

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Deskripsi Data

Deskripsi data yang merupakan gambaran yang akan digunakan untuk proses selanjutnya yaitu menguji hipotesis. Hal ini dilakukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan kondisi responden yang menjadi objek dalam penelitian ini dilihat dari karakteristik responden antara lain jenis kelamin, usia, pendidikan, pekerjaan dan pendapatan.

4.1.1 Deskripsi Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini untuk membuktikan hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini, telah dilakukan penelitian terhadap masyarakat yang pernah mengakses Iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube berjumlah 115 orang. Untuk mengetahui data jenis kelamin responden, dapat dilihat pada tabel sebagai berikut:

Tabel 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Jumlah (Orang)	Persentase (%)
1	Laki-laki	64	55,7
2	Perempuan	51	44,3
Total		100	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Dari tabel 4.1 karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin diketahui bahwa jumlah tertinggi yaitu laki-laki artinya masyarakat yang pernah mengakses iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube didominasi oleh jenis kelamin laki-laki sebanyak 64 orang.

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia (tahun)	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	17 – 20 tahun	38	33,0
2	21 – 30 tahun	49	42,6
3	31 - 40 tahun	28	24,4
4	>40 tahun	0	0,0
Total		115	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.2 karakteristik responden berdasarkan usia diketahui usia 21-30 tahun menempati tingkat tertinggi artinya masyarakat yang pernah mengakses iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube didominasi oleh konsumen yang berusia 21-30 tahun sebanyak 49 orang.

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

No	Pendidikan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	SMP	3	2,6
2	SMA	29	25,2
3	D3	34	29,6
4	S1	44	38,3
5	S2	5	4,3
Total		115	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.3 karakteristik responden berdasarkan pendidikan menempati tingkat tertinggi artinya masyarakat yang pernah mengakses iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube didominasi oleh pendidikan S1 sebanyak 44 orang.

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	Karyawan Swasta	27	23,5
2	PNS	13	11,3
3	Wiraswasta	25	21,7
4	Mahasiswa	15	13,0
5	Profesional	2	1,7
6	Karyawan BUMN	8	7,0
7	Petani/Pedagang	13	11,3
8	Ibu Rumah Tangga	11	9,6
9	TNI/Polri	1	0,9
Total		115	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.4 karakteristik responden berdasarkan pekerjaan menempati tingkat tertinggi artinya masyarakat yang pernah mengakses iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube didominasi oleh pekerjaan karyawan swasta sebanyak 27 orang.

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Pendapatan	Jumlah (orang)	Persentase (%)
1	< Rp. 2.000.000	26	22,6
2	Rp. 2.000.000 – Rp. 4.000.000	35	30,4
3	Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000	38	33,0
4	Rp. 6.000.000 – Rp. 8.000.000	16	13,9
Total		115	100

Sumber : Hasil data diolah tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.5 karakteristik responden berdasarkan pendapatan menempati tingkat tertinggi artinya masyarakat yang pernah mengakses iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui youtube didominasi oleh pendapatan Rp. 4.000.000 – Rp. 6.000.000 sebanyak 38orang.

4.1.2 Deskripsi Jawaban Responden

Hasil jawaban mengenai tingkat efektivitas iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 yang disebarkan kepada 115 responden adalah sebagai berikut:

