

Efektivitas terpaan iklan televisi "top coffee" versi Iwan Fals dengan menggunakan direct rating method = Effectiveness of advertising exposure "top coffee iwan" fals version the television using the direct rating method

Muhammad Haykal Tarmizi, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20367638&lokasi=lokal>

Abstrak

Tingginya minat masyarakat terutama masyarakat Indonesia dalam mengkonsumsi kopi ternyata menarik perhatian sejumlah perusahaan untuk menciptakan produk inovatif berbahan dasar kopi. Salah satunya adalah perusahaan Wings food, perusahaan fast moving consumer goods, yang baru saja meluncurkan kopi instan bernama "Top Coffee". Selama ini sebagian besar pangsa pasar produk sejenis dikuasai oleh produsen kopi terbesar Kapal Api dan Torabika. Hal ini membuat suasana pasar semakin kompetitif. Perusahaan yang dapat memberikan kualitas produk dan layanan terbaiklah yang akan dipilih konsumen. Pemilihan endorser iklan "Iwan Fals" pada produk iklan televisi Top Coffe karena menampilkan pendukung pribumi (Orang Indonesia) dapat membuat konsumen merasa lebih dekat dan merasa familiar. Dalam metode DRM, semakin tinggi peringkat yang diperoleh sebuah iklan, semakin tinggi pula kemungkinan iklan tersebut efektif". Tujuan penelitian ini adalah mengetahui efektivitas terpaan iklan televisi "Top Coffe Versi Iwan Fals" dengan menggunakan Direct Rating Method (DRM). Pengukuran efektivitas iklan Top Coffe menggunakan Direct Rating Method. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terpaan iklan televisi "Top Coffee" versi Iwan Fals dengan metode Direct Rating Method (DRM) masuk dalam kategori iklan yang baik diterima pemirsa.

<hr>

The high interest in the Indonesian society have consumed coffee apparently attracted the attention of a number of companies to create innovative products made from coffee. One is the company's Wings food, fast moving consumer goods company, which recently launched an instant coffee called "Top Coffee". So far, most of the market share of similar products controlled by the largest coffee producer "Kapal Api" and Torabika. This makes the market more competitive atmosphere. Companies that can deliver quality products and services best will selected consumers. Election advertising endorser "Iwan Fals" on television commercials Top Coffee products featuring support for native (Indonesian People) to make consumers feel closer and feel familiar. In the DRM method, the higher the ranking obtained an ad, the higher the likelihood that ad effective ". The purpose of this study was to determine the effectiveness of television advertising exposure "Top Coffee Version Iwan Fals" by using the Direct Rating Method (DRM). his study uses a quantitative approach through survey methods with 87 respondents. Top Coffee advertising effectiveness measurement using the Direct Rating method. Research shows that exposure to television advertising "Top Coffee" Iwan Fals version with Direct methods Rating Method (DRM) in the category of good advertising is accepted viewers.