

DMH2H4 – Periklanan dan Promosi Penjualan

## 12. Pengukuran Efektivitas Iklan

Fanni Husnul Hanifa, SE., MM

Widya Sastika, ST., MM

D3 Manajemen Pemasaran- Fakultas Ilmu Terapan



# LEARNING OBJECTIVE

1. Mahasiswa dapat memahami iklan yang efektif
2. Mahasiswa dapat memahami Evaluasi Dampak Iklan
3. Mahasiswa dapat memahami EPIC Model
4. Mahasiswa dapat memahami perhitungan EPIC Model
5. Mahasiswa dapat memahami Direct Rating Method (DRM)
6. Mahasiswa dapat memahami Customer Response Index (CRI)
7. Mahasiswa dapat memahami Customer Decision Model (CDM)





Efektivitas bergantung pada sebaik apa iklan tersebut dapat mendukung sebuah strategi pemasaran yaitu pada tujuan promosi, pasar target yang ingin dijangkau, dana yang tersedia untuk pengiklan serta sifat dari media termasuk siapa yang akan dijangkau dengan frekuensi seberapa sering dengan dampak apa dan pada biaya berapa besar (Cannon, et al)





## Iklan Efektif

Iklan harus memperpanjang suara strategi pemasaran

Periklanan yang efektif harus menyatakan sudut pandang konsumen

Periklanan yang efektif harus persuasive

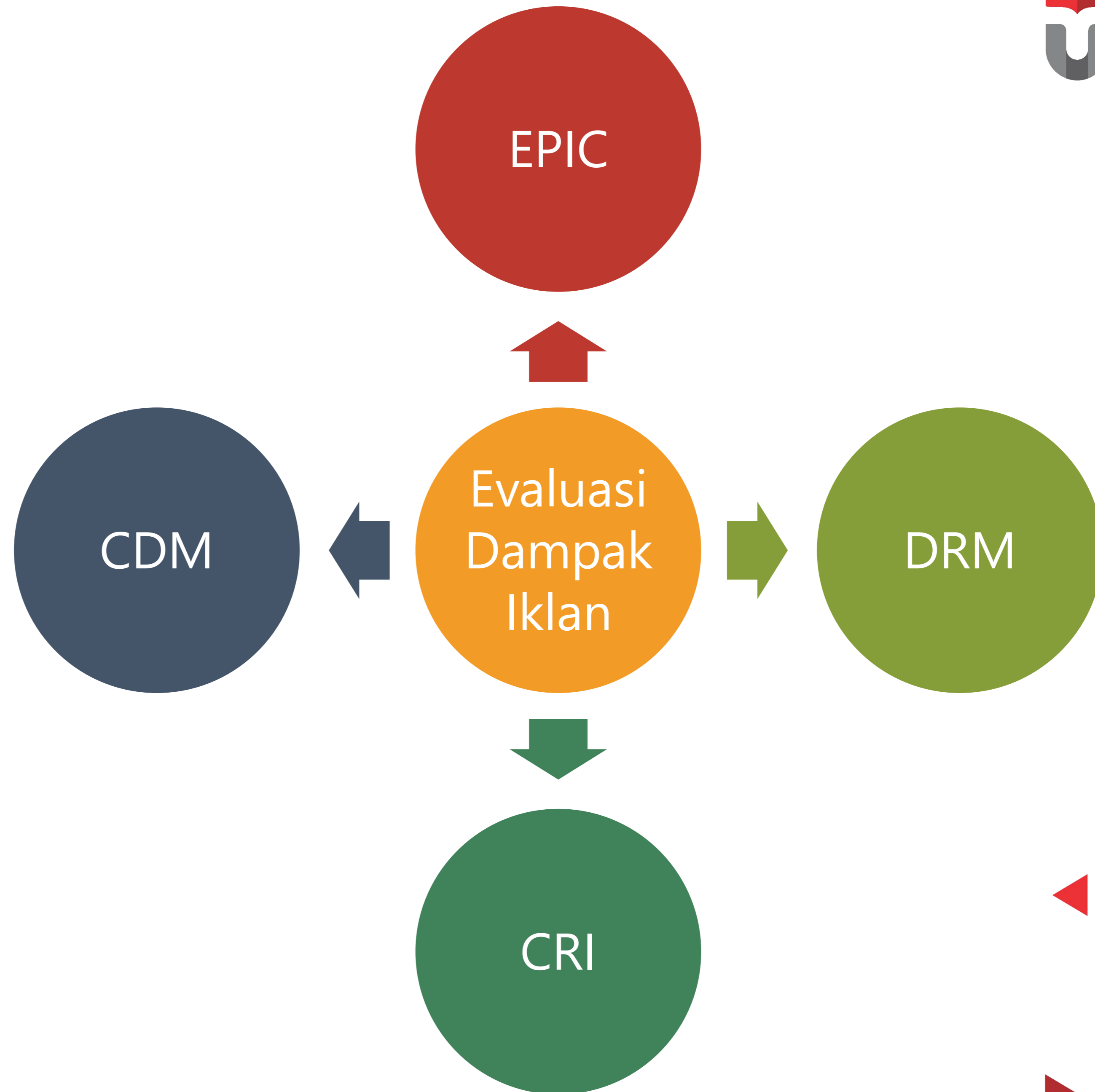
Iklan harus menemukan cara yang unik untuk menerobos kerumunan iklan