Tabel 4.6 Hasil Jawaban Responden

No	Pernyataan	Jawaban									
		SE		E		KE		TE		STE	
		F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
ATTENTION											
1	Saya melihat dengan baik produk Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui iklan yang disajikan di youtube	57	49.6	28	24.3	19	16.5	9	7.8	2	1.7
2	Saya memahami pesan iklan yang di sampaikan melalui iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	35	30.4	34	29.6	35	30.4	8	7.0	3	2.6
3	Saya memperhatikan konten yang ditampilkan pada iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	36	31.3	35	30.4	28	24.3	10	8.7	6	5.2
4	Saya mengetahui produk Marjan (bentuk, rasa, 33ymbol, warna, dll)	52	45.2	31	27.0	21	18.3	10	8.7	1	0.9
5	Iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube membantu saya dalam mengingatkan varian rasa unggulan pada produk tersebut	34	29.6	34	29.6	35	30.4	10	8.7	2	1.7
INTEREST											
6	Saya menyukai cerita pada iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	30	26.1	45	39.1	26	22.6	8	7.0	6	5.2
7	Saya tertarik terhadap informasi yang disampaikan pada iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	40	34.8	43	37.4	20	17.4	7	6.1	5	4.3
8	Saya tertarik menggunakan produk Marjan karena iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 menawarkan berbagai	38	33.0	44	38.3	22	19.1	8	7.0	3	2.6

	macam varian rasa yang berbeda										
9	Saya tertarik untuk menggunakan produk Marjan karena iklan nya yang menarik.	43	37.4	36	31.3	18	15.7	12	10.4	6	5.2
10	Saya tertarik menggunakan produk Marjan karena berbeda dari produk lainnya.	45	39.1	34	29.6	18	15.7	13	11.3	5	4.3
SEARCH											
11	Saya melakukan pencarian lebih lanjut terhadap iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023	45	39.1	37	32.2	25	21.7	4	3.5	4	3.5
12	Saya mencari informasi tentang produk Marjan melalui <i>search engine</i>	39	33.9	42	36.5	25	21.7	5	4.3	4	3.5
13	Saya terlebih dahulu mempelajari produk yang dipromosikan melalui iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	44	38.3	41	35.7	21	18.3	6	5.2	3	2.6
14	Saya mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi mengenai iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	45	39.1	35	30.4	24	20.9	7	6.1	4	3.5
ACTION											
15	Saya memiliki keinginan untuk menggunakan produk yang dipromosikan melalui iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	33	28.7	35	30.4	29	25.2	14	12.2	4	3.5
16	Saya mempertimbangkan untuk menggunakan produk Marjan yang diperkenalkan melalui iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	41	35.7	36	31.3	26	22.6	9	7.8	3	2.6
17	Saya percaya kualitas produk Marjan sangat baik jika dilihat dari iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	42	36.5	41	35.7	24	20.9	5	4.3	3	2.6
18	Saya mendapatkan kemudahan dalam membeli produk Marjan karena ada di outlet mana saja.	50	43.5	32	27.8	21	18.3	8	7.0	4	3.5

SHARE											
19	Saya percaya terhadap informasi yang di sampaikan oleh iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	43	37.4	30	26.1	30	26.1	8	7.0	4	3.5
20	Saya membagikan informasi yang ada pada iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube	28	24.3	33	28.7	38	33.0	12	10.4	4	3.5
21	Saya memberikan informasi untuk merekomendasikan produk Marjan kepada teman-teman saya	34	29.6	42	36.5	29	25.2	7	6.1	3	2.6
22	Saya membagikan cerita bahwa saya mengkonsumsi produk Margan	44	38.3	35	30.4	24	20.9	9	7.8	3	2.6
23	Saya membuat penilaian dan kesan mengenai produk Marjan di beberapa media sosial/platform lainnya	49	42.6	29	25.2	24	20.9	8	7.0	5	4.3

Sumber : Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling direspon variabel efektivitas iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 adalah pernyataan 1 dengan pernyataan “Saya melihat dengan baik produk Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui iklan yang disajikan di youtube” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 responden. Sementara pernyataan yang paling rendah di respon adalah pernyataan 20 dengan pernyataan “Saya membagikan informasi yang ada pada iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube” responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 28 responden.

