

**ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN BALIHO UNIVERSITAS  
KATOLIK (UNIKA) SOEGIJAPRANATA MENGGUNAKAN  
METODE EPIC**

**SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Guna Mencapai gelar Sarjana (S1) Pada  
Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis  
Universitas Katolik Soegijapranata Semarang



**PROGRAM STUDI MANAJEMEN  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS  
UNIVERSITAS KATOLIK SOEGIJAPRANATA  
SEMARANG  
2020**

## **HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Katolik Soegijapranata , saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Della Ikasari Herman

NIM : 20.D1.0154

Program Studi : Manajemen

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Katolik Soegijapranata Hak Bebas Royalti Noneksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul :

“Analisis Iklan Baliho Univeristas Katolik (UNIKA) Soegijapranata Semarang menggunakan model EPIC”. Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Katolik Soegijapranata berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan memublikasikan skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Semarang , 15 Oktober 2020

Yang menyatakan,



Della Ikasari Herman

Surat Pernyataan Keaslian Data Skripsi

Saya yang bertandatangan dibawah ini:

Nama: Della Ikasari Herman

NIM: 20-D1-0154

Alamat lengkap di Semarang: Jl Rasamala paya 389, Banyumanik, Semarang

Nama orang tua: Johnson Herman

Alamat orangtua: - Jl. Bukit Tembakau B2/5, Bukit Sari, Semarang

Nomor telepon orangtua: 081252525188

Nomor Handphone (mahasiswa): 082220119334

Nomor Handphone anggota keluarga terdekat: 081215156567 (suami) (Kakak/Adik/Saudara)

Dengan ini menyatakan bahwa seluruh data penelitian yang tertulis dalam skripsi saya yang berjudul... Analisis Efektivitas Ilan Batino UNIKA Soegijapranata mengenai ...  
metode Model EPIC

Merupakan data yang sebenarnya. Bila suatu saat terbukti bahwa data yang saya cantumkan dalam skripsi adalah data fiktif maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Universitas Katolik Soegijapranata.

Hormat saya,

10 Oktober 2020  
Semarang,



*Della Ikasari Herman*  
(.....)



## HALAMAN PENGESAHAN

Judul Tugas Akhir : Analisis Efektivitas Iklan Baliho Universitas Katolik (UNIKA) Semarang

Menggunakan Model EPIC

Diajukan oleh : Della IkaSari Herman

NIM : 20.D1.0154

Tanggal disetujui : 23 Oktober 2020

Telah setujui oleh

Pembimbing : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., PhD

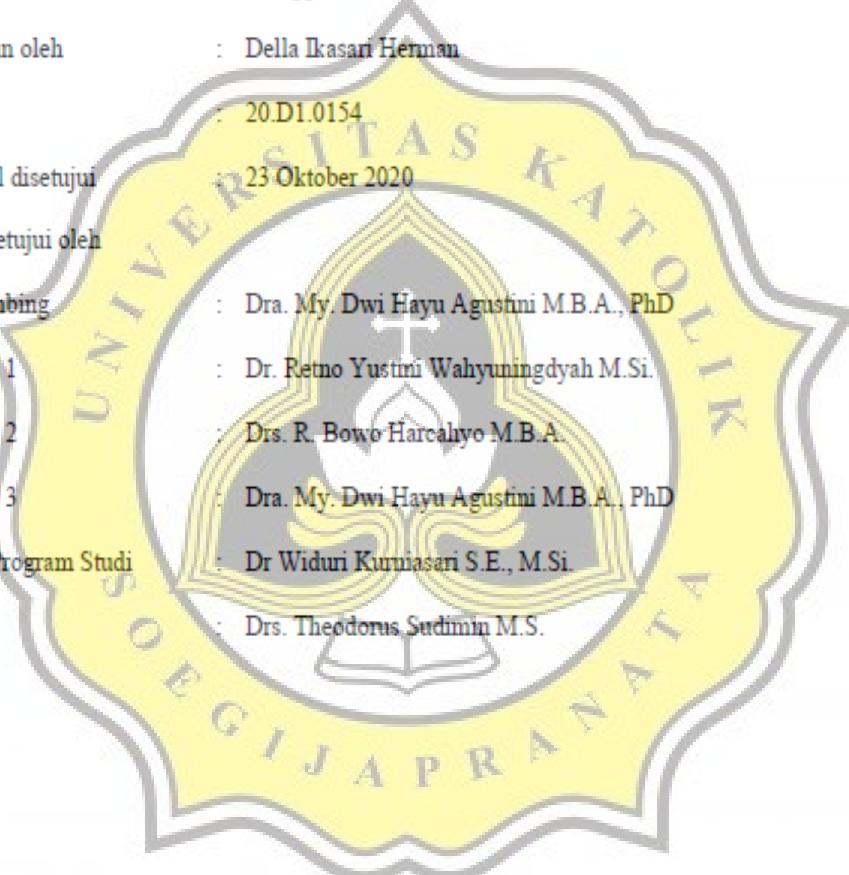
Penguji 1 : Dr. Retno Yustini Wahyuningdyah M.Si.

