

Evaluasi Desain Pesan Media Komunikasi di Area *Perishable* Super Indo Daan Mogot

(2022)

Nurul Kurniawan

ABSTRAK

Penelitian ini secara bertujuan untuk menilai efektivitas media komunikasi di area *perishable* Super Indo Daan Mogot berdasarkan prinsip desain pesan. Secara khusus penelitian ini bertujuan untuk menilai efektivitas media *header*, *sticker* dan *hanging header* pada area *perishable* Super Indo Daan Mogot. Penelitian ini menggunakan metode penelitian Evaluasi dengan menggunakan model Evaluasi Sumatif. Responden yang dipilih pada penelitian ini merupakan pelanggan Super Indo Daan Mogot dipilih dengan menggunakan Teknik *accidental sampling* yang berjumlah 60 orang responden.

Hasil evaluasi ini didapatkan bahwa media komunikasi pada area *perishable* Super Indo Daan Mogot berdasarkan prinsip desain pesan mendapatkan nilai 71.97% dengan kategori cukup efektif dengan rincian sebagai berikut: media *header* pada bagian ikan mendapatkan nilai 75.50% dengan kategori cukup efektif. Media *sticker* pada bagian daging dan ayam mendapatkan nilai 68.92% dengan kategori cukup efektif. Media *hanging header* pada bagian buah dan sayur mendapatkan nilai 71.50% dengan kategori cukup efektif.

Kata Kunci: Evaluasi, Media Komunikasi, Desain Pesan, *Perishable*

***Evaluation of Message Desain in the Perishable Area of Super Indo
Daan Mogot***

(2022)

Nurul Kurniawan

ABSTRACT

This study aims to assess the effectiveness of communication media in the perishable area of Super Indo Daan Mogot based on message design principles. In particular, this study aims to assess the effectiveness of header, sticker and hanging header media in the perishable area of Super Indo Daan Mogot. This study uses an evaluation research method using the Summative Evaluation model. Respondents selected in this study were Super Indo Daan Mogot customers selected using the accidental sampling technique, totaling 60 respondents.

The results of this evaluation found that the communication media in the Super Indo Daan Mogot perishable area based on the message design principle got a score of 71.97% with a fairly effective category with the following details: the media header on the fish section got a score of 75.50% with a fairly effective category. The media sticker on the meat and chicken section got a value of 68.92% with a fairly effective category. The hanging header media in the fruit and vegetable section got a score of 71.50% with a fairly effective category.

Keywords: Evaluation, Communication Media, Message Desain, Perishable