

BAB IV

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Penelitian ini ingin mencari tahu faktor-faktor yang mendorong pengiklan memasang iklan di *free magazine*. Pada dasarnya pengiklan tidak mempermasalahkan apakah media yang digunakan untuk memasang iklan adalah majalah yang diberikan secara gratis atau majalah yang berbayar. Pengiklan lebih memperhatikan target market atau pembaca, pendistribusiannya, karakteristik media dan harga, yang mana kriteria-kriteria seperti ini terdapat pada majalah pada umumnya. Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, faktor-faktor yang mendorong pengiklan dalam memilih media untuk memasang iklan terdiri dari target market atau pembaca, pendistribusian majalah, karakteristik media, harga, kerja sama, relasi, kemampuan karyawan dan pelayanan. Faktor-faktor tersebut merupakan faktor yang paling diingat oleh informan, yang telah diurutkan berdasarkan faktor yang paling banyak disebutkan oleh informan.

Pada faktor target market, pengiklan memilih *free magazine* yang memiliki target market atau pembaca yang sama dengan target market produk perusahaan pengiklan. Pendistribusian majalah berkaitan dengan penentuan lokasi *drop spot* dari *free magazine* tersebut. Karakteristik media merupakan penampilan fisik majalah yang dilihat dari isi atau konten dari majalah,

kemudian konsep, tema maupun topik yang diangkat serta artikel, informasi yang disampaikan di dalam majalah tersebut. Faktor harga berkaitan dengan negosiasi, diskon dan bonus yang diberikan kepada calon pengiklan. Faktor kerja sama berupa keuntungan yang diterima masing-masing pihak, seperti *media partner* dan *sponsorship*. Relasi menjadi salah satu faktor pendorong karena dengan relasi yang baik akan membangun rasa nyaman dan kepercayaan dari pengiklan. Kemampuan karyawan merupakan kualitas karyawan perusahaan media yang dilihat dari kemampuan dalam memenuhi keinginan pengiklan. Faktor pelayanan merupakan kemudahan dalam proses pemasangan iklan yang dilihat pada saat *dealing* yang dilakukan karyawan media dengan pengiklan dan penyampaian materi iklan.

B. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi pengiklan memasang iklan di *free magazine*, peneliti memiliki beberapa saran, yaitu :

1. Secara Akademis

Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya dimana hasil penelitian ini digunakan sebagai data pembanding untuk peneliti selanjutnya yang ingin melakukan penelitian mengenai faktor-faktor yang mendorong pengiklan memasang iklan di majalah yang berbayar. Penelitian ini bisa dilakukan untuk melihat apakah faktor-faktor yang mendorong pengiklan untuk memasang iklan di *free*

magazine akan sama dengan faktor- faktor yang mendorong pengiklan untuk memasang iklan di majalah yang berbayar.

2. Secara Praktis

- a. Kepada My Magz, pengiklan mengharapkan agar tetap mempertahankan yang sudah ada, baik dari sisi majalahnya seperti *layout*, konten, dan informasinya maupun kinerja karyawannya.
- b. Penentuan lokasi *drop spot* Majalah My Magz dapat dijadikan suatu strategi dalam menarik calon pengiklan karena calon pengiklan dapat melihat langsung penampilan fisik Majalah My Magz, siapa saja dan seberapa banyak orang yang mengambil atau membaca Majalah My Magz.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Arens, William F. 2004. *Contemporary Advertising Ninth Edition*. New York : McGraw-Hill.
- Belch, George E, Belch Michael A. 2007. *Advertising and Promotion : An Integrated Marketing Communications Perspective Seventh Editions*. New York : McGraw-Hill.
- Duncan, Tom. 2005. *Principles of Advertising & IMC Second Editions*. New York : McGraw-Hill.
- Herujito, Yayat M. 2001. *Dasar-Dasar Manajemen*. Jakarta : PT. Grasindo.
- Jefkins, Frank. 1997. *Periklanan Edisi Ketiga*. Jakarta : Erlangga.
- Kasali, Rhenald. 1992. *Manajemen Periklanan : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia Cetakan Kedua*. Jakarta : Pustaka Utama Grafiti.
- Kotler, Philip, Amstrong, Gary. 2006. *Prinsip-Prinsip Pemasaran Edisi 12 Jilid 2, Alih bahasa Sabran, Bob*. Jakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Lane, Ronald W, Karen Whitehill King, J Thomas Russel. 2009. *Prosedur Periklanan, Edisi Ke-17 Jilid 1 : Alih bahasa Pohan, C. V. P Renate*. Jakarta : PT Indeks.
- Shimp, Terence A. 2003. *Periklanan Promosi Aspek Tambahan Komunikasi Terpadu Edisi Ke-5 Jilid 1, terj. Revyani Sjahrial, Dyah Anikasari*. Jakarta : Erlangga.

Jurnal

Griselda, Gretel & Tagor Muda Panjaitan. Analisis Pengaruh Kualitas Layanan Terhadap Kepuasan Konsumen Restoran Pulau Dua, Jurnal Manajemen, Vol 2, No 1, Januari 2007.

Kanso, Ali. Factors of Media Selection for International Markets : A Study of U.S. – Based Advertising Executives, International Journal of Commerce Management 5, 4 (1995) : 95.

Sumber Online

Firdanianty & Nurini, Farida Nawang. *Apa Kabar Majalah Gratis?*. Artikel Kamis 7 September 2006. (Diakses 2 desember 2011) dari : <http://202.59.162.82/swamajalah/tren/details.php?cid=1&id=4884>

Fitrianto, Dahono. *Gratis Tanpa Jadi Minimalis*. Artikel pada Harian Kompas 3 Februari 2006. (Diakses pada 20 Juni 2012) dari : <http://www.kompas.co.id/kompas-cetak/0602/05/kehidupan/2412180.htm>

Ivan. *Perbincangan Bisnis Cetak Gratis Bersama Yogi Prasetya*. Artike 30 Oktober 2009. (Diakses pada 20 Juni 2012) dari : <http://www.navinot.com/2009/04/30/perbincangan-bisnis-cetak-gratis-bersama-yogi-prasetya/>

Nielsen's Advertising Service. 2011. Advertising Spending Increased 20% in First Quarter 2011 : Nielsen. (Diakses 18 November 2011). Tersedia dalam World Wide Web : <http://www.acnielsen.co.id/news/Release030511.shtml>

Profil My Magz. (Diakses 15 Maret 2012) dari : mymagz.swaragama.com/

LAMPIRAN 1 : INTERVIEW GUIDE

1. Mengapa perusahaan anda memasang iklan? Apakah tujuan perusahaan anda memasang iklan?
2. Bagaimana proses perusahaan anda memasang iklan? Apakah datang langsung ke perusahaan yang menawarkan jasa penjualan *space* iklan atau melalui biro iklan? Mengapa?
3. Mengapa perusahaan anda memilih majalah gratis untuk memasang iklan?
4. Dari mana perusahaan anda mengetahui Majalah My Magz?
5. Bagaimana karakteristik Majalah My Magz menurut perusahaan anda?
6. Mengapa perusahaan anda menggunakan Majalah My Magz sebagai media untuk memasang iklan perusahaan anda?
7. Apakah faktor-faktor yang menjadi pertimbangan perusahaan anda dalam memilih media untuk memasang iklan? Mengapa?

(Setelah informan menjawab, peneliti menggali lebih dalam lagi tentang faktor-faktor yang disebutkan dan mencari tahu faktor lainnya)
8. ada hambatan ketika perusahaan anda ingin memasang iklan di Majalah My Magz? Jika ada, jelaskan hambatan yang seperti apa.
9. Apakah ada saran dan kritik perusahaan anda sebagai pengiklan untuk kemajuan Majalah My Magz?

LAMPIRAN 2 : PROFIL INFORMAN

1. Pengiklan yang sudah sejak lama memasang iklan di Majalah My Magz

Nama : Gagat Handoyo

Pekerjaan : Direktur Delana Tours & Travel

Alamat Kantor : Jln. Cantel 5B Semaki Umbulharjo

No. Telepon : 0274 547207

2. Pengiklan yang sering memasang iklan di Majalah My Magz

Nama : Juliawati Sugianto

Pekerjaan : Marketing Communication Manager Sheraton Mustika

Yogyakarta

Alamat Kantor : Jln. Laksada Adisucipto KM 8,7 Yogyakarta

No. Telepon : 0274 488588

3. Pengiklan yang pada *moment* tertentu memasang iklan di Majalah My Magz

Nama : Agatha Putri

Pekerjaan : Business Leader Dixie Easy Dining

Alamat Kantor : Jln. Affandi 40 Yogyakarta

No. Telepon : 08174909886

4. Pengiklan yang hanya pernah sekali memasang iklan di Majalah My Magz.

Nama : Santi Zaidan

Pekerjaan : Pemilik Santi's Shop

Alamat Kantor : Jln. Affandi Yogyakarta

No. Telepon : 085743652535

5. Pengiklan baru yang memasang iklan di Majalah My Magz.

Nama : Yopie Kurniawan

Pekerjaan : Branch Manager PT. Tama Cokelat Indonesia

Alamat Kantor : Jln. Umbul Kulon, Lolajar, Ngaglik, Sleman

No. Telepon : 081802782268

LAMPIRAN 3 : HASIL WAWANCARA

Peneliti (P), Informan (I)

