



UNIVERSITAS MERCU BUANA

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PROGRAM STUDI MARCOMM & ADVERTISING

Bernardus Prastyo (44306120014)

Efektifitas Media Billboard terhadap program acara midnight sale di Supermal Karawaci periode 2012

xi hal + 75 hal + 24 tabel + 6 lampiran + riwayat hidup

Bibliografi : 25 buku (tahun 1985 – 2010)

ABSTRAKSI

PT.Supermal Karawaci adalah sebuah perusahaan yang bergerak di bidang Shopping Center telah berdiri sejak tahun 1994 dan dengan berjalannya waktu semakin banyaknya pesaing yang mulai tumbuh terutama di area Jabodetabek. Dengan adanya program-program acara ini diperlukan sebuah iklan yang ditempatkan di sebuah media sehingga pesan tersebut dapat sampai kepada sasaran yang tepat. Dari sebuah survei kecil dilakukan di setiap customer service Supermal Karawaci pada tgl 26-27 Februari ditanyakan kepada 50 orang secara random 11 Orang menyatakan mereka tidak mengetahui dan 39 orang mengetahui dengan rincian sebagai berikut: Radio (2 orang), Koran (7 orang), SMS Blust (6 orang), Spanduk/Billboard (Media Luar Ruang) (11 orang), Customer Service (2 orang), Paging Announcement (1 orang), Banner (Media Dalam Ruang) (2 orang), Teman (4 orang), Cleaning Service (1 orang). Dari survei inilah peneliti mengambil judul penelitian “Efektifitas Media Billboard terhadap Program Acara Midnight Sale Supermal Karawaci periode 2012”

Penelitian pada media iklan khususnya billboard belum pernah dilakukan sebelumnya dan mengambil acuan dari penelitian efektifitas suatu iklan diambilah teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) dimana dapat disimpulkan keefektif-an sebuah Media Billboard

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dimana dengan mengumpulkan data sampel dari sejumlah responden pengunjung Supermal Karawaci dan pada akhirnya hasil dari riset akan disimpulkan dalam dua kategori yaitu efektif dan tidak efektif.

Dari hasil penelitian inilah nantinya dapat dihasilkan hasil yang akurat dimana peneliti bisa memberikan kontribusi tentang Efektifitas Media Billboard yang dapat digunakan untuk media promosi acara di Supermal Karawaci sehingga dapat mengundang banyak pengunjung untuk datang.