4.2 Hasil Uji Persyaratan Instrumen

4.2.1 Hasil Uji Validitas

Sebelum dilakukan pengolahan data maka seluruh jawaban yang diberikan oleh responden di uji dengan uji validitas dan uji realibilitas yang diuji cobakan pada responden. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan korelasi *product moment*. Hasil pengujian validitas menggunakan kriteria pengujian untuk uji

ini adalah apabila $\text{sig} > 0.05$ (alpha) , maka tidak valid dan apabila $\text{sig} < 0,05$ (alpha) ,maka valid. Berikut ini data uji validitas untuk 30 responden yaitu sebagai berikut :

Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Efektivitas Iklan

Pernyataan	r_{hitung}	r_{tabel}	Kondisi	Simpulan
<i>ATTENTION</i>				
Butir 1	0,697	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 2	0,763	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 3	0,723	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 4	0,489	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 5	0,412	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>INTEREST</i>				
Butir 6	0,625	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 7	0,750	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 8	0,758	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 9	0,628	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 10	0,570	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>SEARCH</i>				
Butir 11	0,813	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 12	0,840	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 13	0,785	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 14	0,319	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>ACTION</i>				
Butir 15	0,815	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 16	0,847	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 17	0,770	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 18	0,323	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
<i>SHARE</i>				
Butir 19	0,662	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 20	0,708	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 21	0,806	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 22	0,448	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid
Butir 23	0,565	0,361	$r_{hitung} > r_{tabel}$	Valid

Sumber : Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan tabel 4.7 hasil uji validitas variabel dengan menampilkan seluruh item pernyataan yang bersangkutan mengenai efektivitas iklan. Hasil yang didapatkan yaitu nilai $r_{hitung} > r_{tabel}$ (0,361). Dengan demikian seluruh item pernyataan mengenai efektivitas iklan dinyatakan valid.

4.2.2 Hasil Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas maka penguji kemudian melakukan uji realibilitas terhadap masing-masing instrumen variabel. Hasil uji realibilitas setelah dikonsultasikan dengan daftar interpretasi koefisien r dapat dilihat pada tabel berikut :

Tabel 4.8 Daftar Interpretasi Koefisien

Koefisien r	Realibilitas
0,8000 – 1,0000	Sangat Tinggi
0,6000 – 0,7999	Tinggi
0,4000 – 0,5999	Sedang / Cukup
0,2000 – 0,3999	Rendah
0,0000 – 0,1999	Sangat Rendah

Sumber : Sugiyono (2016)

Berdasarkan tabel 4.8 ketentuan reliable diatas, maka dapat dilihat hasil pengujian sebagai berikut :

Tabel 4.9 Hasil Uji Reliabilitas

Variabel	Koefisien alpha chronbach	Koefisien r	Simpulan
<i>Attention</i>	0,743	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Interst</i>	0,763	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Search</i>	0,771	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Action</i>	0,771	0,6000 – 0,7999	Tinggi
<i>Share</i>	0,751	0,6000 – 0,7999	Tinggi

Sumber : Data diolah pada tahun 2023

Berdasarkan hasil uji reliabilitas tabel 4.9 nilai cronbach's alpha terbesar sebesar 0,771 untuk variabel *Search* dan *Action* dengan tingkat reliabel tinggi. Sedangkan nilai cronbach's alpha terendah sebesar 0,743 untuk variabel *Attention* dengan tingkat reliabel tinggi.

4.3 Hasil Analisis Data

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode AISAS (*Attention, Interst, Search, Action, Share*). Berikut adalah langkah-langkah dalam menganalisis data menggunakan AISAS Model adalah sebagai berikut:

1. Menghitung total nilai harapan penuh masing-masing dimensi

$$X_n = \text{Nilai Max} \times \text{Jumlah Pernyataan} \times 100$$

Berikut perhitungan total nilai harapan penuh masing-masing dimensi:

- *Attention*

$$X_n = 5 \times 5 \times 100 = 2.500$$

- *Interest*

$$X_n = 5 \times 5 \times 100 = 2.500$$

- *Search*

$$X_n = 5 \times 4 \times 100 = 2.000$$

- *Action*

$$X_n = 5 \times 4 \times 100 = 2.000$$

- *Share*

$$X_n = 5 \times 5 \times 100 = 2.500$$

Berdasarkan hasil perhitungan total nilai harapan penuh masing-masing dimensi didapatkan total nilai untuk masing-masing dimensi *Attention*, *Interst*, *Search*, *Action*, *Share* yaitu sebesar 2.000 – 2.500.

