecetnya ada hubungannya gak dengan pesan yang mau disampein *Nokia*.
- I: ada. *Color covernya* dianalogikan dengan ngecet.
- P: kita ke iklan lain. apa yang menarik dalam iklan ini?
- I: hpnya
- P: menunjukkan apa? Merepresentasikan apa?
- I: kesan modern
- P: berpengaruh gak dengan kata-kata *it's time to renew your phone*.
- I: kesannya modern, teknologi-teknologi gitu.
- P: kalo *it's time to renew your phone*?
- I: waktunya untuk ganti yang baru kan. Hp ini penggantinya.
- P: bahasa Inggris dalam *headline* memberikan kesan apa ke hpnya
- I: kesan bahwa hp ini model terbaru, modern, gaul,
- P: dengan kata-kata *black edition*. Apa yang muncul dibenak kamu?
- I: *cool*.maksudnya keren kelihatan laki-laki.
- P: kalo diganti dengan edisi hitam?
- I: kesannya jadi mistis.

P: kalo *black edition* kesannya apa?

I: *cool*.

P: segmen pasar produk ini apa?

I: lebih laki-laki. Kayak eksekutif muda. jadi *mid high*.

P: kita ke iklan selanjutnya. Apa yang menarik di sini?

I: kedua hp ini sama visualnya

P: visualnya ngungkapin apa sih?

I: ee fitur yang paling ditonjolkan adalah musiknya.

P: *headlinenya* pake bahasa Inggris, mengesankan apa ke hpnya?

I: kesannya hpnya modern, remaja banget, trus oke.

P: kata-kata di *headline* mengutarakan apa?

I: buatlah hidupmu lebih berwarna dengan musik lebih seru dengan musik karena fitur utamanya musik. jadi bisa menikmati musik didukung oleh hp ini dimanapun.

P: segmen pasarnya?

I: remaja. Tidak harus yang maniak musik. Karen apda dasarnya orang suka musik.

P: bagaimana dengan iklan ini? Apa yang menarik?

I: gambar di dalemnya, *games*.

P: kata-kata dalam *headline* menyampaikan apa?

I: *Nokia* terkesan modern karena ada bahasa Inggris, dan ponsel ini untuk para penikmat *games*.

P: *double up your excitement* ngomongin apa?

I: dengan hp ini dan mainan di hp ini pasti akan lebih *excite* dengan games di hp ini.

P: *entertainment the next episode* dengan gambar di atasnya, apa yang mau disampaikan pengiklan?

I: di jaman sekarang itu, *entertainment* itu kan jadi daya tarik. Jadi lebih menarik dengan kata *entertainment* itu.

P: Target pasar?

I: pecinta *games*

P: iklan berikutnya, apa yang menarik?

I: gambar di dalamnya ini?

I: dengan *headline* ini, apa sih yang mau disampaikan *Nokia* ke orang-orang?

I: menunjukkan kalo *Nokia Nseries* ini memang lagi. *Artis of the month* kan yang terbaik ya. Jadi *Nokia* ini juga yang terbaik.

P: dengan pilihan bahasa Inggris di sini memberikan kesan apa?

I: sama kayak tadi, modern dan remaja banget.

P: gambar di sekeliling hp ini menunjukkan apa?

I: keceriaan, warna-warni. Orang-orang *entertainment* banget.

Informan 3

Usia: 14 tahun

Jenis Kelamin: Wanita

P: apa yang sebenarnya menarik dari iklan ini?

I: hpnya ya.

P: kenapa?

I: yang paling menonjol

P: dengan judul “me & my Nokia 2600 Classic” apa sih sebenarnya pesan yang tersirat yang mau disampein pengiklan

I: kesehariannya sama hpnya. Bersama terus bareng hp ini.

P: kalo yang ini menunjukkan apa?

I: menunjukkan isi hp ini apa, menu-menunya apa.

P: dengan bahasa Inggris yang ada di iklan ini memberikan citra apa pada produknya

I: hpnya keren.

P: kalo menurut kamu sendiri bahasa Inggris itu punya kesan apa sih?

I: kesannya kayak mendunia, internasional

P: Target pasar dari produk ini apa?

I: kebanyakan sih kalo kayak gini anak smp gitu, sma, kuliah. Mugkin kelihatannya lebih trendi untuk anak-anak seumuran aku (smp).

