

ABSTRAK

PENENTUAN TARIF PEMASANGAN IKLAN STUDI EVALUASI PADA HARIAN PAGI “BERNAS JOGJA” TAHUN 2007

Indah Suryandari
Universitas Sanata Dharma
Yogyakarta
2007

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah langkah-langkah dan besarnya tarif pemasangan iklan pada harian pagi “BERNAS JOGJA” sudah tepat. Penelitian dilaksanakan pada bulan september sampai dengan oktober 2005.

Data dikumpulkan dengan metode wawancara dan dokumentasi. Untuk menganalisis data digunakan analisis kuantitatif dengan cara : 1) Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan tarif pemasangan iklan yang diterapkan pada harian pagi ‘BERNAS JOGJA’, 2) Mendeskripsikan langkah-langkah penentuan tarif pemasangan iklan menurut kajian teoritis, 3) Membandingkan antara langkah-langkah penentuan tarif pemasangan iklan yang dilakukan perusahaan dengan penentuan tarif pemasangan iklan berdasarkan kajian teori, 4) Menguji perbedaan besarnya tarif pemasangan iklan perusahaan dengan kajian teori menggunakan batas toleransi 5 %.

Kesimpulan yang dapat diambil adalah : 1) Tidak cukup informasi untuk menarik kesimpulan apakah prosedur penentuan tarif pemasangan iklan sudah tepat. 2) besarnya tarif pemasangan iklan yang ditetapkan pada harian pagi “BERNAS JOGJA” sudah tepat.

ABSTRACT

**TARIFF DETERMINATION OF ADVERTISEMENT INSTALLATION
An Assessment Study on “BERNAS JOGJA” Morning Daily Newspaper**

**Indah suryandari
Sanata Dharma University
Yogyakarta
2007**

The purpose of the research is to know whether the steps to determine the tariff and the amount of it to install the advertisement in “BERNAS JOGJA” Morning Daily Newspaper is proper. This research done from September to October 2005.

The techniques of data collection were documentation and questionnaire. The technique of data analysis was quantitative by applying the following steps: 1) describing the steps in determining the amount of tariff to install the advertisement in “BERNAS JOGJA” Morning Daily Newspaper, 2) describing the steps in determining the amount of tariff to install the advertisement theoretically, 3) comparing between the theory in determining the tariff to install the advertisement in daily newspaper and the steps what “BERNAS JOGJA” done in determining the amount of tariff, 4) testing the difference between the amount of tariff determined by “BERNAS JOGJA” and the theory by applying 5% t-plerant limit.

The result of this research show that: 1) there isn't any enough information to draw conclusion whether the procedure to determine the step of tariff in advertisement installation is proper, 2) the amount of tariff determined by “BERNAS JOGJA” in advertisement installation is proper.