

## **ABSTRAK**

### **PERBEDAAN EFEKTIVITAS PENYAMPAIAN PESAN IKLAN MELALUI MEDIA PERIKLANAN: TELEVISI, MAJALAH, DAN RADIO**

Studi pada Mahasiswa Universitas Sanata Dharma  
Mrican, Yogyakarta terhadap Iklan Produk AXE

Lusia Titis Satyosanti  
Universitas Sanata Dharma  
Yogyakarta  
2008

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah ada perbedaan efektivitas penyampaian pesan iklan melalui media periklanan: televisi, majalah, dan radio. Selain itu penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui manakah di antara media periklanan: televisi, majalah, dan radio yang paling efektif dalam menyampaikan pesan iklan. Penelitian dilakukan di Universitas Sanata Dharma Mrican, Yogyakarta pada bulan November 2007 sampai dengan bulan Januari 2008.

Populasi dari penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Sanata Dharma Mrican, Yogyakarta, yaitu mahasiswa berjenis kelamin laki-laki, sudah pernah melihat iklan AXE di televisi, majalah, dan sudah pernah mendengar iklan AXE di radio. Sampel penelitian ini sebanyak 120 responden, terbagi dalam tiga bagian yaitu, 40 responden media televisi, 40 responden media majalah, dan 40 responden media radio. Teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental sampling*. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuesioner. Teknik analisis yang digunakan adalah uji normalitas, uji homogenitas, dan statistik parametrik *One Way ANOVA (Analysis of Variance)* dengan taraf signifikan  $\alpha = 0.05$  (5%).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ada perbedaan efektivitas penyampaian pesan iklan melalui media periklanan: televisi, majalah, dan radio. Melalui penelitian ini juga ditunjukkan bahwa secara umum dari ketiga media periklanan: televisi, majalah, dan radio, yang paling efektif dalam menyampaikan pesan iklan kepada audiens adalah media periklanan televisi.

## **ABSTRACT**

### **THE COMPARATIVE STUDY ON THE EFFECTIVENESS OF DELIVERING ADVERTISEMENT MESSAGE USING ADVERTISING MEDIA: TELEVISION, MAGAZINES, AND RADIO**

A Study on AXE Product Advertisement

Lusia Titis Satyosanti  
Sanata Dharma University  
Yogyakarta  
2008

This research aimed to find out the effectiveness differences of delivering the advertisement message using advertising media: television, magazines, and radio. It also aimed to find out the most effective media among television, magazines, and radio in delivering the advertisement message. This research was conducted at Sanata Dharma University, Mrican Yogyakarta from November 2007 to January 2008.

The populations of this research were the male students of Sanata Dharma University, Mrican Yogyakarta, who ever saw the AXE advertisement in the television, magazines and listened AXE advertisement through the radio. There were 120 respondents of this research. The respondents were divided into three groups that were, 40 respondents of television, 40 respondents of magazines, and 40 respondents of radio. Accidental sampling technique was used in this research. The data were collected by distributing questionnaire. To analyze the data, the researcher used normality test, homogeneity test, and One Way ANOVA (Analysis of Variance) parametric statistic techniques with the level of significance  $\alpha = 0.05$  (5%).

The results showed that there were effectiveness differences of delivering the advertisement message using advertising media: television, magazines, and radio. Among three advertising media: television, magazines, and radio, the most effective medium to convey the advertisement message to audience was television.