P: oke. Kita ke iklan selanjutnya. Produknya sama aja ya. Gimana dengan iklan ini, mana yang menonjol?

I: hpnya

P: kalo dua orang ini menunjukkan apa?

I: mm menunjukkan kalo hpnya cocok dengan seumuran ini. 20an.

P: gimana dengan gayanya?

I: nunjukin hpnya trendi dibawa gaul.

P: gimana dengan *ciptakan sebarakan ekspresikan*. Apa pesan yang ditangkap?

I: kalo hpnya bisa dibuat bikin foto, kirim lewat *bluetooth* foto dan lagunya

P: bahasa Inggris diiklan ini menonjol gak?

I: sedikit.

P: gimana dengan hp ini. Bagian yang menarik apa?

I: hadiahnya

P: kenapa sih?

I: soalnya kan orang-orang kalo liat gini seneng. Kalo liat hadiahnya pengen ikutan

P: hadiah yang paling menarik yang mana?

I: *study tour* ke Australia

- P: kenapa *study tour* ke Australia menarik?
 I: kan Australia itu kayak Inggris tapi di bawahnya Inggris
 P: kenapa kesan Inggris menarik?
 I: Inggris menarik kan Inggris negaranya paling kaya. mata uangnya paling tinggi. Poundsterling. Jadi misalnya orang bisa ke Inggris mungkin kesannya orangnya bisa jadi kaya.
 P: hadiah yang ditawarkan ini memberikan kesan apa ke *Nokia*?
 I: ee. Kesan ke *Nokia*nya, mungkin kalo beli hp ini bisa pergi ke sana.
 P: di judul ini. Bagian mana yang menonjol?
 I: ee *color cover*. Warnanya beda dari yang lainnya.
 P: kalo *color cover* diganti dengan bahasa Indonesia gimana?
 I: kurang menarik. Kesannya itu kayaknya hpnya cuma ada di Indonesia aja.
 P: mmm
 I: kesannya itu takutnya palsu
 P: hahaha. Dua orang ini lagi ngapain sih?
 I: ngecet. Yang satunya lagi liat hasil cetnya
 P: keliatannya mereka orang mana?
 I: luar negeri. Kayak orang eropa.
 P: Oke.
- P: kita ke iklan yang lain. apa yang menarik?
 I: hpnya sama susunannya
 P: susunan ini menyatakan apa?
 I: hpnya itu unik, trus macem-macem, ada yang klasik dan *slide*. Tampilannya lebih lucu
 P: *it's time to renew your phone*. Apa pesan di sini.
 I: waktunya untuk memperbarui hp kamu. Jadi pake hp ini bisa menyempurnain hp yang lama.
 P: bahasa Inggris di sini memberikan kesan apa?
 I: *imagenya* menarik, menarik untuk dipunyai
 P: *black edition*. Apa yang disampaikan melalui *black edition*
 I: hp ini cuma ada warna hitam
 P: hitam sendiri memberi kesan apa?
 I: elegan, simple
 P: kalo diganti dengan bahasa Indonesia memberikan kesan beda gak?
 I: iya, jadi kurang keren. *Black edition* itu kesannya keren, ada suatu tonjolan keunggulan sendiri
 P: target pasarnya siapa?
 I: anak umur 20-40.
- P: oke kita ke hp selanjutnya. Apa yang menarik di sini?
 I: hp dan *xpress music*

