

SUMMARY

PENGARUH TERPAAN IKLAN XL VERSI "KETAGIHAN SMS XL" di TELEVISI TERHADAP PEMAHAMAN MAHASISWA FIKOM UEU 2010

Created by ABIZAR ELYAFEI

Subject : PENGARUH TERPAAN IKLAN
Subject Alt : PENGARUH TERPAAN IKLAN
Keyword : PENGARUH TERPAAN IKLAN XL VERSI
"KETAGIHAN SMS XL" di TELEVISI TERHADAP
PEMAHAMAN MAHASISWA FIKOM UEU 2010

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauhmana pengaruh terpaan pada iklan TVC XL versi "Ketagihan SMS XL" terhadap pemahaman mahasiswa Fikom UEU 2010. Hasil penelitian ini memberikan gambaran bahwa pengaruh terpaan iklan XL versi "Ketagihan SMS XL" di televisi menunjukkan korelasi yang tinggi ($r = 0,75$) dengan pemahaman mahasiswa Fikom UEU 2010. Sedangkan hasil rekapitulasi dari variabel terpaan memperoleh frekuensi tinggi yaitu sebesar 104 responden dengan persentase 79% dan variabel pemahaman juga memperoleh frekuensi tinggi yaitu sebesar 116 responden dengan persentase 89%. Dengan demikian dapat disimpulkan semakin tinggi terpaan iklan maka semakin tinggi juga pemahaman terhadap iklan.

Contributor : Dr. Asep Saefudin
Date Create : 17/12/2013
Type : Text
Format : PDF
Language : Indonesian
Identifier : UEU-Undergraduate-2008-51-024
Collection : 2008-51-024
Source : Perpustakaan Esa Unggul
Relation Collection Universitas Esa Unggul
COverage : Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right : Copyright @2013 by UEU Library

Full file - Member Only

If You want to view FullText...Please Register as MEMBER

Contact Person :

Astrid Chrisafi (mutiaraadinda@yahoo.com)

Thank You,

Astrid (astrid.chrisafi@esaunggul.ac.id)

Supervisor