

CHOIRUNNISA'

MANAJEMEN

141080205

ABSTRAK

Evaluasi Implementasi Strategi Periklanan Produk SGM di Sleman dengan Pendekatan EPIC Model Tahun 2012

Strategi periklanan yang baik harus mampu mengevaluasi dan mengimplementasikan strateginya dengan cara pesan yang disampaikan bisa dipahami oleh konsumen. Efektivitas iklan adalah kemampuan suatu iklan untuk menciptakan sikap yang mendukung terhadap suatu produk, dimana pesan suatu iklan dapat terpatry secara mendalam dalam benak konsumen, dan konsumen mencermatinya dengan sudut pandang yang benar.. Efektivitas iklan dapat diukur berdasarkan dampak komunikasi dari suatu iklan, yang pada akhirnya akan mempengaruhi aspek kognitif, emosi, dan konatif konsumen dalam memilih produk. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan ditinjau dari dimensi *Empathy, Persuasion, Impact*, dan *Communication* pada iklan SGM.

Kata kunci : Strategi Periklanan, Efektivitas iklan, EPIC Model.

ABSTRACT

Evaluation of the implementation of the strategy of product advertising SGM in Sleman regency with the EPIC Model approach year 2012.

Good advertising strategy should be able to evaluate and implement his strategy in a way the message could be understood by consumers. Advertising effectiveness is the ability of an advertising in creating positive attitude toward product, how the ad message can be engaged in consumers mind, and the consumer comprehends the ad message from the right point of view. Advertising effectiveness can be measured based on the ad's communication effect, that will persuade the consumer's cognitive, emotion, and conative in decision making process. This study is to describe the advertising effectiveness of SGM product ad, using the EPIC Model that is contain of Empathy, Persuasion, Impavt, and Communication dimension of an ad.

Keywords : Advertising Strategic, Advertising Effectiveness, EPIC Model.