

Id : **16238**

Call Number : **659.1 WID e**

Judul : **Efektivitas Billboard Binus Di Jembatan Penyebrangan Jl. S. Parman Terhadap Calon Mahasiswa Untar/Fenny Widiah**

Pengarang : **Widiah Fenny**

Nim : **915070090**

Kota : **Jakarta**

Tahun Terbit : **2011**

Deskripsi Fisik : **Xvii + 149 halaman, table 22, gambar 16, lampiran 19**

Pembimbing : **1.Dr. Shidarta, SH., M.Hum**

Bidang : **1.Ilmu Komunikasi**

Subjek : **1.Periklanan**

Abstrak : **Penelitian ini membahas tentang iklan billboard yang terletak di jembatan Jl. S. Parman yang terletak di jembatan penyeberangan antara Kampus I dan Kampus II Universitas Tarumanagara. Persaingan perguruan tinggi yang semakin meningkat setiap tahun, tentunya membuat Perguruan Tinggi Swasta (PTS) tidak hanya meningkatkan fasilitas dan kualitas untuk menarik minat calon mahasiswa baru. Seperti persaingan antar Universitas Bina Nusantara (BINUS) dengan Universitas Tarumanagara (UNTAR) yang terlihat jelas, di mana BINUS memasang billboard di tempat yang strategis, yaitu antara Kampus I dan Kampus II UNTAR di dalam laporan skripsi ini akan meneliti lebih jauh tentang seberapa besar pengaruh iklan billboard ?Universitas Bina Nusantara? terhadap calon mahasiswa Universitas Tarumanagara (UNTAR), apakah billboard tersebut efektif sehingga mempunyai pengaruh terhadap calon mahasiswa yang mendaftar di UNTAR yang dilihat dari variabel Persepsi dan EPIC Model. Untuk mengukur persepsi menggunakan dimensi Kesadaran, Asosiasi, Sikap, Attachment, dan Kegiatan. Sedangkan untuk mengukur efektivitas iklan di lakukan dengan menggunakan EPIC Model dengan dimensi Empathy, Persuasion, Impact, dan Communication. Kata Kunci: Calon Mahasiswa, UNTAR, BINUS, Billboard, Efektivitas, Persepsi, EPIC Model.**