

ABSTRAK

Widianto, Heri. 2014, SKRIPSI. Judul: Efektivitas *Mobile Advertising* Pada Konten *Game* Di Android Dengan Pendekatan Epic Model Studi Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Uin Maliki Malang.

Pembimbing : Dr. H. Masyhuri, MP.

Kata Kunci : *Mobile Advertising* dan Efektivitas

Kemajuan teknologi terutama pada teknologi komunikasi, maju dengan sangat pesat. Salah satunya adalah *Smartphone* (Telepon Cerdas) adalah telepon genggam yang mempunyai kemampuan tingkat tinggi, kadang-kadang dengan fungsi yang menyerupai komputer, yang dalam dunia periklanan disebut sebagai *Mobile Advertising*). Kecanggihan teknologi memunculkan banyak media baru yang dapat dijadikan sebagai media periklanan oleh perusahaan, media periklanan yang baik adalah media yang efektif dalam menyampaikan produk yang ditawarkan kepada konsumen.

Tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut: (1). Menganalisis efektifitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android dengan menggunakan pendekatan EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*) (2). Menganalisis komponen EPIC model (*Emphaty, Persuation, Impact, dan Communication*) yang paling dominan sebagai pengukur efektivitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android. Sampel dipilih 89 orang dengan teknik *Accidental Sampling*. Penelitian ini menggunakan pendekatan EPIC Model dengan menggunakan teknik analisis skor rata-rata. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan program *Microsoft Excell 2007* dan *SPSS for Windows*.

Dari semua komponen EPIC Model yang telah diketahui nilai efektifitasnya berdasarkan skala *Linkert* dapat disimpulkan bahwa *Mobile Advertising* adalah media yang efektif untuk periklanan khususnya pada konten-konten *game* di Android. Dari hasil analisis efektifitas pada setiap komponen EPIC model. *Impact* (dampak) adalah komponen EPIC Model yang paling dominan sebagai pengukur efektivitas *Mobile Advertising* sebagai media periklanan di *smartphone* berbasis Android dengan tingkat efektifitas *Impact* (I1) sebesar 4,887 dan *Impact* (I2) sebesar 4,460 dan keduanya masuk kedalam kategori sangat efektif.