2. Menghitung Total Nilai Masing-Masing Dimensi

Berikut perhitungan total nilai masing-masing dimensi *Attention*, *Interst*, *Search*, *Action*, *Share* dalam penelitian ini :

$$(b_1 \times X_{n1}) + (b_2 \times X_{n2}) + (b_{31} \times X_{n31}) + \dots (b_n \times X_{nn})$$

Tabel 4.10 Total Nilai Masing-masing dimensi

Indikator	Jumlah Skor Jawaban					Total	Skor Ideal	Rata-rata (%)
	STE (1)	TE (2)	KE (3)	E (4)	SE (5)			
A1	2	9	19	28	57	474	500	94,80
A2	3	8	35	34	35	435	500	87,00
A3	6	10	28	35	36	430	500	86,00
A4	1	10	21	31	52	468	500	93,60
A5	2	10	35	34	34	433	500	86,60
Total Attention						2240	2500	89,60
I1	6	8	26	45	30	430	500	86,00
I2	5	7	20	43	40	451	500	90,20

I3	3	8	22	44	38	451	500	90,20
I4	6	12	18	36	43	443	500	88,60
I5	5	13	18	34	45	446	500	89,20
Total Interest						2221	2500	88,84
S1	4	4	25	37	45	460	500	92,00
S2	4	5	25	42	39	452	500	90,40
S3	3	6	21	41	44	462	500	92,40
S4	4	7	24	35	45	455	500	91,00
Total Search						1829	2000	91,45
Ac1	4	14	29	35	33	424	500	84,80
Ac2	3	9	26	36	41	448	500	89,60
Ac3	3	5	24	41	42	459	500	91,80
Ac4	4	8	21	32	50	461	500	92,20
Total Action						1792	2000	89,60
SH1	4	8	30	30	43	445	500	89,00
SH2	4	12	38	33	28	414	500	82,80
SH3	3	7	29	42	34	442	500	88,40
SH4	3	9	24	35	44	453	500	90,60
SH5	5	8	24	29	49	454	500	90,80
Total Share						2208	2500	88,32

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan hasil perhitungan total nilai masing-masing dimensi *Attention*, *Interst*, *Search*, *Action*, *Share* didapatkan total nilai tertinggi yaitu sebesar 2,240 pada *Attention* dan total nilai terendah 1,792 pada *Action*.

3. Menghitung Efektivitas Masing-Masing Dimensi

Berikut adalah perhitungan efektivitas masing-masing dimensi dalam penelitian ini:

$$X = \frac{\text{Total Nilai}}{\text{Total Nilai Harapan Penuh}} \times 100\%$$

Berikut ini perhitungan efektivitas masing-masing dimensi *Attention*, *Interst*, *Search*, *Action*, *Share* :

1. Attention

$$X1 = \frac{2,240}{2,500} \times 100\% = 89,6\%$$

Presentase pada tahap dimensi *Attention*, menunjukkan bahwa 89,6% responden sudah memperhatikan *Attention* pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

2. Interest

$$X2 = \frac{2,221}{2,500} \times 100\% = 88,8\%$$

Presentase pada tahap dimensi *Interest*, menunjukkan bahwa 88,8% responden sudah menyatakan tertarik atau berminat *Interest*, pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

3. Search

$$X3 = \frac{1,829}{2,000} \times 100\% = 91,4\%$$

Presentase pada tahap dimensi *search*, menunjukkan bahwa 91,4% responden sudah menyatakan mencari (*search*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