Penguji 2 : Drs. R. Bowo Harcahyo M.B.A.

Penguji 3 : Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., PhD

Ketua Program Studi : Dr Widuri Kurniasari S.E., M.Si.

Dekan : Drs. Theodorus Sudimin M.S.



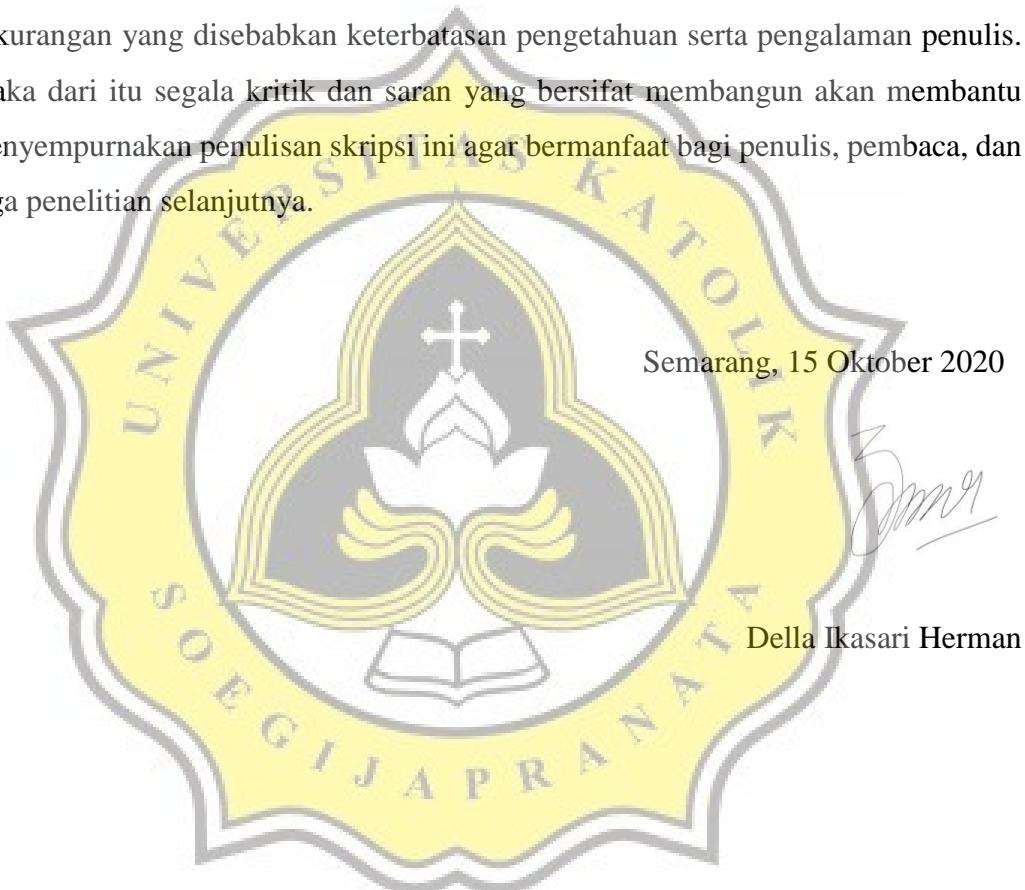
## KATA PENGANTAR

Dengan rahmat Tuhan, saya ucapkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena dengan limpahan berkatnya penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul **“ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN BALIHO UNIVERSITAS KATOLIK (UNIKA) SOEGIJAPRANATA SEMARANG MENGGUNAKAN MODEL EPIC”**. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan mata kuliah Skripsi pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Jurusan Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini dapat terselesaikan berkat bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini penulis menyampaikan terimakasih yang sebesar – besarnya kepada :

1. Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat-Nya yang telah diberikan sehingga penulis bisa menyelesaikan penulisan skripsi dengan baik.
2. Kedua Orang tua dan saudara-saudara saya, Bapak Herman dan Bu Indah, serta Selena dan Victor. Terima kasih atas kasih sayang, doa, pengorbanan, pengertian, dan dukungan yang terus menerus sehingga penulis dapat menyelesaikan studi ini.
3. Suami dan anak saya , Dipo dan Deven yang selalu mendukung dan menjadi motivasi bagi saya untuk menyelesaikan studi.
4. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis dan Kaprogdi S1 Manajemen Universitas Katolik Soegijapranata Semarang.
5. Ibu Dra. My Dwi Hayu M.B.A.,PHD selaku dosen pembimbing yang telah dengan sabar membimbing dan meluangkan banyak waktu selama proses penyusunan skripsi ini.
6. Ibu Dr.Retno Yustini W, MSI, Bapak Drs. R.Bowo Harcahyo. MBA, dan Ibu Dra. My Dwi Hayu M.B.A.,PHD selaku dosen penguji yang telah meluangkan waktu memberikan masukan yang bermanfaat selama penulisan skripsi ini

7. Seluruh staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Katolik Soegijapranata Semarang yang telah memberikan bekal ilmu pengetahuan yang dapat menjadi dasar dalam menyelesaikan penelitian ini.
8. Seluruh teman-teman terdekat, Vanny dan Patricia. Serta semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu, secara langsung maupun tidak langsung, yang telah membantu hingga skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan yang disebabkan keterbatasan pengetahuan serta pengalaman penulis. Maka dari itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan membantu menyempurnakan penulisan skripsi ini agar bermanfaat bagi penulis, pembaca, dan juga penelitian selanjutnya.



