

## ABSTRAK

### EVALUASI PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN (Studi kasus pada PT. Radio EMC-FM Yogyakarta)

**Galih Condro Purnomo**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2005**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengevaluasi apakah penentuan tarif pemasangan iklan yang diterapkan oleh PT. Radio EMC-FM Yogyakarta sudah tepat berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*. Metode yang digunakan untuk mengumpulkan data adalah wawancara dan dokumentasi.

Teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisis deskriptif dan teknik analisis komparatif. Adapun langkah-langkah yang dilakukan dalam analisis data adalah :1) Mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan yang dilakukan oleh PT. Radio EMC-FM Yogyakarta, 2) Mendeskripsikan penentuan tarif pemasangan iklan berdasarkan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*, 3) Membandingkan hasil penentuan tarif pemasangan iklan yang dilakukan PT. Radio EMC-FM Yogyakarta dan berdasarkan kajian teori, 4) Menguji apakah ada perbedaan yang relatif kecil atau tidak

Berdasarkan analisis yang dilakukan diambil kesimpulan bahwa tidak terdapat perbedaan antara penentuan tarif pemasangan iklan menurut PT. Radio EMC-FM Yogyakarta dengan metode *Cost Plus Pricing* dengan pendekatan *Full Costing*.

## ABSTRACT

### AN EVALUATION ON THE DETERMINATION OF ADVERTISEMENT INSTALLING TARIFF (A Case Study at PT. Radio EMC-FM Yogyakarta)

**Galih Condro Purnomo**  
**Universitas Sanata Dharma**  
**Yogyakarta**  
**2005**

This research aimed to find out and to evaluate whether the determination of advertisement installing tariff applied by PT. Radio EMC-FM Yogyakarta was appropriate based on *Cost Plus Pricing* method using *Full Costing* approach. The methods used to collect the data were interview and documentation.

The data analyses used were the descriptive analysis and the comparative analysis techniques. The steps done in analyzing the data were: 1) Describing the determination of advertisement installing tariff which was done by PT. Radio EMC-FM Yogyakarta, 2) Describing the determination of advertisement installing tariff based on *Cost Plus Pricing* method using *Full Costing* approach, 3) Comparing the result of the determination of advertisement installing tariff done by the company and the one based on the theoretical study, 4) Examining whether or not there is a relatively small difference.

Based on the analysis, it could be concluded that there was no difference between the determination of advertisement installing tariff according to PT. Radio EMC-FM Yogyakarta and the one determined by using *Full Costing* approach.