- P: kalo liat iklan ini yang ditonjolin di hp ini apa?
 I: musiknya
 P: *Xpress music rock your world* disini mengungkapkan apa?
 I: kita bisa dengerin lagu sesuka kita kayak punya dunia sendiri
 P: bagaimana dengan pilihan bahasanya? Menurut kamu gimana?
 I: bagus.
 P: bagaimana pengaruh pada citra produknya?
 I: kesannya itu keren, canggih, sama kesan elegan
 P: kenapa memberi kesan canggih bahasa Inggris itu?
 I: mm canggih. kan karena orang luar negeri lebih canggih dari orang Indonesia
 P: target pasar?
 I: Orang-orang yang suka music. smp sampe 40an.
 P: *x* disini member kesan lain gak?
 I: hehe. Kesannya itu lebih klik dari pada *ex*. Ada gregetnya. Hpnya lebih waw dari lainnya.
- P: nah, apa yang menarik di sini?
 I: *gamesnya*
 P: kemudian, dengan judul *double up your excitement* ini, apa yang mau disampein pengiklan ke orang-orang?
 I: kalo dengan *games* di hp ini itu bisa lebih bagus bagus dari yang lainnya
 P: gimana dengan pilihan bahasanya?
 I: mencitrakan kalo hp ini bisa digunain oleh semua orang di dunia. Jadi orang di dunia ini bisa pake hp ini. *Gamesnya* tampak lebih menarik.
 P: *entertainment the next episode*. Apa yang mau disampaikan dengan kata-kata ini?
 I: ee gunain hp ini bisa mencerminkan orang *entertainment*. ada lagunya, *gamesnya* trus kesannya lebih bagus buat yang suka musik atau *games*.
 P: target pasarnya
 I: 10 tahun sampe 40an. Fiturnya lengkap. Orang kerja biasanya suka e-mail.
- P: gimana dengan iklan ini. Apa yang menarik?
 I: hpnya
 P: ada apa sih dengan mulan Jameela di situ?
 I: kalo beli hp ini bisa dapet lagunya
 P: kalo *headline* ini gimana? *Nokia Nseries present artist of the month*. Apa yang mau diungkapkan pengiklan
 I: hpnya ini bisa mewujudkan musiknya. Speakernya lebih bagus, memori untuk music lebih banyak. *Artist of the month* memungkinkan kita nyimpen lagu artis bulan ini berikutnya dan berikutnya
 P: banyaknya bahasa Inggris diiklan ini mencitrakan apa?
 I: lebih keren trus lebih menarik

- P: targetnya?
 I: 12 sampe 20an
 P: gambar sekitar hp ini nunjukin apa?
 I: nunjukin kalo hp ini ada musiknya. *Music playernya* bagus. Kita denger lagu pake hp ini bisa jungkir jungkir, seneng-seneng.

Informan 4

Usia: 14 tahun

Jenis Kelamin: Wanita

- P: Oke, kita sekarang ke iklan pertama. Bagian yang menarik dalam iklan ini menurut kamu apa?
 I: Hpnya
 P: Kenapa menarik?
 I: Bagus, dari fisiknya kelihatan.
 P: kenapa langsung tertarik melihat hpnya?
 I: karena kan yang mau dibeli hpnya. Jadi lihat hpnya dulu baru fitur-fiturnya.
 P: gimana dengan gambar-gambar di samping-sampingnya (hp)? Nunjukin apa?
 I: nunjukin kecanggihan-kecanggihan hpnya
 P: kalo subjudul-subjudul yang ada di iklan ini gimana?
 I: nunjukin fitur-fiturnya yang canggih.
 P: nah, sekarang ke *headline* “me & my Nokia 2600 Classic”, apa pesan yang mau disampein pengiklan lewat kata-kata ini?
 I: mmm, kan ini majalah remaja gitu, mungkin...*Nokia 2600 Classic* cocok untuk remaja dan apa...maksudnya hpnya ini bersahabat banget dengan kita gitu. Karena *me & my* itu
 P: kalo dari ini semua (menunjuk pada keseluruhan iklan) orang yang punya hp ini gimana sih?
 I: mmm kayaknya buat pelajar sama orang kelas menengah ke atas. Remaja yang terpelajar.
 P: apa sih pentingnya bahasa Inggris pada iklan ini? Kesan apa yang ada.
 I: keren, keren banget. Dan...di kenal luas. Luas di Indonesia dan luar Indonesia.
 P: oke, kita ke iklan selanjutnya. Apa yang menarik dari iklan ini?
 I: Yang menarik hpnya sama fiturnya.
 P: hpnya yang menarik ya. Gimana dengan gambar dua cewek ini. Kan gede tuh gambarnya.
 I: gah ah! Cewek. Hahaha
 P: haha. Ooo jadi kalo untuk remaja cewek mendingan gmabar cowok ya (informan tertawa mengiyakan) haha. Oke oke. Tapi, apa sih sebenarnya maksud gambar ini? Ngasih citra tertentu gak ke hpnya?

