

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Periklanan dan Komunikasi Pemasaran
Litani Bernadette Wattimena
44310110065

Efektifitas Iklan TV Solusi Kemudahan Transaksi versi :Hidup Lebih Lancar, e-Banking BCA”

Jumlah halaman : 73 halaman + 4 lampiran

Bibliografi : 29 acuan, Tahun 2003 - 2015

ABSTRAK

Pertumbuhan yang pesat di dunia digital khususnya mobile menunjukkan kesibukan manusia saat ini, sampai segala sesuatu dilakukan dalam perjalanan melalui perangkat *mobile*. Salah satu industri yang harus mengikuti perubahan adalah perbankan. Tapi cara bank dalam mengkomunikasikan produknya masih terfokus pada produk yang dikeluarkan, bukan pada kebutuhan konsumen. Untuk itu penelitian ini bertujuan untuk melihat efektifitas iklan Solusi Kemudahan Transaksi versi “Hidup Lebih Lancar, e-Banking BCA” yang lebih terfokus pada pemenuhan kebutuhan perbankan konsumen melalui solusi kemudahan transaksi dengan e-Banking.

Penelitian ini menggunakan konsep Efektifitas Iklan menurut Fredy Rangkuty, dalam arti tercapainya sasaran yang telah ditentukan sebelumnya. Jadi apa yang menjadi tujuan pemberi pesan dapat diterima dengan baik oleh pasar sasaran.

Dalam melakukan penelitian ini digunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei dengan menggunakan kuesioner pada 75 orang responden yang dinilai merupakan pasar sasaran dari iklan ini.

Hasil penelitian ini membahas mengenai efektifitas iklan TV Solusi Kemudahan Transaksi versi “Hidup Lebih Lancar, e-Banking BCA” dalam perannya menyampaikan tujuan komunikasi BCA untuk meningkatkan komunikasi yang mengarah pada *customer focus*.

Penelitian ini menyimpulkan bahwa iklan TV Solusi Kemudahan Transaksi versi “Hidup Lebih Lancar, e-Banking BCA” adalah efektif dalam menyampaikan pesan komunikasi Solusi Kemudahan Transaksi yang menjadi tujuan komunikasi BCA. Terlihat dari hasil rata-rata yang dihasilkan yang menunjukkan skala 88,04 yang artinya efektif.