Informan 1 : Gagat Handoyo, Direktur Delana Tours & Travel

- P : Apakah produk perusahaan Bapak?
- I : Perusahaan kami menawarkan penjualan tiket pesawat dan kereta api..
Lalu kami juga menyediakan paket-paket tours, baik tours di dalam negeri maupun ke luar negeri.
- P : Target market Delana Tours siapa, Pak?
- I : Target market kami adalah orang-orang yang ada di Jogja dan sekitarnya.
Orang-orang yang suka melakukan perjalanan
- P : Tujuan dari memasang iklan, untuk apa Pak?
- I : Kami ingin memperkenalkan produk kami ke masyarakat Jogja dan sekitarnya.. supaya mereka tahu ada Delana Tours & Travel.
- P : Oh untuk *branding*.. Kalau begitu kenapa memilih majalah gratis Pak?
- I : Yah jika majalah tersebut diberikan secara gratis maka penyebarannya ke masyarakat lebih mudah. yang lihat, baca banyak.. Jadi masyarakat yang melihat iklan kami pun banyak.
- P : Kalau untuk Majalah My Magz, bapak tahu dari mana?
- I : Saya pernah melihat Majalah My Magz di beberapa tempat.. pernah membacanya juga.
- P : Selain My Magz, bapak tahu ada media cetak lain yang diberikan secara gratis?
- I : Saya tidak tahu..
- P : Selain majalah, misalnya tabloid, buletin, koran atau apa saja.
- I : Tidak, saya tidak tahu..
- P : Pasang iklan di Majalah My Magz sudah berapa kali Pak?
- I : Sekitar tahun 2010 lalu saya pernah pasang iklan di My Magz, lalu untuk bulan Juni besok pasang iklan lagi di sana.
- P : Kalau boleh tahu 2010 lalu tepatnya bulan apa ya? Hehe
- I : Sekitar bulan Oktober.. pokonya pada waktu itu My Magz masih baru
- P : Iya, My Magz Agustus pertama kali terbit. Berarti pada waktu itu My Magz masih sangat baru, kenapa Bapak berminat pasang di sana? Kan masih baru Pak majalahnya.
- I : Ya karena sebelumnya saya pernah pasang di Kabar AJ, jadi saya sudah mengenal karyawan My Magz.
- P : Oh begitu.. Pada waktu itu gimana Pak, karyawan My Magz yang nawarin *space* iklan ke Bapak?
- I : Tidak, saya yang menelpon mereka.
- P : Itu bagaimana Pak prosesnya?
- I : Saya waktu itu lihat Majalah My Magz, setelah saya baca penampilan majalahnya bagus. Jadi waktu itu saya telpon ke My Magz untuk menanyakan pemasangan iklan di sana. Lalu mereka datang ke kantor saya, setelah itu materi iklannya saya kirimkan ke *email*.

P : Oh jadi langsung nelpon ke My Magz.. untuk prosesnya apakah menggunakan biro iklan atau bagaimana Pak?

I : Tidak, saya langsung ke mereka.

P : Pernah ada hambatan dalam proses pemasangan iklan di My Magz?

I : Tidak, sejauh ini belum pernah ada

P : Kalau untuk karakteristik Majalah My Magz, menurut Bapak My Magz majalah yang seperti apa?

I : Dari segi isi, Majalah My Magz memberikan kesan bahwa pembacanya berasal dari kalangan sosialita Kota Jogja.

P : Kenapa Pak memilih My Magz untuk pasang iklan?

I : My Magz penampilannya bagus, begitu juga dengan artikel-artikelnya. Saya memiliki analisa pribadi mengenai pembaca My Magz yang kebetulan target market Delana Tours & Travel. Saya juga memperhatikan dimana majalah ini disebar.. dari sini bisa diambil kesimpulan mengenai siapa pembacanya.

P : Penampilan maksudnya dilihat dari sisi apanya Pak?

I : Bentuknya majalah, kalau kayak tabloid gitu saya tidak tertarik.

P : Ya ya ya.. Kalau faktor yang lain ada gak Pak yang mendorong anda memasang iklan di Majalah My Magz?

I : Hmmm.. mungkin lebih ke target market mereka yang sama dengan target market Delana Tours & Travel.

P : Kalau untuk masalah harga di My Magz, gimana Pak?

I : Mereka pasang harga yang cukup kompetitif ya, fleksibel juga.. mereka bisa memenuhi *budget* klien. Jadi misalnya saya punya *budget* segini tapi saya mau iklan yang seperti apa, mereka berusaha mewujudkan itu. Ya mungkin ini juga termasuk faktor kenapa saya memilih My Magz.

P : Ada bonus atau diskon gitu Pak di sana? Secara perusahaan Bapak kan sudah cukup lama pasang iklan di sana.

I : Saya pernah dibuatkan artikel tentang tour kami. Reporternya juga ikut meliput kegiatan kami.

P : Untuk karyawan My Magz-nya sendiri, bagaimana Pak orang-orangnya?

I : Yah mereka sangat terbuka sekali untuk bekerja sama. Selalu memberikan info-info terbaru juga.

P : Setelah beberapa kali memasang iklan di Majalah My Magz apakah efektif beriklan di sana? Bagaimana efeknya?

I : Sejauh ini perusahaan kami belum pernah menilai atau mencari tahu kepada klien kami mengenai iklan kami di Majalah My Magz. Tapi kami selalu percaya bahwa kami perlu melakukan *branding* untuk memperkenalkan produk perusahaan kami. Ya, hal itu saya serahkan kepada karyawan di My Magz untuk mewujudkan harapan dan keinginan tersebut.

P : Oke Pak.. mungkin yang terakhir, apakah ada kritik atau pun saran untuk My Magz?

I : Harapannya My Magz tetap mempertahankan yang sudah ada saja.. *Image* My Magz sudah bagus.

**Informan 2 : Juliawati Sugianto, Marketing Communication Manager
Sheraton Mustika Yogyakarta**

- P : Pertanyaan pertama nih Mbak, bisa jelasin sedikit gak tentang produk perusahaan anda. Seperti yang kita tahu kan Sheraton tuh produknya hotel yah.hehe
- I : Iya, produk utama kami adalah jasa hotel, tapi kami juga memiliki *lounge* seperti Suko Wine Lounge dan *pool* kita yang suasananya enak jadi cocok untuk anak muda.
- P : Target marketnya siapa aja Mbak?
- I : Target market kami lebih ke anak muda sampai kalangan eksekutif muda.. Tapi siapa aja kalau mau suasana yang nyaman bisa ke sini.
- P : Kalau tujuan pasang iklan buat apa sih? Kan Sheraton sudah merupakan perusahaan besar, udah banyak yang tau juga..
- I : Kami ingin memperkenalkan di mana Sheraton itu gak cuma menyediakan jasa hotel aja, tapi tempat semua orang berkumpul.. dimana ada *lounge*, *bistro*, *pool*, dan *spa*. Selain itu juga publikasi *event*, kayak tanggal 11 mei – juni besok kami mengadakan “Flavors of India”, festival masakan India.
- P : Untuk medianya, kenapa memilih *free magazine*?
- I : Kalau kita gak ngelihat dari majalah itu gratis apa gak, tapi kita lebih melihat ke segmentasi dari majalah tersebut.. kira-kira *wort it* gak kalau pasang iklan di sana.
- P : Kalau untuk Majalah My Magz, tau dari mana Mbak?
- I : Saya memang pernah lihat dan pernah baca juga kok.. Sheraton kan memang *media partner* dengan My Magz, jadi kita salah satu *drop spot* dari Majalah My Magz.
- P : Selain My Magz, tau media cetak lain yang gratis juga?
- I : Iya tau, kaya Jakarta tapi kalo majalah gratis sih kurang tau.
- P : Menurut Mbak, karakter Majalah My Magz seperti apa sih?
- I : Hmm.. segmentasi Majalah My Magz itu bagus yah.. Dia berfokus pada *lifestyle*.. Semua tentang *lifestyle* diulas di My Magz, jadi gak cuma membahas tentang *fashion* saja atau kuliner saja tapi luas.. Topik-topik yang diangkat tu menarik.
- P : Ya ya ya.. Pasang iklan di My Magz udah berapa kali Mbak?
- I : Sheraton pertama kali pasang iklan di My Magz tuh tahun lalu, waktu itu pasang iklan untuk Suko Wine Lounge.. terus besok bulan Juli sampe Desember pasang iklan lagi untuk Taman Sari Royal Spa dan Sheraton..
- P : Pake biro iklan Mbak?
- I : Enggak, kebetulan kami pasang iklan langsung ke My Magz, sama Daniel..
- P : Oh, biasanya Mas Daniel yang ke sana Mbak?
- I : Gak kok, kadang kami yang datang kesana sekalian *media visit*.. tapi kadang kami yang *invite* mereka untuk datang ke tempat kami..
- P : Kenapa Mbak milih Majalah My Magz?