- I: orangnya kayaknya orang kuliah gitu. Jadi kayaknya kesan hpnya itu cocoknya untuk orang kuliah. Yah, meskipun di luar itu ada kali yang punya.
- P: oke. *Headline* “Ciptakan.Sebarkan.Ekspresikan”. apa yang mau disampein oleh pengiklan?
- I: apa ya? Mmm yah, kita bias bikin sesuatu di hpnya. Bikin apa gitu. Nah itu di bawahnya kan ada *xpress-on cover*, mungkin itu bias bikin *wallpaper* mungkin
- P: mmm gitu ya. Trus *sebarakan ekspresikan*?
- I: trus dikasih liat gitu sama temen-temennya. Maksudnya ekspresikan itu ekspresikan *mood* kita ke *wallpaper* itu.
- P: o...gitu. Bahasa Inggris ada di mana aja di iklan ini?
- I: di nama hpnya, sama di itu *connecting people*, sama di *new*.
- P: dari ketiga tempat itu, sebenarnya bahasa Inggris penting gak sih di iklan ini?
- I: kalo slogannya penting. Kalo *new* diganti *baru* gah ah. Jelek. Jelek . lebih familiar *new*.
- P: kesannya gimana?
- I: jadi jadul. Hehe. Nokia jadi...mmm...slogannya kan *connecting people*, masak tulisannya *baru* gitu. Jadi jelek kayak gitu.
- P: jadi bahasa Inggris sebenarnya memberikan citra yang bagaimana sih?
- I: mmm, kesan keren, bagus
- P: kalo liat iklan ini, *Nokia 2600 Classic* untuk remaja bukan?
- I: kalo itu kayaknya semua kalangan deh. Lebih umum.
- P: kita ke iklan ketiga. Apa yang menarik di sini?
- I: hadiahnya.
- P: kenapa menarik?
- I: yah selain luar negeri, trus nginep lagi, yah kan di sana enak gitu. Trus sama *Mcbook* kayaknya bahasanya keren gitu. Kayaknya bagus gitu. Padahal gak tau apa.
- P: gak tau apa tapi keren ya. Karena pake bahasa Inggris?
- I: hehe.
- P: dari sini, judul ini, mana sih yang menonjol?
- I: *color cover competition*.
- P: ooo. Karena?
- I: karena itu intinya, itu kompetisi *color cover competition*.
- P: kalo diganti aja dengan bahasa Indonesia gimana? Disamain dengan yang lain.
- I: gak cocok. Udah modelnya bule, trus hadiahnya *study tour* masak judulnya begitu (dengan bahasa Indonesia).
- P: kesan bahasa Inggris memang gimana?
- I: bagus, ada kesan modernnya.
- P: dua orang ini gimana, Tasya? Apa yang kamu lihat di sini?
- I: *2600 Classic* kesannya cocok buat anak kuliah sama orang kerja. Ini kan satunya kayak orang kerja.

- P: kita ke iklan selanjutnya ya (*Black edition*). Yang menarik apa di situ?
- I: mmm. Itu hpnya. Mmm promonya
- P: dimananya, bagian apanya?
- I: ininya nih (menunjuk bagian *bodytext*)
- P: ini menarik ya.kalo “it’s time to renew your phone”? apa yang mau disampein pengiklan?
- I: kan disambung sama yang ini kan misalnya hpnya lama trus tucker dengan yang itu (nunjuk gambar Nokia Black Edition) jadinya disuruh untuk memperbarui hp kamu gitu
- P: jadi ini hp yang paling terkini?
- I: Iya
- P: formasi hp ini menunjukkan apa?
- I: kayaknya gak ada apa-apa. Biar unik aja.
- P: biar kesannya unik ya. Bahasa Inggris dalam iklan ini memberikan kesan yang bagaimana ke produknya?
- I: mmm. Sama keren juga, tapi dikit.
- P: kenapa dikit.
- I: karena bahasa Inggrisnya cuma dikit di situ. Bahasa Inggris bikin kesan jadi modern gitu.
- P: mm. jadi mempengaruhi ya bahasa Inggris. Gimana kalo *black edition* diganti dengan kata-kata bahasa Indonesia.
- I: Ah gak. Jadul kayaknya.
- P: kesannya apa tuh.
- I: kuno
- P: kuno. Haha. Aduh bahasanya sendiri dihina-hina. hahaha
- I: sudah terbiasa maksudnya. Dari dulu udah kayak gitu.
- P: target pasarnya siapa sih?
- I: orang-orang kerja gitu.orang menengah ke atas.
-
- P: Nah, kita ke sini nih. Apa yang menarik?
- I: hpnya
- P: hpnya menarik ya. Kalo *background* di belakangnya menarik gak?
- I: Cuma nunjukkin, yah karena itu kan *xpress music*.
- P: yang ditonjolkan di hp ini adalah?
- I: e..suaranya itu bagus
- P: kelihatannya kualitasnya gimana?
- I: kualitasnya bagus
- P: *xpress music rock your world*. Apa yang mau disampein pengiklan ke kamu? Dengan model begini dan pake bahasa Inggris.
- I: musiknya itu bagus, trus jadi ee apa..kalo misalnya beli hp ini dunia kita jadi bermusik. Jadi, kalo kita main hp, dikit-dikit kita main musik
- P: mmm. X ini ada kesan berbeda gak kalo di tulis *ex*.

