

SUMMARY

PEMENUHAN UNSUR DAYA TARIK DAN HIMBAUAN PESAN IKLAN ESIA DI TELEVISI SWASTA PERIODE JANUARI - JUNI 2009

Created by DWIKA OMEGA

Subject : PEMENUHAN UNSUR DAYA TARIK DAN
HIMBAUAN PESAN IKLAN ESIA DI TELEVISI
SWASTA PERIODE JANUARI - JUNI 2009

Subject Alt : PEMENUHAN UNSUR DAYA TARIK DAN
HIMBAUAN PESAN IKLAN ESIA DI TELEVISI
SWASTA PERIODE JANUARI - JUNI 2009

Keyword : Unsur Daya tarik, Himbauan pesan

Description :

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pemenuhan unsur daya tarik dan himbauan pesan iklan esia di televisi swasta periode januari - juni 2009. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis isi, dengan unit analisis yang digunakan yaitu per iklan esia dengan enam versi iklan yang berbeda.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka diperoleh hasil penelitian sebesar 100% untuk unsur jingle, copy, storyboard dan endorser. Sedangkan untuk unsur slogan sebesar 66,7% dan unsur logo sebesar 83,3%. Hasil untuk himbauan pesan kategori pesan rasional sebesar 16,7% dan pesan emosional sebesar 83,3%.

Date Create : 11/12/2014

Type : Text

Format : PDF

Language : Indonesian

Identifier : UEU-Undergraduate-undergraduate_200851021

Collection : undergraduate_200851021

Source : Undergraduate these communication of faculty

Relation Collection Universitas Esa Unggul

COverage : Civitas Akademika Universitas Esa Unggul

Right : copyright20142esaunggul

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