

ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN PADA PRODUK ZOYA *FASHION*

**ANUGRAH TRIMULIA DEWI
8223136614**



**Karya Ilmiah ini Disusun Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan
Mendapatkan Gelar Ahli Madya Pada Fakultas Ekonomi Universitas Negeri
Jakarta**

**PROGRAM STUDI DIII MANAJEMEN PEMASARAN
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI JAKARTA
2016**

***ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ZOYA FASHION
PRODUCTS ADVERTISEMENTS***

**ANUGRAH TRIMULIA DEWI
8223136614**



***The Scientific Paper Report was Written To Fulfill One Of The Requirements
To Get Expert Associate Degree Faculty Of Economics On State University Of
Jakarta***

***STUDY PROGRAM OF DIII MARKETING MANAGEMENT
FACULTY OF ECONOMIC
STATE UNIVERSITY OF JAKARTA
2016***

ABSTRAK

Anugrah Trimulia Dewi. 2016. 8223136614. ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN PADA PRODUK ZOYA FASHION. Program Studi DIII Manajemen Pemasaran. Fakultas Ekonomi. Universitas Negeri Jakarta.

Karya ilmiah ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas iklan pada produk *Zoya Fashion*. Desain penelitian yang digunakan adalah konklusif deskriptif, yaitu untuk memberikan deskripsi terkait dengan efektivitas iklan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif dengan menggunakan pengumpulan data melalui studi pustaka, dan kuesioner pada pelanggan *Zoya*. Populasi dari penelitian ini adalah konsumen yang menggunakan *Zoya* di Jakarta dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden.

Dari hasil analisis dapat diketahui bahwa konsumen menilai iklan *Zoya* sudah baik (efektif). Hal tersebut dapat diukur dari iklan *Zoya* yang menggambarkan keragaman warna dan motif kerudung, iklan yang tidak menyinggung SARA, visualisasi atau tampilan dan brand ambassador pada iklan dapat menarik perhatian konsumen, konsumen percaya terhadap informasi yang ada pada iklan dan ingin mencoba produk *Zoya*. Namun masih terdapat masalah pada iklan, antara lain iklan *Zoya* tidak dapat memahami masalah konsumen, kata-kata pada iklan *Zoya* kurang menarik perhatian konsumen, sehingga konsumen kurang tertarik untuk menggunakan produk *Zoya*.

Kata kunci : efektivitas iklan

ABSTRACT

Anugrah Trimulia Dewi. 2016. 8223136614. ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF ZOYA FASHION PRODUCTS ADVERTISEMENTS. DIII Study program in Marketing Management. Faculty of Economics State University of Jakarta.

This scientific work aims to determine of advertising on Zoya Fashion. The research design used in this research is conclusive descriptive, i.e. to give a description related to the effectiveness of ads. The method used in this research is descriptive analysis by using data gathered through literature, and a questionnaire on customer Zoya. The population of this research is the consumer who use Zoya in Jakarta with the total sample of 100 respondents.

From the analysis, it can be seen that consumers rate the ads Zoya's been good (effective).). It can be measured from Zoya ads that depict the variety of colors and patterns of the veil, the ad is not offensive to SARA, visualizations or display and brand ambassador at the ad can attract the attention of consumers, consumer confidence in the information contained in the ads and want to try the product Zoya. But there are still problems with ads, including ads Zoya can't understand the problems of consumers, the words on the ads Zoya less attract consumers, so consumers are less interested in using the product Zoya.

Keywords : advertisement effectiveness

LEMBAR PERSETUJUAN UJIAN

Pembimbing,

Tanda Tangan

Tanggal

Setyo Ferry Wibowo, SE. M.Si
NIP. 197206171999031001



7 Juni 2016

Jakarta, 7 Juni 2016

Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran






Dra. Umi Mardiyati, M.Si
NIP. 195702211985302002

LEMBAR PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi - Universitas Negeri Jakarta



Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus
NIP. 196712071992031001

Nama	Tanda Tangan	Tanggal
Ketua Penguji		
<u>Dra. Umi Mardiyati, M.Si</u> NIP. 195702211985302002		23 Juni 2016
Penguji Ahli		
<u>Dra. Sholikhah, MM</u> NIP. 196206231990032001		23 Juni 2016
Dosen Pembimbing		
<u>Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si</u> NIP. 197206171999031001		23 Juni 2016

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini tepat pada waktunya.

Karya Ilmiah yang berjudul Analisis Efektivitas Iklan Pada Produk Zoya *Fashion* ini ditulis dalam rangka memenuhi salah satu syarat kelulusan untuk mendapatkan gelar ahli madya di Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta.

Praktikan menyadari bahwa Karya Ilmiah ini dapat diselesaikan berkat dukungan dan bantuan dari berbagai pihak, oleh karena itu penulis berterima kasih kepada :

1. Setyo Ferry Wibowo, SE, M.Si selaku Dosen Pembimbing
2. Dr. Dedi Purwana ES, M.Bus selaku Dekan Fakultas Ekonomi
3. Dra. Umi Mardiyati, M.Si selaku Ketua Program Studi DIII Manajemen Pemasaran
4. Seluruh dosen dan staf administrasi FE-UNJ
5. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Jakarta yang telah memberikan ilmu pengetahuan, wawasan dan nasihat yang membangun kepada penulis
6. Orang tua dan keluarga tercinta yang telah mendukung selama penyusunan Karya Ilmiah
7. Teman-teman yang telah memberikan semangat, dukungan, do'a, dan nasihat kepada penulis dalam pengerjaan Karya Ilmiah ini.

Semoga Allah SWT melipat gandakan pahala kepada mereka semua atas bantuan dan dukungannya sehingga penulis dapat menyelesaikan Karya Ilmiah ini. Penulis menyadari bahwa penyusunan Karya Ilmiah ini masih jauh dari kesempurnaan, tidak luput dari kesalahan dan kekurangan. Semoga Karya Ilmiah ini dapat berguna untuk penulis dan banyak orang.

Jakarta, Juni 2016

Penulis