- I: kelihatan lebih keren aja
- P: mmm jadi ada bedanya ya. Oke. Sasarannya siapa?
- I: smp sampe kuliah
- P: karena?
- I: karena anak muda kan suka musik.
- P: mmm, tadi suaranya gimana?
- I: kenceng.
- P: hp nya keliatannya gimana di iklan ini?
- I: mewah
- P: selanjutnya. Apa yang menarik di iklan ini?
- I: hpnya
- P: hpnya ya. Bukan Mulan Jameela.hehe. apa maksudnya ada Mulan Jameela di situ?
- I: kan Muan Jameela berhubungan sama promonya. Nikmati *free truetone wonder woman*. *Wonder womankan* lagu dia. Masa orangnya orang lain gitu.
- P: jadi itu nunjukin apa?
- I: mungkin kualitas gambarnya juga bagus.
- P: kalo gambar di sekeliling ini gimana?
- I: eee. Bikin itu. Lumayan bagus juga deh. Kualitas suaranya gitu.
- P: ee kita ke *headline*. *Nokia Nseries present artist of the month*. Apa nih sebenarnya yang mau pengiklan sampaikan.
- I: mmm. *Nokia Nseries* itu apa...apa ya...mungkin lagi sambil promonya Mulan Jameela. Biar dapet itu. *Free truetone* terbaru dari *wonder woman*.
- P: ada keuntungannya gak ada Mulan buat Nokia
- I: untung dua-duanya.
- P: oke. Bahasa Inggris yang digunakan dalam iklan ini memberikan citra seperti apa ke hpnya?
- I: hpnya itu bagus trus itu. Bagus itu bagus.
- P: bahasa Inggris pada iklan ponsel berpengaruh gak pada pencitraan hp nya.
- I: berpengaruh.
- P: sehingga menjadi gimana
- I: jadi kelihatan lebih keren. Bahasa Inggris itu keren. Jadi hpnya jadi keren juga.

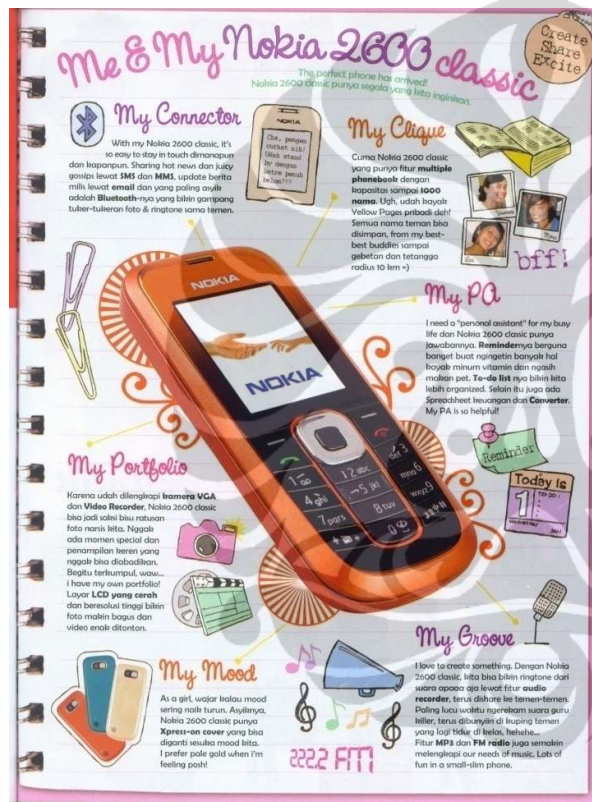
Lampiran 3
Wawancara dengan Pengiklan

Isilah data pribadi Anda di bawah ini.