## **HALAMAN PERSETUJUAN SKRIPSI**

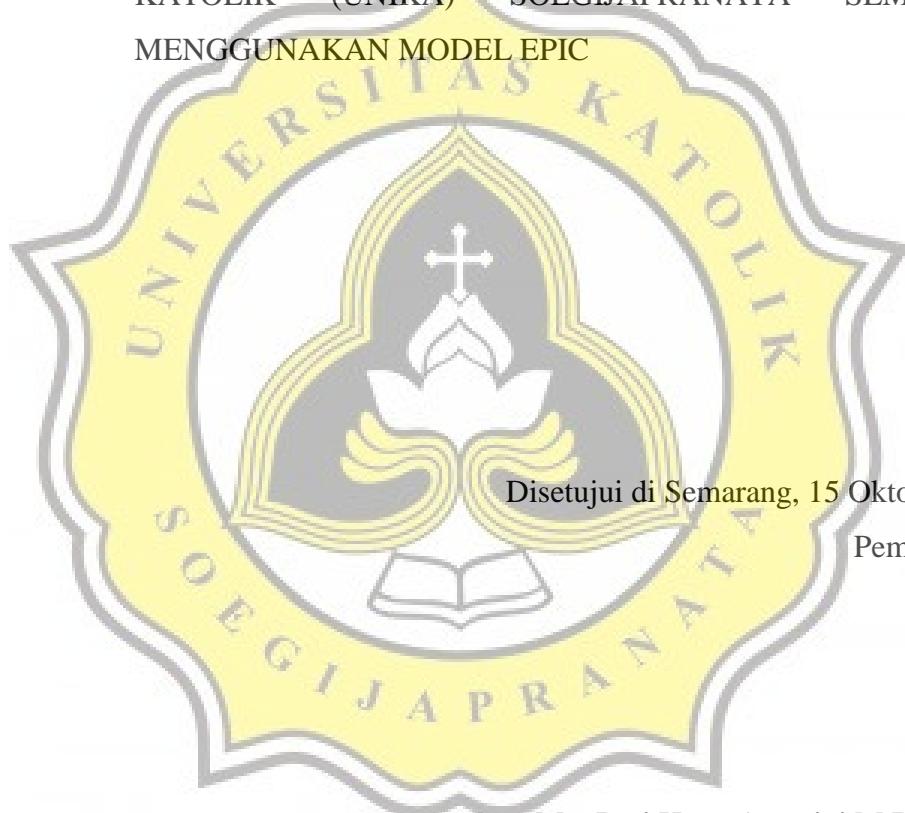
Nama : Della Ikasari Herman

NIM : 20.D1.0154

Fakultas : Ekonomi dan Bisnis

Jurusan : Manajemen

Judul : ANALISIS EFEKTIVITAS IKLAN BALIHO UNIVERSITAS  
KATOLIK (UNIKA) SOEGIJAPRANATA SEMARANG  
MENGGUNAKAN MODEL EPIC



Disetujui di Semarang, 15 Oktober 2020

Pembimbing,

Dra. My. Dwi Hayu Agustini M.B.A., PhD

## **ABSTRAK**

**Della Ikasari Herman. 20.D1.0154. Program Studi Manajemen. Analisis Efektivitas Iklan Baliho Universitas Katolik (Unika) Soegijapranata Menggunakan Metode EPIC.**

Pemasaran merupakan suatu aspek yang penting bagi kelangsungan perusahaan. Apabila ingin dikenal oleh masyarakat luas dan eksistensinya tetap terjaga, perusahaan membutuhkan pemasaran yang tepat dalam mengkomunikasikan baik produk maupun tujuannya. Salah satu metode komunikasi pemasaran yang sering digunakan adalah iklan.

Berbagai perusahaan menggunakan iklan karena selain jangkauannya yang luas, efisiensi biaya dan kemampuannya untuk menarik perhatian konsumen dapat membantu dalam meningkatkan penjualan. Salah satu perusahaan yang menggunakan iklan sebagai sarana komunikasinya adalah perguruan Tinggi.

UNIKA Soegijapranata Semarang merupakan salah satu perguruan tinggi yang menggunakan iklan baliho sebagai media untuk mempromosikan tentang kampusnya.