- I : Pertama kali ngeliat Majalah My magz itu emang udah tertarik yah.. Segmentasi My Magz bagus, dia berfokus pada *lifestyle*, Terus temanya, target audiensnya sesuai dengan produk kami jadi cocok deh masang iklan di sana.hehe..
- P : Kalau untuk harga gimana Mbak?
- I : My Magz harganya bagus.hehe.. *negotiable* banget.. Misalnya aku minta di halaman ini dong, masih bisa gak? Nah, itu bisa dinegosiasikan dan diatur lagi.
- P : Kalau untuk kualitas jasa di sana gimana menurut Mbak? Mungkin ruangan kantornya, karena ke sana kan gak cuma ngurus iklan aja nih katanya ada *media visit* juga.
- I : Pada waktu kami *media visit* ke sana, kami disambut dengan baik. Kalau untuk ruangan atau kantor di sana yah kita gak bisa nyamain ya.. desain kantor media dengan desain kantor hotel itu beda yah.. Kalau mereka kan lebih butuh inspirasi untuk nulis, untuk memunculkan ide-ide, jadi yah emang beda desain ruangnya. Tapi *so far*, nyaman kok disana.
- P : Ya ya ya, selain itu ada faktor lain gak Mbak yang mendorong untuk masang iklan di Majalah My Magz? mungkin pernah dapat rekomendasi dari temen atau bagaimana.
- I : Faktor lain mungkin lebih ke arah *media relations* ya.. mereka sering meliput *event* kami kayak tahun baru kemaren mereka ngeliput acara “Bollywood Night” yang diadain di Sheraton, lalu mereka juga menerima *release-release* dari kami untuk dimuat di sana.. Selain itu, kami juga bertemu di luar kerjaan misalnya *lunch* bareng. Karyawan di sana baik-baik yah, mereka ramah..
- P : Apakah pernah ada hambatan ketika memasang iklan di sana?
- I : Sejauh ini belum pernah ada yah..
- P : Mungkin bisa minta kritik atau saran Mbak untuk My Magz.hehe
- I : Kritik sih *so far* gak ada.. Kalau untuk saran semoga setelah *relaunching* semakin lebih bagus, semakin membuat target marketnya benar benar lebih mengenal lagi dan tetap menyajikan informasi-informasi yang dibutuhkan

Informan 3 : Agatha Putri, Business Leader Dixie Easy Dining

- P : Dixie Easy Dining produknya apa Mbak?
- I : Produk yang kami adalah *foods and beverages*. Segala macam makanan dan minuman. Dari masakan Indonesia, Cina, Jepang, *Western* dan lain-lain.
- P : Target marketnya Dixie?
- I : Target market kami adalah anak muda sampai eksekutif muda..
- P : Tujuan masang iklan apa Mbak? Dixie kan kayanya rame terus, jadi ga perlu beriklan pun orang-orang udah pada tau.

- I : Kami pengen ngasih informasi aja sih tentang sesuatu yang baru di Dixie, misalnya untuk menu baru lalu kaya acara ulang tahun Dixie besok kebetulan acaranya cukup besar jadi kami memang butuh suatu media untuk menginformasikan *event* kami.
- P : Truss untuk medianya, kok milih *free magazine* sih?
- I : Hmm..jadi gini, kita bukan melihat apakah majalah itu gratis atau gak yah.. tetapi kita akan mempertimbangkan kerja sama yang ditawarkan oleh media tersebut. Kalau penawarannya bagus dan kita bisa menemukan titik temu dari negoisasi yang dilakukan, ya kita ambil..
- P : Kerja samanya kaya apa biasanya Mbak?
- I : Misalnya kita nawarin My Magz untuk *background* foto cover Majalah My Magz di Dixie.. lalu My Magz juga me-review promo menu baru kami dalam artikel mereka.
- P : Oh gitu, sebelumnya tau My Magz dari mana?
- I : Dixie kan salah satu *drop spot*-nya Majalah My Magz.. jadi emang tahu, sering baca juga.
- P : Selain My Magz, tau media cetak lain yang gratis?
- I : Media cetak gratis tuh ada Jogja AD, Cekidot. Kalau yang bentuknya majalah gak tau.
- P : Nah katanya Dixie masang iklan tuh pada *moment-moment* tertentu aja, kenapa sih?
- I : Ya karena sebenarnya masang iklan di My Magz tu sebagai media pendukung aja. Dixie kan udah masang iklan di Radio Swaragama juga, jadi kalau untuk di Majalah My Magz tuh supaya lebih banyak yang tau.
- P : Kenapa milih My Magz untuk masang iklan? Apalagi kan emang pada *moment* tertentu aja beriklan di media lain.
- I : Pasang iklan di My Magz karena pembaca My Magz sama dengan target market Dixie.. dan kebetulan Dixie kan jadi tempat *drop spot*-nya Majalah My Magz juga jadi kita pengen berpartisipasi masang iklan di sana.
- P : Udah berapa kali Mbak masang iklan di My Magz?
- I : Dixie sempat pasang iklan di My Magz itu beberapa kali.. waktu promo menu baru sama liputan ulang tahun Dixie besok..
- P : Untuk prosesnya bagaimana? Apakah menggunakan biro iklan?
- I : Gak, untuk pemasangan iklan langsung dengan Daniel. Dia biasanya datang ke Dixie melakukan penawaran kepada kami dan kalau kami tertarik ya kami melakukan negoisasi..
- P : Karakteristik My Magz menurut Mbak bagaimana?
- I : My Magz itu majalahnya keren, bagus.. tulisannya ringan jadi enak dibaca sambil santai.
- P : Kalau untuk harga nih, gimana harga yang ditawarkan My Magz untuk masang iklan?
- I : Kalau soal harga, di sana berapa sih harganya?haha.. kita biasanya gratis sih.hehe..
- P : Oh ya, kok bisa gratis gitu Mbak?
- I : Kalau untuk pemasangan iklan gitu kita biasanya tuker *voucher*.. Jadi

- memang sangat menjadi pertimbangan sekali yah masang iklan di sana.
- P : Oh gitu... mungkin faktor lain, ada gak Mbak yang mendorong memasang iklan di My Magz? Karena majalahnya bagus atau isinya bagus gitu.
- I : Pembacanya My Magz tuh lebih ke anak muda dan beritanya *up to date*.. info-infonya *gress*.
- P : Kalau untuk karyawannya My Magz, gimana menurut Mbak?
- I : Karyawannya My Magz enak-enak sih, kita emang udah saling kenal jadi komunikasinya lebih gampang. Kami biasanya cuma via telepon, *email* gitu aja kalau bahas materi iklan gitu.
- P : Jaminan kepercayaan yang diberikan selama beriklan di sana bagaimana?
- I : Untuk jaminan kepercayaan yah kita percaya aja, karena sebelumnya emang udah pasang iklan di Radio Swaragama dan memang *media partner* juga jadi kita saling mendukung aja.
- P : Hambatan selama memasang iklan di sana ada?
- I : Belum pernah ada.
- P : Kritik dan saran untuk My Magz, mungkin ada yang ingin disampaikan?
- I : Kritik sih gak ada... untuk saran tetap pertahankan yang sudah ada. Mungkin liputannya yah, lebih masukin tempat-tempat yang teman teman masih belum pada tau.. *Layout*-nya dipertahankan, tulisannya yang ringan, dan kalau bisa perbanyak gambar yah, kan orang lebih tertarik ketika melihat gambar.

Informan 4 : Santi Zaidan, Pemilik Santi Shop

- P : Bisa jelaskan sedikit Mbak produk yang ada di Santi's Shop apa?
- I : Butik saya menjual pakaian untuk wanita tapi juga menyediakan jasa untuk menjahit pakaian wanita maupun pria.
- P : Produknya ditargetkan untuk siapa saja?
- I : Target market Santi's Shop itu anak muda tapi gak cuma itu sih, lebih ke orang-orang yang suka pakaian *custom*.
- P : Tujuan dari memasang iklan apa Mbak?
- I : Saya ingin memperkenalkan kepada masyarakat Jogja tentang produk kami yang *handmade*.
- P : Untuk prosesnya gimana Mbak? Pake biro iklan gitu atau gimana?
- I : Langsung dengan pihak My Magz, mereka yang ke sini.. Awalnya mereka menelpon sampe beberapa kali, dari yang awalnya nawarin harga cukup mahal sampe ngasih diskon dan nelpun lagi nawarin *best price*.. Akhirnya kami setuju, lalu mereka kesini memberikan surat penawaran sekaligus melakukan wawancara dengan saya karena kebetulan waktu itu iklannya dalam bentuk artikel.
- P : Oh jadi mereka sempet nelpun beberapa kali yah waktu itu?
- I : Iya..
- P : Kok akhirnya Mbak mau pasang iklan di sana?
- I : Yah karena harganya murah sih, My Magz kan cukup terkenal juga..

Aku sih seneng aja, karena My Magz majalahnya bagus, trus jangkauannya juga luas, beberapa kali aku juga ngeliat Majalah My Magz di café, salon, dan lain-lain. Jadi kenapa enggak masang iklan di sana..

