

ABSTRAKSI

Bisnis bacaan terutama komik telah berkembang menjadi bisnis yang menguntungkan. Dunia bisnis komik telah diperkaya dengan munculnya format baru komik, yaitu majalah komik. Salah satunya adalah Majalah komik Hanalala, yang kini sudah berada di dunia bisnis perkomikan selama dua tahun. Tentunya telah menarik banyak konsumen bahkan ada yang menjadi pembaca setia.

Penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai segmentasi majalah komik Hanalala ini. Beberapa kategori segmentasi telah ditetapkan sebagai dasar untuk melakukan analisis segmentasi, yaitu Demografis, Psikologis, Psikografis dan Benefit. Dari keempat Kategori segmentasi itu dibagi lagi menjadi 28 variabel, yang akhirnya menghasilkan 3 segmen yang mewakili konsumen majalah komik Hanalala.

KATA KUNCI: Analisis Segmentasi, Majalah Komik Hanalala