4. Action

$$X4 = \frac{1,792}{2,000} \times 100\% = 89,6\%$$

Presentase pada tahap dimensi *Action*, menunjukkan bahwa 89,6% responden sudah melakukan tindakan (*action*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

5. Share

$$X5 = \frac{2,208}{2,500} \times 100\% = 88,3\%$$

Presentase pada tahap dimensi *share* menunjukkan bahwa 88,3% responden sudah membagikan (*share*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

Tabel 4.11 Pengukuran Efektivitas

No.	Dimensi	Total Nilai	Total Nilai Harapan Penuh (Xn)	Efektivitas (%)	Kategori
1	<i>Attention</i>	2,240	500	89,6%	ISTIMEWA
2	<i>Interst</i>	2,221	500	88,8%	ISTIMEWA
3	<i>Search</i>	1,829	500	91,4%	ISTIMEWA
4	<i>Action</i>	1,792	500	89,6%	ISTIMEWA
5	<i>Share</i>	2,208	500	88,3%	ISTIMEWA

Sumber : Data diolah,2023

Berdasarkan tabel 4.11 menunjukkan bahwa efektivitas iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 pada masyarakat Bandar Lampung yang dilihat dari keseluruhan dimensi semua berada di dalam kategori “Istimewa” karena berada di rentang antara 81 – 100%. Dimensi *Attention* memiliki nilai efektivitas 89,6%, dimensi *Interst* memiliki nilai efektivitas 88,8%, dimensi *Search* memiliki nilai efektivitas 91,4%, dimensi *Action* memiliki nilai efektivitas 89,6% dan dimensi *Share* memiliki nilai efektivitas 88,3%.

4. 4 Pembahasan

Berdasarkan nilai efektivitas iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 pada masyarakat Bandar Lampung yang dilihat dari keseluruhan dimensi semua berada di dalam kategori “Istimewa” karena berada di rentang antara 81 – 100%. Dimensi *Attention* memiliki nilai efektivitas 89,6%, dimensi *Interst* memiliki nilai efektivitas 88,8%, dimensi *Search* memiliki nilai efektivitas 91,4%, dimensi *Action* memiliki nilai efektivitas 89,6% dan dimensi *Share* memiliki nilai efektivitas 88,3%.

Attention

Presentase pada tahap dimensi *Attention*, menunjukkan bahwa 89,6% responden sudah memperhatikan *Attention* pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon dimensi *Attention* iklan Marjan

#Menyambut Ramadhan 2023 adalah pernyataan 1 dengan pernyataan “Saya melihat dengan baik produk Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 melalui iklan yang disajikan di youtube” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 57 responden. Hal tersebut menimbulkan dampak positif pada konsumen karena pesan dalam pengetahuan produk yang disampaikan iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 dilihat dan dipahami oleh konsumen. Sehingga konsumen mulai memahami, memperhatikan, dan mengetahui value yang dimiliki oleh iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

Pada tahap *Attention*, iklan Marjan memberikan perhatian kepada konsumen berupa konten visual pengetahuan produk iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 yang diunggah pada akun youtube. Iklan Marjan menjelang Ramadhan 2023 saat ini sedang viral diperbincangkan banyak orang, karena kualitas iklannya menyaingi film Superhero. Iklan Produk minuman Sirup Marjan sangat identik dengan bulan puasa, begitupun menjelang Ramadhan 2023, Marjan telah mengeluarkan iklan yang banyak dikagumi oleh para netizen karena menampilkan efek CGI seperti pada film layar lebar bioskop.