- P : Hmm My Magz kan majalahnya diedarkan secara gratis nih, menurut Mbak gimana? Apakah majalah gratis itu menarik?
- I : Ya orang pasti lebih tertarik dengan majalah gratis yah.. apalagi itu kan majalah lokal, kalau bayar mending sekalian majalah nasional atau sekalian beli majalah luar aja..
- P : Dulu pertama kali tau Majalah My Magz dari mana?
- I : Saya sering membaca Majalah My Magz. Di sini kebetulan jadi *spot* Majalah My Magz juga.
- P : Media cetak lain yang gratis pernah tau Mbak?
- I : Kalau media cetak gratis lain apa yah? gak tau..hehe
- P : Masang iklan di Majalah My Magz berapa kali mbak?
- I : Saya baru pasang iklan di sana satu kali.
- P : Kenapa mbak?
- I : Hmmm tingkat efektifnya kurang besar yah.. tetap ada sih efeknya cuma kalau dibanding dengan Twitter masih tetap terasa efektif pake Twitter.. Saya juga bisa langsung merespon konsumen ketika ada yang mereka tanyakan melalui Twitter..
- P : Oh gitu.. kalau untuk karyawan My Magz sendiri gimana Mbak?
- I : Wah.. mereka cukup *gencar* yah untuk mendapatkan pengiklan, padahal kan untuk masang iklan di sana cukup mahal, mereka sampai ngasih kita *best price*.hehe
- P : Hehehe... Kalau selain nawarin iklan, My Magz ada ngasih penawaran lain gak Mbak? Misalnya kerja sama gitu.
- I : Ada kok.. Mereka selalu nawarin kerja sama, misalnya untuk foto di rubrik Majalah My Magz itu cukup sering sih.. Jadi mereka pake baju dari sini untuk foto, lalu nama Santi's Shop ditulis di rubrik *fashion*.
- P : Kalau hambatan ada gak?
- I : Kalau hambatan sih sejauh ini ini gak pernah ya.. cuma waktu itu pas kerja sama untuk foto mereka, aku kan nyedia'in baju untuk modelnya.. kan biasanya ada dituliskan baju yang dipake produk siapa, sepatu, tas, dan lain-lain.. Pada waktu itu mereka nulis nama Santi's Shop salah.. cuma aku ga permasalahin itu sih jadi gak apa apa, dan bukan hambatan juga sih sebenarnya
- P : Mbak gak ada *complain*?
- I : Gak ada..hehe
- P : Oalaah..hehehe... Kalau kritik dan saran nih buat My Magz, apaan Mbak?
- I : Kritik sih belum ada yah.. saran sih mungkin lebih teliti aja yah.. terus fokusin ke kontennya aja, ga usah terlalu banyak iklan, jangan sampe iklan yang malah banyak menuhin Majalah My Magz.

Informan 5 : Yopie Kurniawan, Branch Manager PT. Tama Cokelat Indonesia

- P : Bisa jelaskan sedikit mas tentang produk perusahaan anda
- I : Chocodot itu adalah cokelat yah, merupakan sebuah produk baru asli Indonesia dan aku pengen kalau kebiasaan makan coklat itu menjadi sebuah *lifestyle*, jadi ga cuma pas Valentine aja makan coklat..
- P : Target marketnya siapa Mas?
- I : Target market kami lebih ke anak muda..
- P : Tujuan dari pemasangan iklan sendiri untuk apa?
- I : Jadi ini merupakan ajang promo untuk Chocodot. Kami ingin membangun *awareness* masyarakat Jogja tentang kehadiran kami walaupun kami belum punya *counter* sendiri.
- P : Mas tau Majalah My Magz dari mana nih?
- I : Aku udah tahu Majalah My Magz dari dulu.. sering baca juga.
- P : Berapa kali Mas udah pasang iklan di Majalah My Magz?
- I : Chocodot baru pertama kali ini pasang iklan di My Magz. Untuk sementara ini aku baru mau lihat dulu gimana sih efeknya..
- P : Kalau untuk media beriklan, My Magz kan *free magazine* nih. Apa tanggapan Mas tentang *free magazine*?
- I : Majalah gratis itu menarik, khususnya di Jogja majalah gratis tu sangat jarang.. Ketika majalah tersebut gratis orang-orang lebih tertarik dan akan berusaha mencari majalah tersebut..
- P : Karakteristik My Magz menurut Mas gimana?
- I : My Magz itu *free magazine* yang menarik.. untuk sebuah majalah gratis itu sudah sangat bagus, terutama tentang *lifestyle*-nya.. Karakter Majalah My Magz tuh majalah *lifestyle*. Segmentasi yang dituju juga bagus, kalangan muda di Jogja..
- P : Kenapa milih My Magz untuk pasang iklan Chocodot? Secara Chocodot kan produk baru di Jogja, apakah punya alasan tersendiri Mas?
- I : Karena My Magz itu majalah *lifestyle* untuk anak muda di Jogja. Kayak aku bilang tadi, Chocodot pengen kalau kebiasaan makan coklat itu menjadi sebuah *lifestyle* jadi melalui My Magz aku pengen mewujudkan itu. Kalau mau lebih ditekankan ya sebenarnya karena target market Chocodot dengan target market My Magz sama, jadi aku mau menjangkau target kami dengan mengenalkan Chocodot melalui iklan kami di Majalah My Magz..
- P : Untuk masalah biaya pemasangan iklan di My Magz gimana mas?
- I : Untuk harga karena kami melakukan kerja sama saat *relaunching* My Magz jadi ada diskon khusus.
- P : Oh jadi ada ditawarkan kerja sama juga?
- I : Iya, mereka nawarin Chocodot sebagai sponsor *event relaunching*-nya, Cokelat Chocodot jadi *souvenir* di acara mereka.. Itu kan juga bisa jadi ajang untuk memperkenalkan produk kami.
- P : Kalau untuk karyawan My Magz bagaimana?

- I : Karyawan My Magz itu sangat membantu sekali, mereka bisa diajak *sharing*. Mereka menjelaskan tema yang diangkat pada acara *relaunching* itu apa, lalu aku *sharing* aku maunya seperti apa dan mereka maunya seperti apa, jadi gak semata-mata mengikuti konsep mereka saja. Untuk iklan pun begitu, mereka juga memberikan ide dan masukan bagaimana iklan yang bagus dan sesuai dengan tema mereka.. Selain itu, walaupun kita pengiklan baru mereka sering memberikan informasi terbaru melalui *email*.
- P : Kalau hambatan pernah ada?
- I : Sejauh ini belum ada.
- P : Mungkin kritik dan saran Mas untuk My Magz?
- I : Kritik gak ada.. kalau saran mungkin lebih fokus aja dengan apa yang dikerjakan My Magz, karena dengan fokus mau diarahin kemana pun lebih enak.

Informan : Ivan (Editor My Magz) dan Daniel (Marketing/AE My Magz)

- P : (Peneliti meminta data berupa *profil, media kit, rubrik, dan data pengiklan di Majalah My Magz*)
- I : (Data diberikan berupa file pdf dan catatan)
- P : Siapa sih kompetitor Majalah My Magz?
- I : Untuk *free magazine* di Jogja sejauh ini My Magz belum ada kompetitor. Beberapa hanya seperti *city guide* lebih ke katalog, bukan majalah. Bentuknya cetak dan gratis tapi kontennya lebih ke katalog.
- P : Kalau Modjo, pernah lihat mas?
- I : Iya, Modjo *free* juga tapi Modjo cetakan keduanya belum ada, baru ada cetakan pertama aja. Mungkin kalau Womagz bisa jadi kompetitor kalau dia berupa cetak tapi dia kan *online*, karena kontennya kalau sama Womagz mirip. Mungkin ada yah *free magazine* lain tapi kan yang namanya *free magazine* harusnya kan terbit berkala, tapi beberapa diantaranya cuma terbit sekali atau dua kali aja.
- P : Oh gitu, kalau yang membedakan My Magz dengan yang lain apa Mas?
- I : Hmm.. yang membedakan My Magz dengan yang lain dari segi konten yah, misalnya majalah Juice dia cenderung ke *event*, musik, iklan dan lain-lain kalau My Magz lebih berupa majalah berbayar tapi gratis.. kita kontennya lebih berisi, serius.. yah seperti tujuan My Magz kami kan gak cuma menghibur tapi juga memberikan informasi.
- P : Masih ada lagi?
- I : Hmm.. udah itu aja sih..hehe
- P : Kalau untuk posisi iklan yang menangani siapa Mas?
- I : Iyaa, untuk posisi iklan maksudnya gimana?
- P : Ya misalnya ada calon pengiklan yang menginginkan posisi yang sama gimana Mas?

- I : Kalau itu tergantung dengan negoisasi dengan klien. Kalau untuk awalnya, posisi-posisi puncak seperti *cover* sudah kami sepakati dari awal, dengan harga yang berbeda dan tergantung keperluan. Kalau untuk yang regular, yang di bagian dalam, kita akan menyesuaikan dengan rubrik isi. Kita tidak akan menempatkan produk sejenis di halaman yang berdekatan. Kita akan mengatur supaya tetap enak dilihat dan produk yang sejenis tidak akan diletakan berdekatan, apalagi bersebelahan gitu.
- P : Kalau ada permintaan di posisi yang sama bagaimana?
- I : Untuk permintaan posisi iklan yang sama sih jarang terjadi karena ketika kami sudah menjual bagian *cover* dalam tidak akan kami jual lagi, tapi kalau untuk yang dalam sejauh ini masih bisa diatur. Kalau untuk posisinya mau di halaman berapa ya itu tergantung *Editor* karena akan disesuaikan dengan isi, mau diletakan disebelah artikel mana, ya senyambung apa dengan rubrik. Yang pasti kita selalu menempatkan iklan di kanan halaman, kalau di halaman kiri itu berarti di kiri dan kanan memang ada iklan.
- P : Ya ya ya.. Kalau yang mencari calon pengiklan siapa biasanya Mas?
- I : Untuk yang mencari calon pengiklan adalah Marketing karena untuk kehidupan dan dapurnya My Magz Marketing yang akan mencari.. tapi juga lebih menyesuaikan *request* dari redaksi, sesuai edisi. Jadi katakanlah edisi bulan Juli tema edisinya liburan, Marketing akan mencari perusahaan yang mempunyai produk berhubungan dengan tema liburan misalnya hotel, agen travel, rumah makan kemudian menghubungi calon pengiklan tersebut dan memberikan penawaran. Selain itu juga berjualan secara regular, kalau ada calon pengiklan yang datang atau menelpon kami.
- P : Itu menghubunginya melalui apa? Prosesnya bagaimana?
- I : Biasanya lebih ke ajakan kenalan terlebih dahulu atau melalui telepon kemudian di *follow up* mau ketemu atau dikirim lewat *email*.. Tapi kalau untuk pengiklan yang sudah kami kenal biasanya melalui telepon aja.
- P : Ketika melakukan penawaran, pihak mana yang dituju dalam sebuah perusahaan calon pengiklan?
- P : Rata-rata langsung ke Marketingnya ya atau pada beberapa perusahaan tertentu bisa langsung ke *owner*-nya.
- P : Oh gitu.. Kalau untuk fasilitas yang mendukung apa saja?
- I : Yang pasti ada surat penawaran yang berisi paket penawaran, apa yang ditawarkan, harganya berapa, bonus-bonus apa yang diberikan, selain itu ada *media kit* yang berisi profil My Magz, spesifikasi My Magz, dan ada majalahnya juga dan kartu nama.
- P : Jadi yang mencari pengiklan Marketing yah Mas, bukan *account executive* (AE) ?
- I : Anggap saja Marketing dan AE itu sama. Gitu..
- P : Kalau boleh tau, bonus yang diberikan apa? Keuntungannya apa?
- I : Bonus yang diberikan berupa halaman, bisa berupa artikel atau tambahan iklan.

