

## **ABSTRAK**

### **PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN PADA PT RADIO “BIWARA KIRANA MATARAM” ( BIKIMA ), YOGYAKARTA TAHUN 2002**

**Eka Budiarta Wiwaha  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2002**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui metode apa yang cocok dan apakah langkah-langkah penentuan tarif pemasangan iklan pada PT Radio Bikima Yogyakarta sudah tepat. Penelitian dilaksanakan pada bulan November sampai dengan Desember 2000.

Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data digunakan analisis kuantitatif dengan cara : 1) Mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan perusahaan dengan mengumpulkan seluruh biaya, 2) Mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan berdasarkan kajian teori dengan menggunakan metode full costing, 3) Membandingkan hasil perhitungan tarif pemasangan iklan yang dilakukan perusahaan dengan penentuan tarif pemasangan iklan berdasarkan kajian teori ( metode full costing ), 4) Menguji perbedaan besarnya tarif pemasangan iklan perusahaan dengan kajian teori menggunakan batas toleransi 5 %.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah metode yang cocok untuk menentukan tarif pemasangan iklan adalah metode full costing dan penentuan tarif pemasangan iklan pada PT Radio Bikima sudah tepat.

## **ABSTRACT**

### **DETERMINING THE ADVERTISING RATE AT “PT RADIO BIWARA KIRANA MATARAM ( BIKIMA )” YOGYAKARTA 2002**

**Eka Budiarta Wiwaha  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2002**

The aims of this research were : (1) to know the suitable methods of the advertising rate determination, and (2) whether or not the steps of the advertising rate determination at “ PT Radio Bikima “ had been appropriate. The research was conducted since November until December 2002.

The data collecting techniques used were interviews and documentary study. To analyze the data the research used a quantitative analysis by : (1) describing the advertising rate determination of the company by collecting all costs, (2) describing the advertising rate determination based on the theory using full costing method, (3) comparing the result of the advertising rate calculation conducted by the company with the calculation based on the theory using full costing method, (4) examining the variance that occur at the advertising rate calculated by the company and the theory with the tolerance limit of 5 %.

The conclusion of the research were : (1) the suitable method to determine the advertising rate was full costing method, and (2) the determination of the advertising rate at “ PT Radio Bikima “ had been appropriate.