Nama: Riadi Sugihyani

Jabatan: *Marketing Director* / Direktur Pemasaran *Nokia Indonesia*

No iklan: 1



Berikut ini disajikan beberapa pertanyaan mengenai iklan Nokia di atas. Anda diharapkan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan cara memberikan tanda cek (✓) pada salah satu alternatif jawaban atau mengisi jawaban di tempat yang telah disediakan.

1. Apakah tujuan Nokia menggunakan bahasa Inggris dalam iklannya?

Memberikan kesan (pilihan dapat lebih dari satu):

- internasional
- global
- modern

- kosmopolitan
 remaja
 high class
 canggih
 berkualitas tinggi
 Lainnya: _____
2. Apakah penggunaan bahasa Inggris ini ada hubungannya dengan *positioning* produk Nokia yang diiklankan? *Positioning* apakah yang diharapkan?
 _____ Tidak _____
 _____ Positioning: connecting people _____
3. Apakah penggunaan bahasa Inggris memiliki dampak dalam hasil penjualan (dampak yang menguntungkan) ?
 _____ Tidak _____

 Apakah berlaku bagi semua iklan Nokia?
 _____ Tidak _____

4. Siapakah khalayak sasaran yang dituju?
 _____ Pria/wanita, 20—35 tahun, Urban/Suburban _____

No Iklan: 2

It's time to renew your phone

NOKIA

Tukarkan ponsel lama Anda dengan paket Nokia Black Edition + Kartu Perdana Pascabayar 3

- Diskon sebesar Rp 100.000,- untuk setiap pembelian Nokia 6300 classic Black, Nokia 6300 slide Black atau Nokia 6300 Black dengan menukarkan ponsel lama Anda (merek apa saja) di Nokia Sales & Care Centre tertentu.*
- Gratis kartu perdana pascabayar 3 dengan nomor yang bisa Anda pilih.**
- Diskon tarif percakapan sebesar 25% untuk tajihan bulanan minimal Rp 50.000,- selama 1 tahun penuh.
- Bonus MicroSD 1 GB setiap pembelian Nokia 6300 Black.
- Penawaran terbatas ini hanya berlaku di wilayah Jabodetabek mulai 15 Mei - 15 Juni 2008.

* Nokia Sales & Care Centre Grand Indonesia, Pacific Place, Pondok Indah Mall 2 dan Mall Laman Anggrek.
** Untuk 3 Oke angka terakhir dan selama periode promo. Nomor 3 Oke.

3 Oke
Nokia 6300 classic Nokia 6300 slide Nokia 6300

Berikut ini disajikan beberapa pertanyaan mengenai iklan Nokia di atas. Anda diharapkan menjawab pertanyaan-pertanyaan tersebut dengan cara memberikan tanda cek (✓) pada salah satu alternatif jawaban atau mengisi jawaban di tempat yang telah disediakan.

1. Apakah tujuan Nokia menggunakan bahasa Inggris dalam iklannya?

Memberikan kesan (pilihan dapat lebih dari satu):

internasional

global

modern

kosmopolitan

remaja

high class

canggih

berkualitas tinggi

Lainnya: _____

2. Apakah penggunaan bahasa Inggris ini ada hubungannya dengan *positioning* produk Nokia yang diiklankan? *Positioning* apakah yang diharapkan?

_____Tidak_____

_____Positioning: Fashionably Stylish_____

3. Apakah penggunaan bahasa Inggris memiliki dampak dalam hasil penjualan (dampak yang menguntungkan) ?

_____Tidak_____

Apakah berlaku bagi semua iklan Nokia?

_____Tidak_____

4. Siapakah khalayak sasaran yang dituju?

_____Wanita: 25—35 tahun, tinggal di kota_____

2. Apakah penggunaan bahasa Inggris ini ada hubungannya dengan *positioning* produk Nokia yang diiklankan? *Positioning* apakah yang diharapkan?

_____ Tidak _____

_____ Positioning : Musik _____

3. Apakah penggunaan bahasa Inggris dalam iklan memiliki dampak dalam hasil penjualan produk (dampak yang menguntungkan) ?

_____ Tidak _____

Apakah berlaku bagi semua iklan Nokia?

_____ Tidak _____

4. Siapakah khalayak sasaran yang dituju?

_____ Kawula muda penyuka musik _____