- P : Untuk iklan di Majalah My Magz itu peredisi atau kontrak per-beberapa bulan atau setahun?
- I : Tergantung, ada yang peredisi ada juga yang setahun tapi kalau yang sesuai kebutuhan redaksi biasanya hanya peredisi.
- P : Selama ini apakah ada hambatan atau masalah dalam pemasangan iklan?
- I : Sejauh ini belum pernah ada..
- P : Oh iya, kalau misalnya ada kesalahan dalam penerbitan iklan bagaimana?
- I : Hmm.. kalau ada ketidaksesuaian misalnya harusnya iklan setengah halaman tapi kami menerbitkan hanya seperempat halaman kami akan mengembalikan uang klien 50% atau seperempatnya kami terbitkan di edisi berikutnya. Tapi kalau kesalahan dalam isi penulisan atau konten dalam iklan advertorial kita akan bikin klarifikasi di edisi selanjutnya. Tapi selama ini belum pernah terjadi karena sebelum iklan diterbitkan kami akan mengirimkan materi tersebut ke klien, jika sudah *approve* baru iklan kami terbitkan.
- P : Kalau keuntungan yang diberikan kepada pengiklan apa?
- I : Rata-rata sih berhubungan dengan kebutuhan redaksi, misalnya pada kebutuhan rubrik, ini akan jadi *benefit* untuk pengiklan karena kami akan mengutamakan pengiklan untuk dihubungi terlebih dahulu, kemudian meliput *event* yang diadakan oleh klien, kami menyediakan tenaga lebih, reporter untuk meliput. Kemudian kerja sama, misalnya seperti Dixie kami melakukan pemotretan *cover* di sana karena dia pasang iklan di tempat di My Magz dan *media partner* juga. Kemudian menerbitkan *release* yang dikirim. Kami juga lebih menjaga relasi, jadi tidak hanya sebatas memasang iklan saja, misalnya mereka ada *event* terus kami diundang, dan bertemu di luar jam kerja untuk *lunch*, atau sekedar ngobrol di *café*.
- P : Kalau untuk harga, apakah ada diskon untuk pemasangan iklan?
- I : Untuk klien yang sudah lama atau sering pasang iklan sih kami lebih fleksibel dalam memberikan harga. Mungkin masalah diskon sih tergantung nego-nya bagaimana yah..

LAMPIRAN 4 : CONTOH IKLAN-IKLAN DI MAJALAH MY MAGZ

IKLAN DISPLAY DI MAJALAH MY MAGZ

PLAZA AMBARRUKMO

**YAYASAN PANTI RAPIH
RUMAH SAKIT PANTI RAPIH**
Jl. Cih. 018 01172-20 Yogyakarta 55222 Indonesia
Telp. 0274-514074, 561332 <http://www.pantirapih.or.id>

LAYANAN UNDIKULAN
1. Bedah Gigi dan Jawsurologi
* Perawatan gigi berlubang & gigi paku
* Pemasangan PSBW (Partial Screw Submandibular Wire)
2. Bedah Urologi
* Pemasangan belt pengikat tenaga operasi dengan ESPB
* Operasi Urologi Lainnya
* Operasi Urologi Lainnya
3. Ruang Rawat Inap Akut

LAYANAN 24 JAM NONSTOP
* IGD * Klinik Umum * Farmasi *
* Laboratorium * ICU * IMC *
* Hemodialisa * Persalinan * Kamar Bedah *
* Radiologi (USG, X-Ray konvensional, CT Scan, MRI) *

moCCA boutique
JL WAHID HASTIM, NO.13, PRINGGOLAYAN, DEPOK, SLEMAN
200M UTARA SELOKAN MATARAM
P: (0274)467328

Atmosfir India

karena lemak yang terkandung didalam daging akan habis terbakar, sehingga mengurangi kadar kolesterol. Setelah mencuci hidangan berat, kita bisa menyempatkan diri buah yang manis *Fruit Suboyon*. Sajikan dessert ini berisi aneka buah seperti strawberry, pisang, kurma, yang dibalur dengan saus manis lezat. *Save the best for the last!*

Bangunan Taj Mahal yang akan terletak di Agra, India. Salah satu ikon dan kebanggaan masyarakat India. Dibangun selama 22 tahun, salah satu tujuan dibangun di dunia ini dipertahankan dengan 42 jenis batu permata, termasuk di dalamnya berlian, jada, kristal dan topaz. Sudahlah ingin membawa semangat kemegahan dan keindahannya, Taj Mahal House yang terletak di daerah Segun, Jalan Dwi Sakti 114 Yogyakarta, tidak hanya memiliki salinan India yang besar, tapi juga dengan sendilah telah dibawa ke India dengan interior dalam peninggalan kerkas memusnakan demi memangganya.

Kita bisa menikmati segelas Mango Lassi yang segar dihadirkan depan di The Mahal House, atau menikmati Chicken Tandori yang lezat di ruang dewan yang bernuansa merah dengan hiasan lukisan besar. Bisa juga menyantap hidangan ala India yang menggugah selera di salah satu restoran yang memanggulkan diri pada sofa bermotif cantik, di dalam Candore Room (private room). Jika ingin lesehan santai sambil menikmati hidangan ala Sambari room yang sederhana, ada Sambari room yang berinterior permadani lebar, sebuah sofa yang akan memanjakan Anda. Untuk menikmati hidangan ala Indo-Jawa, ada Negeri Gajala.



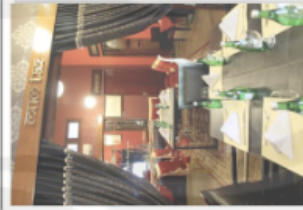
India juga belajar sistem memasak hidangan panggang dari pedagang-pedagang Inggris. Menu-menu India utara inilah yang akan kita temui di Taj Mahal House.

Menu lain yang bisa menjadi pilihan sebagai appetizer adalah *Tandoori Bread*. Roti khas India ini disajikan langsung bersaus dan saus, yaitu saus kacang hitam (*imli*), dan curry sauce. *Tandoori* sendiri adalah alat masak tradisional yang unik dari India. Berukutnya seperti tungku dengan suhu lebih dari 100 derajat Celsius. Memasak daging dengan *tandoori* ini bisa dibaling lebih menyehatkan.

perkembangan kuliner seperti menu, bumbu, dan cara memsakranya. Masyarakat India pun menyerap segala pengaruh-pengaruh kuliner tersebut dan menciptakan menu baru dengan memadukan kekayaan lokal yang dimiliki Negeri Rakshasa tersebut. Kalaupun oleh yang paling banyak dikenal oleh dunia adalah kuliner India bagian utara. Kuliner diarahkan tersebut banyak dipengaruhi oleh negara-negara tetangga dan pedagang seperti Persia, Arab, dan Persia. Arab banyak membawa hidangan baru masakan-masakan besaran seperti curry, dan juga hidangan sajian lainnya seperti daging, daging kambing, ikan, seperti bebek.

Kekayaan rasa *chicken grilled* dari *Joojeh Kebab* ini semakin bertambah dengan saus pendamping seperti *Tahini Sauce* dan *Tomato Curry Sauce*. *Joojeh Kebab* di *de Taj Mahal House* ini juga disajikan bersama *basmati rice* dan salad dengan dressing *yoghurt* yang segar.

