

ABSTRAK

Evaluasi Penentuan Tarif Iklan Studi Kasus Pada PT. Radio Roro Djonggrang Jl. Pemukti Baru No.09 Prambanan Klaten

Y. Danik Wijayanti
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2002

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab masalah: (1) apakah langkah-langkah penentuan tarif iklan yang ditetapkan oleh PT. Radio Roro Djonggrang Prambanan Klaten sudah tepat, (2) apakah besarnya tarif iklan yang ditetapkan oleh PT. Radio Roro Djonggrang sudah tepat. Penelitian ini dilaksanakan di PT. Radio Roro Djonggrang, Jl. Pemukti Baru No.09 Prambanan Klaten.

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah metode deskriptif dan metode komparatif. Untuk menjawab masalah pertama, peneliti membandingkan langkah-langkah yang dilakukan oleh PT. Radio Roro Djonggrang Prambanan Klaten dengan langkah-langkah menurut metode *cost plus pricing* pendekatan *full costing*. Untuk menjawab masalah kedua, peneliti menganalisis ketepatan besarnya tarif iklan yang ditetapkan oleh PT. Radio Roro Djonggrang Prambanan Klaten. Kriteria penarikan kesimpulan adalah sebagai berikut: kurang dari sama dengan 5 % adalah tepat, dan lebih dari 5 % adalah tidak tepat.

Hasil analisis menunjukkan bahwa langkah-langkah penentuan tarif iklan PT. Radio Roro Djonggrang Prambanan Klaten tidak tepat. Selain itu PT. Radio Roro Djonggrang Prambanan Klaten untuk iklan *reguler time*, iklan *prime time*, *sponsor program reguler time*, dan iklan *adlibs* telah menetapkan tarif iklan dengan tepat karena selisih kurang dari sama dengan 5 %. Untuk iklan *reguler time* sebesar 4,86 %, iklan *prime time* sebesar 4,86 %, *sponsor program reguler time* sebesar 4,85 %, dan iklan *adlibs* 4,87%.

ABSTRACT
An Evaluation of Advertising Rate Determination
A Case Study at “Roro Djonggrang Radio”
Jl. Pemukti Baru No.09, Prambanan, Klaten

Y. Danik Wijayanti
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2002

The aims of this research were to know: (1) whether or not the procedure of advertising rate determination applied by “Roro Djonggrang Radio” had been appropriate, (2) whether or not the advertising rate determined by “Roro Djonggrang Radio” had been appropriate. This research was conducted at “Roro Djonggrang Radio”, Jl. Pemukti Baru No.09, Prambanan, Klaten.

The data collecting techniques used were interview, observation, and documentary study. The data analyzing methods used were descriptive and comparative methods. To answer the first problem the researcher compared steps done by “Roro Djonggrang Radio” with one according to the theory, based on cost plus pricing method with full costing approach. To answer the second problem, the researcher analyzed the appropriateness of the advertising rate determined by “Roro Djonggrang Radio”, by comparing the result of calculation conducted by “Roro Djonggrang Radio” with the one according to calculation based on cost plus pricing method, with criteria of the difference 5 %. If the difference was lower or equal to 5 % the advertising rate determination by “Roro Djonggrang Radio” was correct, and if it was higher than 5 % the advertising rate determination was not correct.

The findings were 1) the procedure of advertising rate determination applied by “Roro Djonggrang Radio” was not appropriate, 2) the advertising rate determination by “Roro Djonggrang Radio” for regular time advertising rate, prime time advertising rate, sponsor program regular time, and adlibs advertising rate was correct because the difference was lower or equal to 5 %. For regular time advertising rate the difference was 4.86 %, for prime time advertising rate was 4.86 %, for sponsor program regular time advertising rate was 4.85 %, and adlibs advertising rate was 4.87 %.