Universitas Indonesia Library >> UI - Skripsi Membership

Aplikasi the three hit theory untuk analisa efektivitas dan efisiensi distribusi frekuensi iklan

Arief Wardono, author

Deskripsi Lengkap: https://lib.ui.ac.id/detail?id=20184407&lokasi=lokal

---

Abstrak

Tujuan utama penulisan skripsi ini adalah mencari dan menganalisa distribusi frekuensi iklan yang optimal, sehingga suatu iklan dikatakan efektif dan besarnya pemborosan biaya yang dikeluarkan bila frekuensi dari penayangan iklan tersebut dikatakan tidak efektif. Data yang diambil merupakan data sekunder yang didapat dari PT Survey Research Indonesia dan PT Matari Advertising. Hasil penelitian adalah; range frekuensi efektif skedul iklan Vicee adalah 3 < n < 11, jumlah tayangan tidak efektif 40 kali dan pemborosan Biaya Rp. 81.400.000, selanjutnya berturut Hemaviton 5 5, n 15, O, Rp.O; Xon-Cee, 3 n < 9, 59 kali, Rp. 127.000.000; Caxon F 4 < n < 11, 21, Rp. 79.000.000; Enervon C 4 n 12, 11 kali, Rp.41.000.000; Redoxon 13 < n < 49, 1 kali, Rp. 2.400.000; Supertin 3 n 7, 7 kali, Rp. 16.780.000.; Vitacimin, 5 < n < 18, 30 kali, Rp. 68.940.000. Teori ini mampu menjawab jumlah frekuensi yang efektif secara lebih objektif. Perlu dilakukan penelitian lanjutan untuk aplikasi di Indonesia.