https://digilib.esaunggul.ac.id

SUMMARY

EFEK TAYANGAN IKLAN COMBANTRIN VERSI “CACA DAN CICI” DITELEVISI(Survei Ibu-Ibu Warga Kunciran Mas Permai)

Created by RISMA ZULVIANTRI

Subject : EFEK TAYANGAN IKLAN COMBANTRIN VERSI “CACA DAN CICI” DITELEVISI (Survei Ibu-Ibu Warga Kunciran Mas Permai)

Subject Alt : EFEK TAYANGAN IKLAN COMBANTRIN VERSI “CACA DAN CICI” DITELEVISI (Survei Ibu-Ibu Warga Kunciran Mas Permai)

Keyword : : Efek Tayangan

Description :

Di era yang serba modern seperti sekarang ini, dimana persaingan dalam dunia usaha semakin ketat kompetisi dalam beriklan sangat cukup tajam. Hal ini dilihat dari semakin maraknya pengiklan dalam mengiklankan produknya agar diketahui, diperhatikan dan disukai oleh khalayaknya. Salah satu Media yang dianggap efektif dalam menunjang kegiatan periklanan adalah media elektronik berupa televisi karena televisi merupakan media massa jarak jauh yang memiliki keunggulan pada audio visual dalam menampilkan suara dan gambar untuk dapat merangsang dua indera sekaligus yaitu indera penglihatan dan pendengaran
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat efek tayangan iklan Combantrin Versi “Caca dan Cici”Ditelevisi.
Kerangka teori yang digunakan teori dari Lavidge dan Steiner mengenai Hirarki Efek yang terdiri dari 6 tahap yaitu: tingkat kesadaran (Awareness), tingkat pengetahuan (Knowledge), tingkat kesukaan (Liking), tingkat pemilihan (Preference), tingkat keyakinan (Conviction) dan tingkat pembelian (Purchase).
Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian survey, dan tipe penelitiannya adalah deskriptif. Metode yang digunakan untuk penarikan sampel adalah menggunakan rumus Yamane, teknik pengambilan sampel yaitu menggunakan teknik probality sampling
Hasil penelitian mengenai efek tayangan iklan Combantrin versi Caca dan Cici ditelevisi menunjukan bahwa mayoritas sebanyak 54 responden atau 59 % Nilai tersebut mengindikasikan bahwa Efek Tayangan Iklan Combantrin Versi Caca dan Cici Di Televisi adalah Tinggi. Selebihnya, responden yang menjawab responden yang menjawab dengan nilai 80 – 65 berjumlah 16 orang atau 17 % dengan indikasi sangat tinggi, responden yang menjawab dengan nilai 48 – 33 berjumlah 22 orang atau 24 % dengan indikasi kurang Tinggi, dan responden yang menjawab dengan nilai 32 – 17 berjumlah 0 atau 0 % dengan indikasi tidak tinggi, responden yang menjawab dengan nilai 16 – 0 berjumlah 0 orang atau 0 % dengan indikasi sangat tidak tinggi.

Date Create : 07/09/2014

Type : Text

Format	**:**	PDF
Language	**:**	Indonesian
Identifier	**:**	UEU-Undergraduate-undergraduid_2004-51-015
Collection	**:**	undergraduid_2004-51-015
Source	**:**	Undergraduate these comunnication of faculty
Relation COllection	**:**	Universitas Esa Unggul
COverage	**:**	Sivitas Akademika Universitas Esa Unggul
Right	**:**	copyright2014@esaunggul

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