

**Nama mata kuliah** : Riset Iklan.  
**Jumlah SKS** :3  
**Dosen Pengampu** : Haryadi Arief Nuur Rasyid  
**Deskripsi mata kuliah** :

Riset Iklan merupakan mata kuliah yang wajib ditempun oleh seluruh mahasiswa yang memilih peminatan *Advertising* (Periklanan) di Prodi Ilmu Komunikasi UMY. Mata kuliah Riset Iklan dirancang untuk membuat mahasiswa mampu menerapkan berbagai metode riset dalam pengembangan iklan yang efektif sebagai alat promosi maupun metode riset dalam mengukur keefektifan iklan dalam periode kampanye periklanan (*campaign*) yang telah dijalankan. Untuk bisa mengikuti mata kuliah Riset Iklan dengan baik maka minimal mahasiswa harus sudah menempuh atau sedang menempuh mata kuliah Metode Penelitian Komunikasi Kuantitatif. Penguasaan materi dalam Mata Kuliah Riset Iklan akan sangat membant mahasiswa dalam menempuh mata kuliah produksi iklan TV, Radio, Cetak, dan Luar Ruang.

No.	Pertemuan ke	Materi
1.	Pertemuan ke - 1	Pengantar dan kontrak kuliah: Mengenal mata kuliah Riset Iklan.
2.	Pertemuan ke - 2	<i>Data gathering</i> dalam riset iklan.
3.	Pertemuan ke - 3	<i>Sampling</i> dalam riset iklan.
4.	Pertemuan ke - 4	Teknik analisis dan interpretasi data dalam riset iklan.
5.	Pertemuan ke - 5	Memetakan metode riset iklan <i>pre testing</i> dan <i>post testing</i> .
6.	Pertemuan ke - 6	UK1
7.	Pertemuan ke - 7	Riset iklan laboratorium ( <i>laboratory testing</i> ) dan riset iklan lapangan ( <i>field testing</i> ).
8.	Pertemuan ke - 8	Metode riset <i>physical testing</i> .
9.	Pertemuan ke - 9	Metode riset <i>concept generating and testing</i> .
10.	Pertemuan ke - 10	Metode riset <i>teater testing</i> dan <i>on air testing</i> .
11.	Pertemuan ke - 11	Metode riset <i>consumer juries</i> .
12.	Pertemuan ke - 12	UK2
13.	Pertemuan ke - 13	Metode riset <i>portfolio testing</i> .
14.	Pertemuan ke - 14	Metode riset <i>dummy vehicle advertising</i> .
15.	Pertemuan ke - 15	Metode riset <i>comprehension and reaction testing</i> . <b>(kolaborasi dengan MK komputer grafis dan disain foto iklan: menguji hasil karya iklan)</b>
16.	Pertemuan ke - 16	UK3

#### Daftar literatur

1. Aaker, David A., et all., *Marketing Research* (11th edition), John Wiley & Sons, Inc, USA, 2013.
2. Belch, George E. & Michael A. Belch (2004), *Advertising and Promotion: an Integrated Communications Perspective*, McGraw-Hill, New York, USA.
3. Crask, Melvin, Richard J. Fox, Roy G. Stout (1995), *Marketing Research Principles and Applications*, Prentice Hall, New Jersey, USA.

4. Jean-Noel Kapferer, *New strategic brand management: creating and sustaining brand equity long term (Fourth edition)*, Saxon Graphics Ltd, 2008