Iklan yang baik tidak menjanjikan lebih dari apa yang bisa diberikan

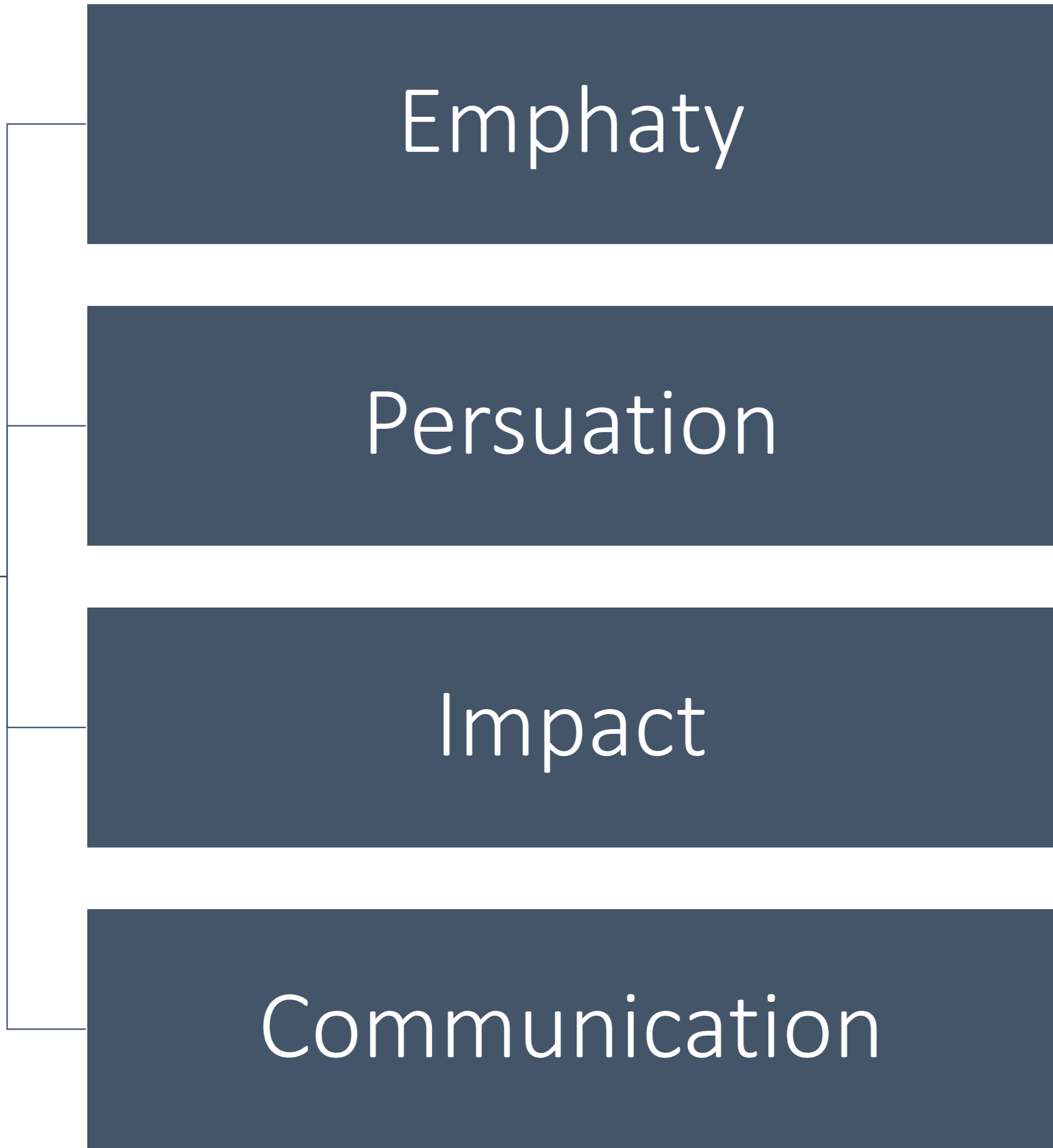
Iklan yang baik mencegah ide kreatif dari strategi yang berlebihan