Kesuksesan masa pada masa-masa ini dapat dilihat dari berbagai aspek. Menurut Supriyanti (2010: 10), keberhasilan masa pada masa-masa ini dapat dilihat dari berbagai aspek, yaitu: (1) aspek ekonomi, (2) aspek sosial, (3) aspek budaya, (4) aspek politik, (5) aspek hukum, (6) aspek lingkungan, (7) aspek kesehatan, (8) aspek pendidikan, (9) aspek teknologi, (10) aspek komunikasi, (11) aspek transportasi, (12) aspek energi, (13) aspek informasi, (14) aspek keamanan, (15) aspek pertahanan, (16) aspek diplomasi, (17) aspek hubungan internasional, (18) aspek lingkungan hidup, (19) aspek pariwisata, (20) aspek olahraga, (21) aspek seni, (22) aspek budaya, (23) aspek bahasa, (24) aspek sastra, (25) aspek ilmu pengetahuan, (26) aspek teknologi, (27) aspek komunikasi, (28) aspek transportasi, (29) aspek energi, (30) aspek informasi, (31) aspek keamanan, (32) aspek pertahanan, (33) aspek diplomasi, (34) aspek hubungan internasional, (35) aspek lingkungan hidup, (36) aspek pariwisata, (37) aspek olahraga, (38) aspek seni, (39) aspek budaya, (40) aspek bahasa, (41) aspek sastra, (42) aspek ilmu pengetahuan, (43) aspek teknologi, (44) aspek komunikasi, (45) aspek transportasi, (46) aspek energi, (47) aspek informasi, (48) aspek keamanan, (49) aspek pertahanan, (50) aspek diplomasi, (51) aspek hubungan internasional, (52) aspek lingkungan hidup, (53) aspek pariwisata, (54) aspek olahraga, (55) aspek seni, (56) aspek budaya, (57) aspek bahasa, (58) aspek sastra, (59) aspek ilmu pengetahuan, (60) aspek teknologi, (61) aspek komunikasi, (62) aspek transportasi, (63) aspek energi, (64) aspek informasi, (65) aspek keamanan, (66) aspek pertahanan, (67) aspek diplomasi, (68) aspek hubungan internasional, (69) aspek lingkungan hidup, (70) aspek pariwisata, (71) aspek olahraga, (72) aspek seni, (73) aspek budaya, (74) aspek bahasa, (75) aspek sastra, (76) aspek ilmu pengetahuan, (77) aspek teknologi, (78) aspek komunikasi, (79) aspek transportasi, (80) aspek energi, (81) aspek informasi, (82) aspek keamanan, (83) aspek pertahanan, (84) aspek diplomasi, (85) aspek hubungan internasional, (86) aspek lingkungan hidup, (87) aspek pariwisata, (88) aspek olahraga, (89) aspek seni, (90) aspek budaya, (91) aspek bahasa, (92) aspek sastra, (93) aspek ilmu pengetahuan, (94) aspek teknologi, (95) aspek komunikasi, (96) aspek transportasi, (97) aspek energi, (98) aspek informasi, (99) aspek keamanan, (100) aspek pertahanan, (101) aspek diplomasi, (102) aspek hubungan internasional, (103) aspek lingkungan hidup, (104) aspek pariwisata, (105) aspek olahraga, (106) aspek seni, (107) aspek budaya, (108) aspek bahasa, (109) aspek sastra, (110) aspek ilmu pengetahuan, (111) aspek teknologi, (112) aspek komunikasi, (113) aspek transportasi, (114) aspek energi, (115) aspek informasi, (116) aspek keamanan, (117) aspek pertahanan, (118) aspek diplomasi, (119) aspek hubungan internasional, (120) aspek lingkungan hidup, (121) aspek pariwisata, (122) aspek olahraga, (123) aspek seni, (124) aspek budaya, (125) aspek bahasa, (126) aspek sastra, (127) aspek ilmu pengetahuan, (128) aspek teknologi, (129) aspek komunikasi, (130) aspek transportasi, (131) aspek energi, (132) aspek informasi, (133) aspek keamanan, (134) aspek pertahanan, (135) aspek diplomasi, (136) aspek hubungan internasional, (137) aspek lingkungan hidup, (138) aspek pariwisata, (139) aspek olahraga, (140) aspek seni, (141) aspek budaya, (142) aspek bahasa, (143) aspek sastra, (144) aspek ilmu pengetahuan, (145) aspek teknologi, (146) aspek komunikasi, (147) aspek transportasi, (148) aspek energi, (149) aspek informasi, (150) aspek keamanan, (151) aspek pertahanan, (152) aspek diplomasi, (153) aspek hubungan internasional, (154) aspek lingkungan hidup, (155) aspek pariwisata, (156) aspek olahraga, (157) aspek seni, (158) aspek budaya, (159) aspek bahasa, (160) aspek sastra, (161) aspek ilmu pengetahuan, (162) aspek teknologi, (163) aspek komunikasi, (164) aspek transportasi, (165) aspek energi, (166) aspek informasi, (167) aspek keamanan, (168) aspek pertahanan, (169) aspek diplomasi, (170) aspek hubungan internasional, (171) aspek lingkungan hidup, (172) aspek pariwisata, (173) aspek olahraga, (174) aspek seni, (175) aspek budaya, (176) aspek bahasa, (177) aspek sastra, (178) aspek ilmu pengetahuan, (179) aspek teknologi, (180) aspek komunikasi, (181) aspek transportasi, (182) aspek energi, (183) aspek informasi, (184) aspek keamanan, (185) aspek pertahanan, (186) aspek diplomasi, (187) aspek hubungan internasional, (188) aspek lingkungan hidup, (189) aspek pariwisata, (190) aspek olahraga, (191) aspek seni, (192) aspek budaya, (193) aspek bahasa, (194) aspek sastra, (195) aspek ilmu pengetahuan, (196) aspek teknologi, (197) aspek komunikasi, (198) aspek transportasi, (199) aspek energi, (200) aspek informasi, (201) aspek keamanan, (202) aspek pertahanan, (203) aspek diplomasi, (204) aspek hubungan internasional, (205) aspek lingkungan hidup, (206) aspek pariwisata, (207) aspek olahraga, (208) aspek seni, (209) aspek budaya, (210) aspek bahasa, (211) aspek sastra, (212) aspek ilmu pengetahuan, (213) aspek teknologi, (214) aspek komunikasi, (215) aspek transportasi, (216) aspek energi, (217) aspek informasi, (218) aspek keamanan, (219) aspek pertahanan, (220) aspek diplomasi, (221) aspek hubungan internasional, (222) aspek lingkungan hidup, (223) aspek pariwisata, (224) aspek olahraga, (225) aspek seni, (226) aspek budaya, (227) aspek bahasa, (228) aspek sastra, (229) aspek ilmu pengetahuan, (230) aspek teknologi, (231) aspek komunikasi, (232) aspek transportasi, (233) aspek energi, (234) aspek informasi, (235) aspek keamanan, (236) aspek pertahanan, (237) aspek diplomasi, (238) aspek hubungan internasional, (239) aspek lingkungan hidup, (240) aspek pariwisata, (241) aspek olahraga, (242) aspek seni, (243) aspek budaya, (244) aspek bahasa, (245) aspek sastra, (246) aspek ilmu pengetahuan, (247) aspek teknologi, (248) aspek komunikasi, (249) aspek transportasi, (250) aspek energi, (251) aspek informasi, (252) aspek keamanan, (253) aspek pertahanan, (254) aspek diplomasi, (255) aspek hubungan internasional, (256) aspek lingkungan hidup, (257) aspek pariwisata, (258) aspek olahraga, (259) aspek seni, (260) aspek budaya, (261) aspek bahasa, (262) aspek sastra, (263) aspek ilmu pengetahuan, (264) aspek teknologi, (265) aspek komunikasi, (266) aspek transportasi, (267) aspek energi, (268) aspek informasi, (269) aspek keamanan, (270) aspek pertahanan, (271) aspek diplomasi, (272) aspek hubungan internasional, (273) aspek lingkungan hidup, (274) aspek pariwisata, (275) aspek olahraga, (276) aspek seni, (277) aspek budaya, (278) aspek bahasa, (279) aspek sastra, (280) aspek ilmu pengetahuan, (281) aspek teknologi, (282) aspek komunikasi, (283) aspek transportasi, (284) aspek energi, (285) aspek informasi, (286) aspek keamanan, (287) aspek pertahanan, (288) aspek diplomasi, (289) aspek hubungan internasional, (290) aspek lingkungan hidup, (291) aspek pariwisata, (292) aspek olahraga, (293) aspek seni, (294) aspek budaya, (295) aspek bahasa, (296) aspek sastra, (297) aspek ilmu pengetahuan, (298) aspek teknologi, (299) aspek komunikasi, (300) aspek transportasi, (301) aspek energi, (302) aspek informasi, (303) aspek keamanan, (304) aspek pertahanan, (305) aspek diplomasi, (306) aspek hubungan internasional, (307) aspek lingkungan hidup, (308) aspek pariwisata, (309) aspek olahraga, (310) aspek seni, (311) aspek budaya, (312) aspek bahasa, (313) aspek sastra, (314) aspek ilmu pengetahuan, (315) aspek teknologi, (316) aspek komunikasi, (317) aspek transportasi, (318) aspek energi, (319) aspek informasi, (320) aspek keamanan, (321) aspek pertahanan, (322) aspek diplomasi, (323) aspek hubungan internasional, (324) aspek lingkungan hidup, (325) aspek pariwisata, (326) aspek olahraga, (327) aspek seni, (328) aspek budaya, (329) aspek bahasa, (330) aspek sastra, (331) aspek ilmu pengetahuan, (332) aspek teknologi, (333) aspek komunikasi, (334) aspek transportasi, (335) aspek energi, (336) aspek informasi, (337) aspek keamanan, (338) aspek pertahanan, (339) aspek diplomasi, (340) aspek hubungan internasional, (341) aspek lingkungan hidup, (342) aspek pariwisata, (343) aspek olahraga, (344) aspek seni, (345) aspek budaya, (346) aspek bahasa, (347) aspek sastra, (348) aspek ilmu pengetahuan, (349) aspek teknologi, (350) aspek komunikasi, (351) aspek transportasi, (352) aspek energi, (353) aspek informasi, (354) aspek keamanan, (355) aspek pertahanan, (356) aspek diplomasi, (357) aspek hubungan internasional, (358) aspek lingkungan hidup, (359) aspek pariwisata, (360) aspek olahraga, (361) aspek seni, (362) aspek budaya, (363) aspek bahasa, (364) aspek sastra, (365) aspek ilmu pengetahuan, (366) aspek teknologi, (367) aspek komunikasi, (368) aspek transportasi, (369) aspek energi, (370) aspek informasi, (371) aspek keamanan, (372) aspek pertahanan, (373) aspek diplomasi, (374) aspek hubungan internasional, (375) aspek lingkungan hidup, (376) aspek pariwisata, (377) aspek olahraga, (378) aspek seni, (379) aspek budaya, (380) aspek bahasa, (381) aspek sastra, (382) aspek ilmu pengetahuan, (383) aspek teknologi, (384) aspek komunikasi, (385) aspek transportasi, (386) aspek energi, (387) aspek informasi, (388) aspek keamanan, (389) aspek pertahanan, (390) aspek diplomasi, (391) aspek hubungan internasional, (392) aspek lingkungan hidup, (393) aspek pariwisata, (394) aspek olahraga, (395) aspek seni, (396) aspek budaya, (397) aspek bahasa, (398) aspek sastra, (399) aspek ilmu pengetahuan, (400) aspek teknologi, (401) aspek komunikasi, (402) aspek transportasi, (403) aspek energi, (404) aspek informasi, (405) aspek keamanan, (406) aspek pertahanan, (407) aspek diplomasi, (408) aspek hubungan internasional, (409) aspek lingkungan hidup, (410) aspek pariwisata, (411) aspek olahraga, (412) aspek seni, (413) aspek budaya, (414) aspek bahasa, (415) aspek sastra, (416) aspek ilmu pengetahuan, (417) aspek teknologi, (418) aspek komunikasi, (419) aspek transportasi, (420) aspek energi, (421) aspek informasi, (422) aspek keamanan, (423) aspek pertahanan, (424) aspek diplomasi, (425) aspek hubungan internasional, (426) aspek lingkungan hidup, (427) aspek pariwisata, (428) aspek olahraga, (429) aspek seni, (430) aspek budaya, (431) aspek bahasa, (432) aspek sastra, (433) aspek ilmu pengetahuan, (434) aspek teknologi, (435) aspek komunikasi, (436) aspek transportasi, (437) aspek energi, (438) aspek informasi, (439) aspek keamanan, (440) aspek pertahanan, (441) aspek diplomasi, (442) aspek hubungan internasional, (443) aspek lingkungan hidup, (444) aspek pariwisata, (445) aspek olahraga, (446) aspek seni, (447) aspek budaya, (448) aspek bahasa, (449) aspek sastra, (450) aspek ilmu pengetahuan, (451) aspek teknologi, (452) aspek komunikasi, (453) aspek transportasi, (454) aspek energi, (455) aspek informasi, (456) aspek keamanan, (457) aspek pertahanan, (458) aspek diplomasi, (459) aspek hubungan internasional, (460) aspek lingkungan hidup, (461) aspek pariwisata, (462) aspek olahraga, (463) aspek seni, (464) aspek budaya, (465) aspek bahasa, (466) aspek sastra, (467) aspek ilmu pengetahuan, (468) aspek teknologi, (469) aspek komunikasi, (470) aspek transportasi, (471) aspek energi, (472) aspek informasi, (473) aspek keamanan, (474) aspek pertahanan, (475) aspek diplomasi, (476) aspek hubungan internasional, (477) aspek lingkungan hidup, (478) aspek pariwisata, (479) aspek olahraga, (480) aspek seni, (481) aspek budaya, (482) aspek bahasa, (483) aspek sastra, (484) aspek ilmu pengetahuan, (485) aspek teknologi, (486) aspek komunikasi, (487) aspek transportasi, (488) aspek energi, (489) aspek informasi, (490) aspek keamanan, (491) aspek pertahanan, (492) aspek diplomasi, (493) aspek hubungan internasional, (494) aspek lingkungan hidup, (495) aspek pariwisata, (496) aspek olahraga, (497) aspek seni, (498) aspek budaya, (499) aspek bahasa, (500) aspek sastra, (501) aspek ilmu pengetahuan, (502) aspek teknologi, (503) aspek komunikasi, (504) aspek transportasi, (505) aspek energi, (5



