

# PENGARUH TERPAAN PESAN PROMOSI KARTU XL BEBAS TARIF Rp 1/detik DI TELEVISI TERHADAP PENINGKATAN PENGGUNAAN KARTU XL BEBAS OLEH MAHASISWA



Oleh: Ella Aldila ( 03220128 )

Dept. of Communication science

Dibuat: 2008-04-09 , dengan 3 file(s).

**Keywords:** Terpaan Pesan Promosi dan Kartu XL Bebas

Sukses tidaknya pengiklanan yang dilaksanakan oleh XL Bebas melalui Tarif Rp 1/detik dapat diketahui dari pengaruh yang ditunjukkan iklan tersebut terhadap audiens. Setelah mereka mendengar adanya iklan tarif murah tersebut, apakah mereka akan meningkatkan penggunaan tarif bicara dalam kartu selular tersebut atau tidak. Maraknya penggunaan telepon selular di kalangan masyarakat, khususnya mahasiswa tentu saja membuat industri selular selalu ingin tetap diminati setiap pelanggannya. Masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah apakah ada pengaruh terpaan pesan promosi Kartu XL Bebas Tarif Rp 1/detik di televisi terhadap peningkatan penggunaan Kartu XL Bebas oleh mahasiswa, dan apabila ada seberapa besar pengaruh tersebut.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori AIDDA yang merupakan rumusan iklan, yang meliputi: Attention yaitu perhatian, Interest yaitu ketertarikan, Desire yaitu keinginan, Decision yaitu keputusan, dan Action yaitu tindakan. Metode dalam penelitian ini adalah survei, dengan tipe penelitian Eksplanasi karena penelitian ini menganalisis hubungan dua variabel atau lebih. Data yang telah dikumpulkan melalui kuesioner yang disebar ke responden dianalisis dengan menggunakan analisis data uji F, Regresi linear sederhana dan uji determinasi.

Dari penelitian ini diperoleh hasil bahwa ada pengaruh terpaan pesan promosi Kartu XL Bebas Tarif Rp 1/detik di televisi terhadap peningkatan penggunaan Kartu XL Bebas oleh mahasiswa, dengan presentase sebesar 42,5% ditentukan oleh pengaruh terpaan pesan promosi Kartu XL Bebas Tarif Rp 1/detik di televisi yang menerpa audiensnya, sedangkan sisanya 57,5% ditentukan oleh variabel lain.

Peneliti

Unsuccessful of advertise that done by XL bebas through Rp 1/second, could be known from the influence that show in that advertisement to audience. After they heard about that cheap of price, are they will increase use of talk price in cell phone card or not. Using of cell phone for public, especially students make industry of cell phone always interested by each customers. The problem that discussed in this research, there is an influence message promote of xl bebas card Rp 1/second on television to increasing used of xl bebas card by students, and if there was how big that influence.

Theory that used in this research is AIDDA theory and it was problem of advertisement, which is Attention, interest, desire, decision and action. Method in this research is survey, utilize explanation because analyze relation between two variable or more. Questioner that spread collected data to the respondents, it analyzed by test data F, simple linear regression and determination test.

From this research it could be conclude that there was an influence message promote of xl bebas

card Rp 1/second on television to increasing used of xl bebas by students with the percentage for 42,5% it certain by the influence message promote of xl bebas Rp 1/second on television to audience and 57,5% certain by another variable.