

# **EFEKTIVITAS ANTARA IKLAN MEDIA ELEKTRONIK TELEVISI DENGAN IKLAN MEDIA *ONLINE YOUTUBE* DALAM MEMASARKAN PRODUK INDOMIE**

## **ABSTRAK**

**Oleh :**

**Imanu Ragil Tri Wibowo**

**Dosen Pembimbing :**

**Nurul Hidayati,SE.,MM**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas iklan media elektronik televisi dengan media iklan youtube, yang diukur melalui metode EPIC. Objek yang diteliti adalah Indomie. Penelitian dilakukan dengan menyebarkan 100 responden dengan menggunakan *purposive sampling*. Variabel yang diteliti untuk mengukur efektivitas adalah *empati, persuasi, impact, communication*.

Dari skor yang diperoleh responden dari kedua media tersebut sebagai berikut. Media elektronik dimensi empati sebesar 3,74, dimensi persuasi 3,6. Dimensi impact atau dampak sebesar 3,63. Dimensi komunikasi 3,66. Sedangkan media online youtube pada dimensi empati 3,53. Dimensi persuasi 3,48. Dimensi impact atau dampak sebesar 3,65. Pada dimensi komunikasi sebesar 3,47. Nilai EPIC rate pada media televisi menunjukkan angka 3,66 sedangkan pada media online youtube menunjukkan angka 3,53 dapat disimpulkan bahwa iklan pada media elektronik lebih efektif dibandingkan media online.

**Kata Kunci :** Efektivitas iklan media elektronik televisi dengan media online youtube, Metode EPIC

# **EFFECTIVENESS BETWEEN TELEVISION ELECTRONIC MEDIA ADVERTISING WITH YOUTUBE ONLINE MEDIA ADVERTISING IN MARKETING INDOMIE PRODUCTS**

## **ABSTRACT**

**By :**

**Imanu Ragil Tri Wibowo**

**Supervisor :**

**Nurul Hidayati,SE.,MM**

The purpose of this study was to determine the effectiveness of television electronic media advertising with youtube advertising media, as measured through the EPIC method. The object under study was Indomie. The study was conducted by spreading 100 respondents using purposive sampling. The variables studied to measure effectiveness are empathy, persuasion, impact, communication.

From the scores obtained by respondents from the two media as follows. Empathy dimension electronic media is 3.74, persuasion dimension is 3.6. The dimensions of the impact is 3.63. Communication dimension 3.66. Whereas youtube online media on empathy dimension 3.53. The dimensions of persuasion are 3.48. The dimensions of the impact is 3.65. In the communication dimension of 3.47. EPIC rate value on television media shows the number 3.66 while on online media youtube shows the number 3.53 it can be concluded that advertising on electronic media is more effective than online media.

**Keywords:** Effectiveness of television electronic media advertising with YouTube online media, EPIC method