Selalu ada saat-saat ruang di De Tey Mahal, dimana India sangat merasa seolah di setiap sudut ruang De Tey Mahal.

DETAJ MAHAL HOUSE
KEKAYAAN RASA INDIA

 BENTLEY MICROSTATION
 MICROSTATION DESKTOP SOFTWARE

Pedas, manis, asin, dan sedikit asam dalam satu stiapang Mungkin hanya bisa kita rasakan pada masakan India, salah satu masakan paling kaya rasa di dunia.

Ketika mencicipi *Jozejeh Kebab*, salah satu menu andalan di Taj Mahal

House, tim My Magz merasakan perpaduan tempoh yang mesap pada daging ayam tanpa tulang yang dipanggang matang. Jelas, Joseph Kobay ini dimasuk menggunakan berbagai tempoh-tempoh impor khas masakan India dengan mengaitkan rasa ostent yang begitu memanjakan lidah.

IKLAN ADVERTORIAL DI MAJALAH MY MAGZ



Menjaga kebugaran saat ini bukanlah sebuah kegiatan yang menyita waktu dan tenaga, namun sudah menjadi kebutuhan bagi setiap orang, terutama wanita. Banyak faktor yang kadang menghambat perempuan untuk menjaga kesehatan mereka di luar rumah, mulai dari faktor waktu, jarak hingga lokasi dan fasilitas tempat kebugaran. Kini semua itu bukan lagi menjadi sebuah alasan. Bergabung saja dengan sanggar senam wanita Dian Citra.

Sanggar senam ini merupakan bagian dari Discovery Cafe Management yang dikembangkan dan dikelola oleh ibu Agus Djauhari selaku pemilik, dan merupakan satu-satunya sanggar senam di seputaran Condongcatur. Dilengkapi juga dengan cafe dan butik di dalamnya, Dian Citra merupakan jawaban dari segala kebutuhan wanita akan style dan health. Siapapun tidak bisa tampil menarik jika tidak memiliki tubuh yang bugar. Berbagai kelas bisa diikuti disini, sesuai dengan kebutuhan masing-masing member.

Jika ingin membakar kalori dengan gerakan-gerakan yang dimanis dan berirama cepat, bisa mengikuti kelas Aerobik. Tidak hanya melatih kekuatan otot dan kelenturan, tetap juga efektif membakar lemak tubuh. Jika ingin melatih otot-otot kewanitaan, bisa mencoba Body Language yang merupakan gabungan dari beberapa jenis senam yang sudah ada, antara lain adalah Body Performance (senam pembentukan) dan senam kegel. Gerakannya mengutamakan kelenturan dan pembentukan otot tubuh dan cara pernafasan yang benar.

Ada juga kelas Yoga yang bermanfaat untuk menciptakan kesehatan pikiran, tubuh dan jiwa, serta keseimbangan

dan harmoni dalam hidup seseorang. Dari beberapa cabang yoga, disini kita akan lebih fokus pada Hatha Yoga. Hatha Yoga adalah rangkaian gerakan fisik mencakup latihan pernafasan, meditasi, makan-makanan sehat dan pikiran positif yang dapat menghasilkan banyak manfaat fisik, mental dan spiritual. Tidak ketinggalan ada juga kelas khusus Aerobic Capoeira, dimana gerakan-gerakan yang dibuat menyerupai tarian dan bertitik berat pada tendangan. Kelas kelas aerobik Capoeira dapat dipelajari oleh pria dan wanita.

Aktivitas senam-senam ini dipimpin oleh para instruktur yang profesional, berkualitas, serta mudah beradaptasi dengan para murid. Terbukti dalam hampir 2 tahun ini, Dian Citra semakin digemari khususnya para wanita karena suasana sanggar senam yang bersih, nyaman, luas, dan privat. Serta dilengkapi dengan fasilitas kamar mandi dalam, loker pribadi, air minum, halaman parkir yang luas dan aman, serta pelayanan yang dapat membuat siapapun merasa di rumah sendiri.

Berminat untuk bergabung? Datang saja langsung di Jl. Sukoharjo No. 03 Condongcatur, Depok Sleman, Yogyakarta (utara Terminal Condongcatur) ; telepon : 0274 - 6697371 / 0817 455 789.