Dengan melakukan analisis efektivitas terhadap iklan baliho yang digunakan oleh UNIKA Soegijapranata dengan menggunakan model EPIC, dapat terlihat bahwa iklan yang digunakan untuk mempromosikan Pendaftaran Mahasiswa Baru pada tahun ajaran 2019/2020 menurut dimensi-dimensi yang terdapat pada model EPIC tersebut termasuk dalam kategori efektif.

**Kata kunci :** komunikasi pemasaran, efektivitas iklan, EPIC

## ***ABSTRACT***

**Della Ikasari Herman. 20.D1.0154. Management Study Program. Analysis of the Effectiveness of Advertising for Billboards at Catholic University (Unika) Soegijapranata Using the EPIC Method.**

*Marketing is an important aspect for a company. If the company want to stay known on the society, it need the right marketing to communicate about their products and goals. One of marketing communication methods is advertisement.*

*Many companies use advertisement because beside the range of audience is wide, the cost efficiency and the ability to attract consumer's attention can be helpful to help the sales. One of the company that use advertisement is University.*

*UNIKA Soegijapranata is one of the university that use billboard as their advertisement media.*

*By doing an analysis of the effectiveness of the billboard advertisement using EPIC model on a billboard that being used by UNIKA Soegijapranata to promotes the University's admission on 2019/2020 period, we can see that the advertisement is effective based on the dimensions of EPIC model.*

