

ABSTRAK

Perkembangan teknologi di dunia ini sangat pesat. Hal ini menjadikan kebutuhan manusia bisa dibantu dengan peralatan teknologi yang sudah merata di hampir semua sektor kehidupan manusia. Dengan demikian menjadikan banyak sekali toko yang menjual barang elektronik. Salah satunya adalah Candi Elektronik, toko yang menjual berbagai macam barang kebutuhan tersebut. Dengan harga murah dan berbagai tawaran menarik dengan adanya *voucher* dan kupon undian untuk pelanggan setiannya. Maka dari itu, Candi Elektronik memilih radio sebagai media untuk beriklan, dalam hal ini adalah Radio SAS FM. Karena media radio adalah salah satu media yang efektif bagi masyarakat dengan jangkauan yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat efektivitas iklan Candi Elektronik yang disiarkan di Radio SAS FM Solo terhadap minat pengunjung.

Penelitian merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan teori AIDA (Attention, Interest, Desire, Action). Variabel independen dalam penelitian ini adalah iklan di radio SAS FM Solo dan sebagai variabel dependen adalah minat pengunjung di Candi Elektronik. Data diperoleh melalui kuesioner sebagai data primer dan wawancara sebagai data sekunder. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tabel tunggal dan analisis regresi linier berganda. Dengan hasil iklan Candi Elektronik di radio SAS FM sudah efektif untuk menarik minat pengunjung.

Kata kunci : efektivitas iklan, radio, minat.

ABSTRACT

Technological growth in this world was very fast. This matter make the requirement of human being can be assisted with the technological equipments flatten in most of all human life sector. Thereby make a lot of shop selling electronic goods. One of them was Candi Electronic, shop selling assorted of the requirement goods. The price of cheap and various bargain draw with the existence of voucher and lotterij ticket for the customer as devoted as. So that Candi Electronic has chosen the radio as a media for advertisement, in this case has SAS FM Radio. This matter because of passing radio media has one of effective media to society with the penetritive and wide of reach various society coats. Intention of this research was to know the advertisement effectiveness level of candi Electronic broadcasted in SAS FM Solo Radio to visitor enthusiasm.

Research represent the quantitative research by using was AIDA (Attantion, Interest, Desire, Action) theory. Independent variable in this research was advertisement broadcasted in SAS FM Solo Radio and as dependent variable was visitor enthusiasm at Candi Electronic. Data was obtained to passquestioner as primary data and interview as secondary data. Data analysed to use the single tables analyst technique and multiple linear regressions analyze. With the result that the advertisement of Candi Electronic has broadcasted in SAS FM Solo have effective to draw the visitor enthusiasm.

Keyword: advertisement effectivity, radio, enthusiasm.