

## ABSTRAKSI

**YENNY YUNITA WANGSA. "Penguji-an Tingkat Efektivitas Media Iklan Yang Digunakan Oleh Yayasan E.T.W." di bawah bimbingan Bapak Drs. Muchtar Humaidy dan Ibu Lina, S.E..**

E.T.W. yang mulanya hanya merupakan tempat les privat bahasa Inggris biasa, didirikan pada tahun 1960-an. Seiring berjalannya tahun, masyarakat semakin menyadari pentingnya untuk dapat berbahasa Inggris dengan baik, sehingga mereka pun berusaha mencari tempat kursus bahasa Inggris yang terbaik. Hal tersebut memicu semakin tinggi pula tingkat persaingan yang dikarenakan semakin banyaknya tempat-tempat kursus bahasa Inggris yang bermunculan. Namun demikian, E.T.W. terus bertahan sampai saat ini dengan kursus bahasa Inggrisnya. Yayasan E.T.W juga telah membuka kelas untuk kursus MIPA dan bahasa Mandarin, tetapi kegiatan kursus masih tetap didominasi oleh kursus bahasa Inggris.

Dalam menghadapi persaingan yang tinggi, media iklan mempunyai peranan yang penting dalam menarik siswa-siswi untuk mengikuti kursus bahasa Inggris di tempat si pemasang iklan. Namun, dalam melakukan pengiklanan si pemasang iklan pun tidak boleh gegabah. Ada strategi-strategi yang bisa di pakai agar iklan yang digunakan dapat efektif dan juga efisien, antara lain dengan memilih pasar sasaran, menggunakan strategi media, bauran media, dan perancangan iklan yang efektif.

Apabila kegiatan pengiklanan telah berjalan, maka kemudian dianalisis tingkat keefektivan media iklan yang telah dipergunakan. Apakah media iklan yang telah digunakan tersebut benar-benar efektif, cukup efektif, atau tidak efektif sama sekali. Juga dianalisis seberapa besar pengaruh biaya iklan yang dikeluarkan terhadap peningkatan hasil yang ditargetkan / ingin dicapai. Hal ini dilakukan agar perusahaan dapat mengambil tindakan untuk masa-masa selanjutnya.

Hasil penelitian di Yayasan E.T.W. menunjukkan bahwa pengiklanan yang dilakukan oleh Yayasan E.T.W. masih belum efektif dan ada juga penggunaan media yang kurang mencapai sasaran sehingga hasil yang diharapkan tidak sesuai dengan pengorbanan biaya yang dilakukan.

Adapun saran yang diberikan sebagai bahan pertimbangan bagi Pimpinan Yayasan E.T.W adalah media iklan yang dinilai paling efektif dalam menarik siswa-siswi untuk mengikuti kursus (dilihat dari hasil perhitungan tingkat efektivitas media iklan pada Bab IV) dapat terus digunakan pada tahun-tahun yang akan datang.