MEMBER	INSIDENTIL
Pendaftaran Rp20.000	Aerobic Rp6.500 BL Rp7.500
Iuran per Bulan:	BODYSHAPE:
65.000,- / orang	10.000,- (member DC)
180.000,- / 3 orang	15.000,- (non member)
275.000,- / 5 orang	

LAMPIRAN 5 : *DROP SPOT* MAJALAH MY MAGZ MEI 2012

NO.	KATEGORI	LOKASI
1.	Beauty Care / Salon	Ady Brendly Salon
		Bowie Hairdressing
		Jogja House of Beauty
		London Beauty Center
		John Saleh Salon
		K-See Salon
		Natasha Skin Care
		Salon Budi Susanto
2.	Café/Coffe Shop/Lounge	Blue Sky Executive Lounge
		Break Coffee & Book
		Cheers Corner
		Coklat Cafeshop
		Comedy Cafe
		Djendelo Koffie n' Thee
		& Toko Buku Togamas
		Flo Coffee & Chocolate
		Frappio
		Goeboex Coffee
		Grin Café
		Grisee

		House of Balcony
		K-Meals
		Kalimilk
		Kedai Kopi Espresso Bar
		Kofenoir
		Milas
		Momento Café
		Myoozik
		Pasta Gio
		Peacock Coffee
		Slushie Nation
		Suko Wine Lounge
		Via Via
		Warkop Semesta
3.	Distro/Boutique	Fada Boutique
		Gate Store
		Hardware
		Moofroof
		Monic
		Seephyleez
		Slackers
		7 Souls de Arcade

4.	Hotel/Guest House/Home Stay	Jogjakarta Plaza Hotel
		Griya Persada Hotel
		Hyatt Regency Hotel
		Melia Purosani Hotel
		Omahkoe
		Sheraton Mustika Hotel
		The Phoenix Hotel
		UC Hotel
5.	Otomotif	Astra Motor Jombor
		Gama Auto Service
		Kupu Kupu Malam
		Auto Fashion
		Sumber Baru Motor
6.	Operator Selular	AXIS Shop Centre
		Esia
		Galeri Indosat
		Grapari Telkomsel
		Nokia Sales & Care
		XL Axiata
7.	Pendidikan	All Plus Alam Bahasa
		ELTI
		English First (EF)

		Jogja English Dormitory
		LIP
		LIS
		Real English
		Universitas Atma Jaya Yogyakarta
		Wisma Bahasa
8.	Photo Studio	Exotic
		Fresco
		Gibran
		Kayonna
9.	Resto/Rumah Makan	Dunkin Donut
		Dixie Easy Dining
		Empire Dining Break
		Food Fezt
		Kedai Kebun Forum
		Kindai
		Kona Kitchen
		Nanamia Pizzeria
		House of Raminten
		Roemah Oma

10.	Rumah Sakit/Healt Lab/ Healt Care	RS. Happy Land
		Gama Medical Centre
		Hi-Lab Diagnosa Center
		Lab. Cito
		Dolphin Orthodontic & Dental Care
		O-Smile
		Pramita
		RS. Panti Rapih
		Rumah Sehat & Apotek UGM
11.	Lain-lain	Djemari Reflexology
		Gama Wisata
		Happy Puppy
		Inul Vista
		Kompak tempat Cukur Cowok Cerdas
		Movie Box
		Platinum
		Sangkring Art Space
		Studio Primadona
		Turindo
		Universal
		Vidinet

LAMPIRAN 6 : PENGIKLAN DI MAJALAH MY MAGZ PERIODE SEPTEMBER 2010 – MEI 2012

NO.	WAKTU	NAMA PERUSAHAAN	PERIODE PEMASANGAN IKLAN
1.	September 2010	Gajah Mada Auto Service	September 2010
2.		Sate Kuda Gondolayu	Oktober 2010
3.		XL	September 2010
4.	Oktober 2010	Delana Tours & Travel	November 2010
5.		Pure Skin	November 2010
6.		Gama Logistik	November 2010
7.		Putri Kedaton Spa	November 2010
8.	November 2010	Phoebo Shop	Desember 2010
9.		Umbul Club	Desember 2010
10.	Desember 2010	Double Dipss	Desember 2010
11.		Little Garage	Januari 2011
12.		RM. Boyong	Januari 2011
13.	Januari 2011	Little Cup	Februari 2011
14.		Master Salon	Februari 2011
15.		Talenta Suara Beta	Februari 2011
16.	Februari 2011	Studio Primadona	April 2011
17.		Heritage Café	Maret 2011
18.		Santi Shop	April 2011
19.	Maret 2011	Media Center Link	Maret 2011
20.		Pinus Publisher	Mei – Juni 2011
21.		Kaliurang Milk	April 2011
22.		D' Fashion	April 2011

April 2011	Grin Café	Mei 2011
	Kompak Tempat Cukur	Mei 2011
Mei 2011	BFF Outlook	Juni 2011
	Griya Persada Hotel	Juni 2011
	Cokelat Monggo	Juni 2011
	Coklatusi	Juli 2011
Juni 2011	Universitas Atmajaya	Juli – September 2011
	Pia-Pia	Juli
Juli 2011	Bank Mandiri	Agustus 2011
	Diana Musik	Agustus – September 2011
	Artemy Gelato	Agustus – September 2011
	Moca Butik	Agustus 2011
Agustus 2011	Suko Wine Lounge	Agustus – September 2011
	Pasadena Laundry	September 2011
	Gate Store	Agustus – September 2011
	Friday to Sunday	Oktober 2011
September 2011	Taman Pintar	Oktober 2011
November 2011	Adya Nalendra	Desember 2011
Desember 2011	Universitas Club	Desember 2011
April 2012	Spektrum	Juni – Desember 2012
	Taman Sari Royal Spa	Juli – Desember 2012
	Chocodot	Juni 2012
	Sheraton Mustika Yogyakarta	Juli – Desember 2012
	Delana Tours & Travel	Juni 2012
Mei 2012	Dixie Easy Dining	Juni 2012
	De Gejrot	Juni
	Soulmate	*tetative*

	Geek	*tetative*
	Gama Techno	Juni 2012 – Juli 2012

* Tetaticve : Waktu belum ditentukan

(Sumber : Data My Magz)

MEDIA PROFILE MY MAGZ

CONTENT PROFILE

MY Magz adalah majalah untuk generasi muda dan dewasa aktif (usia 18 – 35 tahun), dengan content seputar gaya hidup, hiburan, komunitas, fashion, hingga topik sosial yang ada di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta. Dikemas dengan desain yang elegan, menarik, dan full color, rubrik-rubrik dalam MY Magz pun memenuhi fungsi informasi, edukasi dan hiburan. Didukung oleh kemudahan akses sebagai majalah gratis bulanan, MY Magz adalah media yang tepat bagi generasi muda di dalam maupun luar kota Yogyakarta, untuk mendapatkan informasi lengkap dan dekat dengan kehidupan mereka sehari-hari.

DATA TEKNIS

- Posisi : Portrait (tegak)
- Ukuran : 210 mm x 275 mm
- Warna : full color 100%
- Kertas Cover : Art Paper 190 gr
- Kertas isi : Art paper 100 gr
- Jumlah halaman : 72 halaman
- Jilid : kawat
- Periode terbit : satu kali per bulan
- Tiras : 2500 eksemplar
- Waktu terbit : minggu pertama setiap bulannya

TARGET SEGMENT PASAR PEMBACA

- Usia : 18 – 35 tahun
: 18 – 25 tahun : 50%
: 26 – 35 tahun : 35
: >35 tahun : 15%
- Jenis kelamin : Wanita (55%), Pria (45%)
- Profesi : Pelajar, Mahasiswa, Eksekutif Muda, Profesional, Umum
- SES : middle up (A, B, C)
- Psikografis :
- Socialized and dinamic, menyukai hal-hal baru.
 - Mengikuti perkembangan informasi, trend, gaya hidup, fashion, hiburan, dll.
 - Memiliki orientasi lebih terhadap masa depan.
 - Memiliki tingkat kedewasaan dan kemapanan psikologis tertentu.

ALAMAT REDAKSI DAN PEMASARAN IKLAN

Kompleks Bulaksumur, blok H no. 5, Yogyakarta 55281
Telp (0274) 549513. Fax (0274) 549515
E-mail: mymagz@ymail.com

ALAMAT REDAKSI DAN IKLAN

Alamat : Kompleks Bulaksumur Blok H, No. 5, Yogyakarta 55281

Telepon : (0274) 549513

Contact Person : Aryasena (08122658588), email : aryasena_swaragama@yahoo.co.id

Dewy Poespo (08122730171), email : dewy_poespo@yahoo.com

ADVERTISEMENT RATE MY MAGZ 2012

POSITION	SIZE W x H (mm)	PRICE
Cover 1 – Depan Luar	210 x 275	Rp. 50.000.000
Cover 2 – Depan Dalam	210 x 275	Rp. 25.000.000
Cover 3 – Belakang Dalam	210 x 275	Rp. 25.000.000
Cover 4 – Belakang Luar	210 x 275	Rp. 30.000.000
Full Page	210 x 275	Rp. 15.000.000
Half Page (Vertikal)	105 x 275	Rp. 10.000.000
Half Page (Horizontal)	210 x 137,5	Rp. 10.000.000
1 / 4 Page	105 x 137,5	Rp. 8.000.000
1 / 8 Page	105 x 68,75	Rp. 5.000.000
Double Page Spread	420 x 275	Rp. 20.000.000
Advertotial (Text & Photo)	210 x 275	Rp. 20.000.000

ALAMAT REDAKSI DAN PEMASARAN IKLAN

Kompleks Bulaksumur, blok H no. 5, Yogyakarta 55281

Telp (0274) 549513. Fax (0274) 549515

E-mail: mymagz@ymail.com

LAMPIRAN 8 : SALAH SATU *DROP SPOT* MAJALAH MY MAGZ,

LOKASI DI DIXIE EASY DINING



*Gambar tampak jauh



*Gambar tampak dekat

LAMPIRAN 9 : SOUVENIR COKLAT CHOCODOT PADA
RELAUNCHING MY MAGZ