Interest

Presentase pada tahap dimensi *Interest*, menunjukkan bahwa 88,8% responden sudah menyatakan tertarik atau berminat *Interest*, pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon dimensi *Interest*, iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 adalah pernyataan 10 dengan pernyataan “Saya tertarik menggunakan produk Marjan karena berbeda dari produk lainnya” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 responden. Hal tersebut menimbulkan rasa mulai tertarik konsumen dengan produk yang ditawarkan dan ingin mencari tau tentang merek tersebut, iklan Marjan menjadi magnet yang memiliki daya tarik untuk menarik ketertarikan konsumen pada produk Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

Pada tahap *Interest*, Iklan ini bercerita tentang seorang penjaga laut bernama Baluna melawan monster laut berbentuk naga yang menyerang nelayan. Baluna memilih menyelamatkan para nelayan untuk kembali ke tanah air mereka. Kemarahan monster laut disebabkan oleh monster laut yang sering memakan sampah. Salah satu sumber sampah adalah anak-anak dan nelayan yang membuang sampah ke laut. Namun karena sering membuang sampah sembarangan, laut berubah menjadi tempat sampah yang mendominasi. Mengetahui penderitaan nelayan itu genting, Baruna turun tangan di kapal untuk menyelamatkan mereka. Hal tersebut menimbulkan rasa ketertarikan dari konsumen sehingga ingin menonton ceritanya sampai habis dan membeli produknya yaitu sirup marjan.

Search

Presentase pada tahap dimensi *search*, menunjukkan bahwa 91,4% responden sudah menyatakan mencari (*search*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon dimensi *search*, iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 adalah pernyataan 11 dan 14 dengan pernyataan “Saya melakukan pencarian lebih lanjut terhadap iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 dan Saya mendapatkan kemudahan dalam mencari informasi mengenai iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 di youtube dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 45 responden. Hal tersebut menimbulkan proses dimana konsumen akan berusaha mencari informasi sebanyak - banyaknya mengenai informasi produk yang ditawarkan. Oleh karena itu, iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 mempermudah konsumen dalam mencari tahu produk sirup marjan.

Pada tahap *search*, Iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023 juga menjelaskan beberapa varian rasa sirup marjan dampak dari hal ini akan mempermudah konsumen dalam mencari informasi mengenai produk Marjan #Menyambut Ramadhan 2023.

Action

Presentase pada tahap dimensi *Action*, menunjukkan bahwa 89,6% responden sudah melakukan tindakan (*action*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon dimensi *Action*, pernyataan “Saya mendapatkan kemudahan dalam membeli produk Marjan karena ada di outlet mana saja” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 50 responden. Hal tersebut menimbulkan produk iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Perilaku konsumen ini dapat berupa tindakan dimana konsumen akan melakukan pembelian suatu produk.

Pada tahap *Action*, Pemesanan produk sirup marjan bisa dilakukan via manual maupun via e-commerce seperti Tokopedia, Shopee dll. Ketika sirup marjan menerima pemesanan produk dari konsumen. Kemudahan dalam membeli produk Marjan karena ada di outlet mana saja membuat pihak marjan merespon dengan cepat lalu mendata pemesanan produk dari konsumen.

Share

Presentase pada tahap dimensi *share* menunjukkan bahwa 88,3% responden sudah membagikan (*share*), pada saat menonton iklan Marjan #Menyambut Ramadhan 2023. Hal ini dapat dilihat dari tabel 4.6 dapat diketahui bahwa pernyataan yang paling banyak direspon dimensi *share*, pernyataan “Saya membuat penilaian dan kesan mengenai produk Marjan di beberapa media sosial/platform lainnya” dengan jumlah responden yang menyatakan sangat setuju sebanyak 49 responden. Hal tersebut menunjukkan konsumen setelah merasakan semua pengalaman interaksi dengan produk dan konsumen membagikan pengalamannya terhadap produk.

Pada tahap *share*, tindakan yang dilakukan oleh Marjan berupa membagi informasi dan pengalaman konsumen tentang produk marjan seperti melakukan rekapitulasi ulasan produk dari konsumen yang sudah disampaikan melalui komentar di youtube.