Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Bagaimana Persepsi Masyarakat Terhadap Kreatif Iklan Visa Color Citibank Melalui Pendekatan Focus Group

Ari Fauzi, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184052&lokasi=lokal

----

Abstrak

Meningkatnya perekonomian Indonesia dewasa juga mengakibatkan peningkatan dalam iklan, terutama nilai be1anja untuk iklan. Tetapi apakah mutu dari iklan juga meningkat? Untuk skripsi ingin melihat seberapa efektif iklan Color" Citibank di dalam menyampaikan pesan iklan. Informasi dan data yang diperlukan untuk melengkapi skripsi ini di dapat melalui Library Research (melalui buku, majalah dan bacaan lainnya), Field Research (melalui perusahaan yang bersangkutan), dan metode penelitian Focus Group (mengevaluasi interaksi para responden terhadap suatu obyek permasalahan).