***Keywords : marketing communication, advertisement effectiveness, EPIC***



## DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS .....	ii
HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
HALAMAN PERSETUJUAN .....	vii
ABSTRAK .....	viii
<i>ABSTRACT</i> .....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1. Latar Belakang .....	1
1.2. Rumusan Masalah .....	7
1.3. Tujuan Penelitian .....	8
1.4. Kegunaan Penelitian .....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	10
2.1. Landasan Teori .....	10
2.1.1. Promosi .....	10
2.1.2. Iklan .....	10
2.1.3. Pesan Iklan .....	11
2.1.4. Media Iklan .....	12
2.1.5. Pengukuran Efektivitas Iklan.....	17
2.1.6. EPIC Model .....	19
2.2. Penelitian Terdahulu .....	21
2.3. Kerangka Pikir Penelitian .....	23
2.4. Definisi Operasional Variabel.....	25
BAB III METODE PENELITIAN.....	27
3.1. Objek dan Lokasi Penelitian .....	27
3.2. Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling .....	28
3.2.1. Populasi .....	28
3.2.2. Sampel .....	29
3.2.3. Teknik Sampling.....	30
3.3. Pengumpulan Data .....	30
3.3.1. Jenis dan Sumber Data .....	30

3.3.2. Teknik Pengumpulan Data.....	31
3.3.3. Uji Validitas dan Uji Reliabilitas .....	32
3.3.3.1. Uji Validitas .....	32
3.3.3.2. Uji Reliabilitas .....	33
3.3.4. Teknik Analisis Data .....	34
<b>BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>36</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	36
4.2. Karakteristik Responden Penelitian .....	37
4.3. Deskripsi Dimensi EPIC pada Iklan Baliho Unika Soegijapranata .....	41
4.3.1. Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Empathy</i> dari Model EPIC .....	41
4.3.2. Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Persuasion</i> dari Model EPIC .....	43
4.3.3. Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Impact</i> dari Model EPIC .....	44
4.3.4. Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Communication</i> dari Model EPIC .....	45
4.4. Pengukuran Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Model EPIC.....	46
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>49</b>
5.1. Kesimpulan .....	49
5.2. Saran.....	49
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>51</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>53</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1.	Daftar SMA Asal Pendaftar .....	4
Tabel 2.1.	Jenis Media Utama .....	14
Tabel 3.1.	Asal Sekolah Calon Pendaftar.....	28
Tabel 3.2.	Sampel .....	30
Tabel 3.3.	Hasil Uji Validitas .....	33
Tabel 3.4.	Hasil Uji Reliabilitas .....	33
Tabel 3.5.	Kategori Efektivitas.....	35
Tabel 4.1.	Data Responden Berdasarkan SMA Asal.....	38
Tabel 4.2.	Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	38
Tabel 4.3.	Data Responden Berdasarkan Usia .....	39
Tabel 4.4.	Data Responden Berdasarkan Alamat.....	39
Tabel 4.5.	Data Responden Berdasarkan Jurusan yang Diinginkan dan Rencana Ingin Masuk Unika Soegijapranata Semarang .....	40
Tabel 4.6.	Data Responden Berdasarkan Alasan Tidak Ingin Masuk Unika dan Rencana Ingin Masuk Unika Soegijapranata .....	41
Tabel 4.7.	Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Emphathy</i> dari Model EPIC.....	42
Tabel 4.8.	Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Persuasion</i> dari Model EPIC.....	43
Tabel 4.9.	Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Impact</i> dari Model EPIC.....	44
Tabel 4.10.	Deskripsi Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Dimensi <i>Communication</i> dari Model EPIC .....	45
Tabel 4.11.	Hasil Pengukuran Efektivitas Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang Tahun Ajaran 2019/2020 Menurut Model EPIC.....	47

## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 2.1. Kerangka Pikir penelitian .....	24
Gambar 3.1. Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang di Jl. Siranda Semarang .....	27
Gambar 4.1. Iklan Baliho PMB Unika Soegijapranata Semarang di Jl. Siranda Semarang .....	36

