

Pemilihan media periklanan dengan metode grey theory = The selection of advertising media using grey theory method

Andalusia Martha Novaline, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20309605&lokasi=lokal>

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merancang kerangka pemilihan media periklanan dengan menggunakan metode Grey Theory. Kondisi yang muncul adalah input informasi pada tahap awal tidak diketahui secara tepat dan lengkap, sehingga menambah kompleksitas pemilihan media periklanan. Metode pengambilan keputusan Grey Theory dipilih untuk mengatasi ketidakpastian tersebut. Penelitian ini berupa pemilihan media periklanan untuk produk Internet Service Provider, menggunakan empat kriteria dan lima media periklanan. Hasil yang didapatkan berupa bobot dari setiap kriteria, peringkat media iklan berdasarkan setiap kriteria, dan peringkat media iklan secara keseluruhan.

<i>The purpose of this study is to design a framework of advertising media selection using Grey Theory method. The condition that occurs is the uncertainty in initial information input, which generates complexity in selecting advertising media. The decision making method Grey Theory is used to overcome the uncertainty. This research explores advertising media selection for Internet Service Provider as its client, using four attributes and five advertising media as the alternatives. In the end, this research generates the weight of every attributes, the rating of each media based on specific criteria, and the rating of every advertising media respectively.<i>