

Tipe Koleksi: UHAMKA - Skripsi FISIP

EFEKTIFITAS IKLAN TRANSIT ?LE MINERALE? TERHADAP TINGKAT BRAND AWARENESS

Dimas Naufal Fathin

Deskripsi Lengkap: <http://lib.uhamka.ac.id/detail.jsp?id=75310&lokasi=lokal>

Abstrak

Iklan pada prinsipnya merupakan kegiatan komunikasi, yaitu upaya menyampaikan pesan dari komunikator kepada konsumen melalui suatu media. Dalam penyampaian pesan kepada komunikator, komunikator akan mendapatkan timbal balik berupa response. Respon yang diterima dapat bernilai positif ataupun negatif. Dalam periklanan, sebuah pesan harus memiliki dampak positif sesuai yang diharapkan. Dampak tersebut dipengaruhi oleh berbagai faktor, salah satunya media iklan. Maka, untuk memaksimalkan dampak positif itu perlu mengukur media iklan yang efektif dan efisien. Pada penelitian ini akan mengukur nilai efektifitas iklan transit Le Minerale terhadap tingkat brand awareness pada pengguna MRT (mass rapid transit) Jakarta. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kuantitatif dengan menggunakan kuisioner yang dibagikan kepada 100 responden menggunakan metode non probability sampling, dengan kriteria responden pengguna MRT Jakarta yang berusia 18-45 tahun. Analisis data yang digunakan pada penelitian ini yaitu analisis regresi linear sederhana.

Hasil penelitian berdasarkan analisis regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel efektifitas iklan berpengaruh positif terhadap brand awareness dengan nilai korelasi atau hubungan sebesar 0,654, juga diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,428. Hal tersebut menunjukkan bahwa iklan transit ?Le Minerale? pada MRT Jakarta mempengaruhi efektifitas terhadap Brand Awareness sebesar 42,8%.

Penelitian ini hanya salah satu contoh dalam mengukur efektifitas iklan terhadap tingkat brand awareness. Selain itu, masih banyak hal yang dapat diukur dari sebuah iklan, terhadap minat beli ataupun brand equity. Maka dari itu, agar pada penelitian mendatang yang serupa dapat mengukur efektifitas iklan dari sisi lain dan juga bisa lebih segmented sesuai target audience dari suatu objek merek.