

EFEKTIFITAS IKLAN TELEVISI KARTU SELULER FREN VERSI“ 1 KARTU CERDAS DAN HEMAT” MENGGUNAKAN EPIC MODEL(Studi Pada Mahasiswa Universitas MuhammadiyahMalang)



Oleh: DJELAS KUSTIANA (03610105)

Management

Dibuat: 2008-03-24 , dengan 3 file(s).

Keywords: IKLAN TELEVISI KARTU SELULER

Penelitian ini mengambil judul “ Efektifitas Iklan Televisi Kartu Seluler Fren Versi” 1 Kartu cerdas dan hemat”. Effectivity on Television Advertising Of Fren Seluler “ 1 kartu cerdas dan hemar” Version (Study to Student Of Economics Faculty, Muhammadiyah University, Malang). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksperimen.

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur efektifitas iklan televisi kartu seluler fren versi “ 1 kartu cerdas dan hemat “ dengan menggunakan metode EPIC Model (Empathy, Persuasion, Impact, Comunication) studi pada Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa ekonomi jurusan manajemen yang berada pada lokasi pada saat diadakan penelitian yaitu di Universitas Muhammadiyah Malang sebanyak 100 responden.

Alat analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji validitas dan reabilitas untuk menguji kevalidtan intrumen serta EPIC Model dengan teknik analisis tabulasi sederhana, dan skor rata-rata untuk mengetahui keefektifan iklan.

Dari hasil uji validitas intrumen diperoleh bahwa dari hasil semua item pernyataan mempunyai nilai korelasi yang lebih dari r. sehingga intrumen menunjukkan bahwa nilai koefisien alpha diperoleh untuk setiap variable adalah $>0,6$ sehingga dapat ditanyakan uji reabilitas itu adalah reliable. Penelitian ini diperoleh hasil sebagai berikut: Dimensi emphaty menurut pengukuran dengan menggunakan EPIC Model termasuk dalam resntang hasil yang efektif, kemudian dimensi persuasi mendapatkan skor rata-rata yang termasuk dalam rentang hasil efektif, Dimensi dampak mendapatkan hasil efektif, dan dimensi komunikasi mendapatkan hasil efektif.

Dari hasil penelitian yang dilakukan tentang efektifitas iklan kartu seluler fren versi “ 1 kartu cerdas dan hemat” dengan menggunakan EPIC Model dapat di simpulkan bahwa semua variable yang antara lain dimensi empati, dimensi persepsi, dimensi dampak, dan dimensi komunikasi menunjukkan nilai yang efektif.

ABSTRACT

The title of this research is the Analysis Of Effectivity on Television Advertising Of Fren Seluler “ 1 kartu cerdas dan hemat” Version (Study to Student Of Economics Faculty, Muhammadiyah University, Malang) by using EPIC Model method which used four critical dimensions: Empathy, Persuasion, Impact, and Communication. From the analysis bay using EPIC Model in this research, I measure a television advertisement Fren seluler card “ 1 kartu cerdas dan hemat” version effectivitness by using Epic Model (Emphaty, Persuasion, Impact, and Comunication) at student Of Faculty Of Economi Of Muhammadiyah University Malang. From research, obtained a following result: Emphaty dimension get effective result, persuasion dimension get effective enough result, Impact dimension get effective result, and

Communication dimension get effective result.

Based on the conclusion above, it can be suggested that the company should improve more the easiness in product buying in order to improve the product buying as the effect of the advertisement effectivity.