EPIC Model



1. Tabulasi Sederhana

$$P = \frac{f_i}{\sum f_i} \times 100 \%$$

2. Skor rata-rata

$$x = \frac{\sum (f_i \cdot w_i)}{\sum f_i}$$

3. Perhitungan EPIC rate

$$RS = \frac{R(\text{Bobot})}{M}$$

4. Membuat Kurva EPIC rate

Langkah-langkah Menghitung Efektivitas Iklan dengan Menggunakan EPIC Model





Direct Rating Method (DRM)

Perhatian (Attention)

Pemahaman (Read Throughness)

Respon kognitif (Cognitive)

Respon afektif (Affection)

Sikap (behavior)





1. Tabulasi Sederhana

- $P = \frac{fi}{\sum fi} \times 100 \%$

2. Skor rata-rata

- $x = \frac{\sum(fi.wi)}{\sum fi}$

3. Membuat skala keputusan direct rating method

- $RS = \frac{R(\text{Bobot})}{M}$

4. Melakukan konversi nilai total untuk mendapatkan nilai setiap dimensi dalam tabel DRM

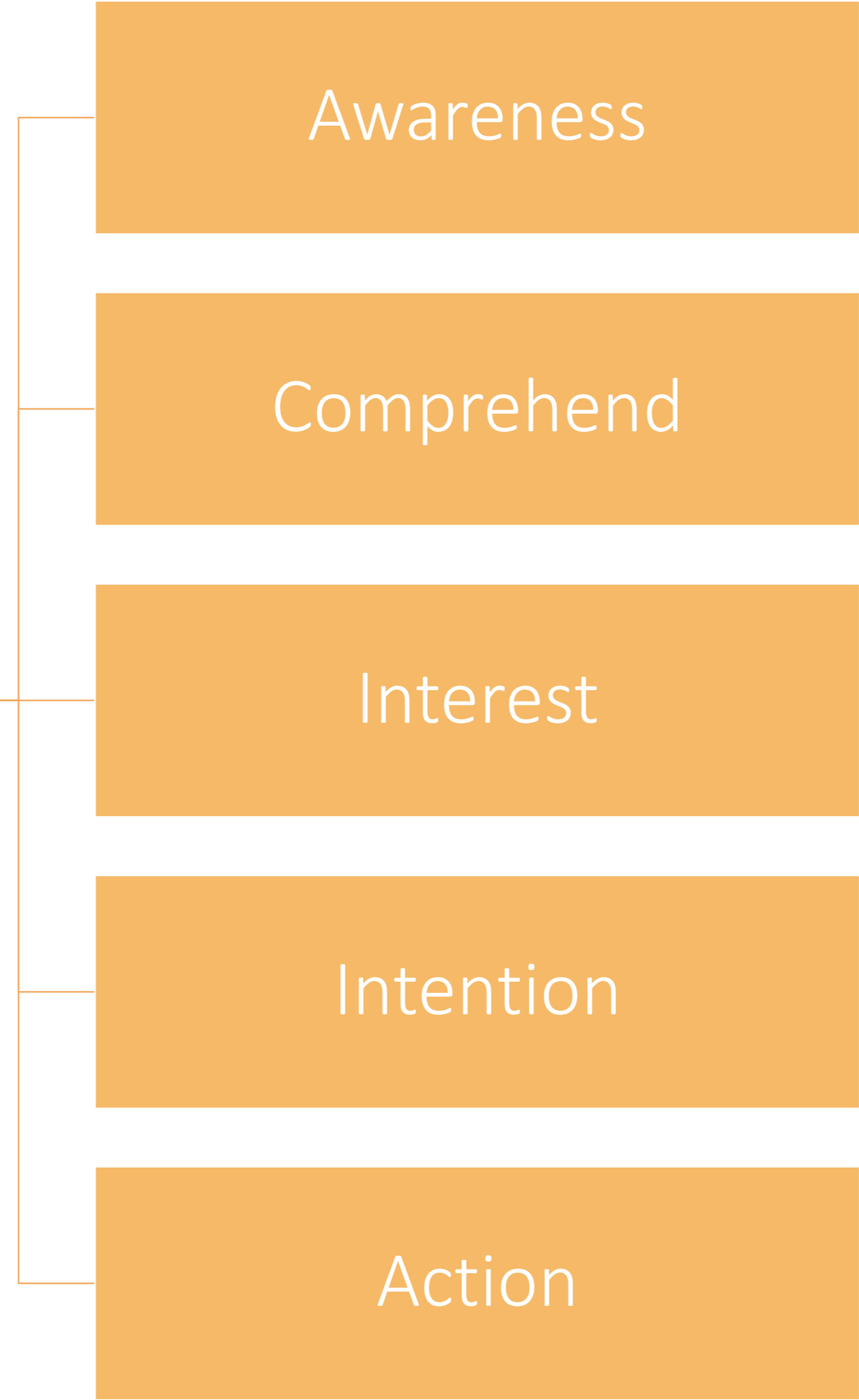
5. Membuat garis kontinum



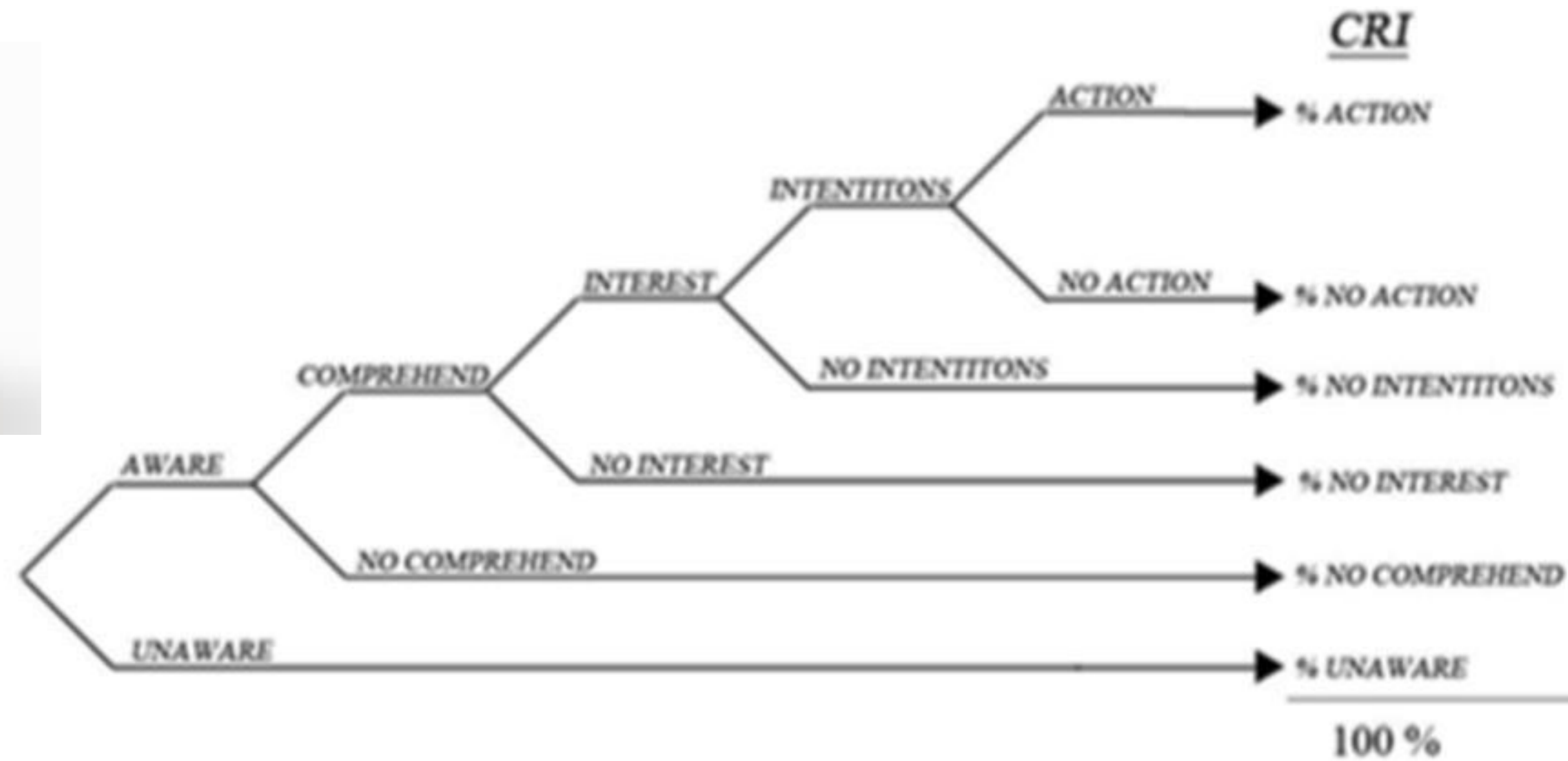
## Langkah-langkah Menghitung Efektivitas Iklan dengan Menggunakan Direct Rating Method



Customer Response Index



# MODEL CUSTOMER RESPONSE INDEX





## PERHITUNGAN CRI

1. *Unawareness*
2. *No Comprehend = Awareness X No Comprehend*
3. *No Interest = Awareness X Comprehend X No Interest*
4. *No Intentions = Awareness X Comprehend X Interest X No Intentions*
5. *No Action = Awareness X Comprehend X Interest X Intentions X No Action*
6. *Action = Awareness X Comprehend X Interest X Intentions X Action*



