

ABSTRAK

Efektifitas Iklan Smartfren Versi “Kura-Kura PunyaRumah” Dengan AISAS Model

Oleh:

Amalia Apriliana

Di era perkembangan teknologi saat ini menjadikan komunikasi sebagai alat yang mempermudah masyarakat untuk membagikan informasi dalam waktu yang relatif singkat, iklan merupakan salah satu sarana yang digunakan untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat, salah satu platform yang ramai digunakan sebagai sarana untuk berbisnis yang digunkakan untuk menyampaikan informasi adalah *youtube*. *Youtube* merupakan media atau alat untuk menarik perhatian orang-orang yang melihat segala sesuatu yang disajikan, seperti gambar, tulisan, video dan cerita tertentu, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui efektifitas iklan smartfren versi “kura-kura punya rumah” di youtube dengan AISAS model, jenis penelitian ini ialah deskriptif kuantitatif dengan metode penarikan sampel yaitu non probability sampling dengan teknik purposive sampling, dengan metode pengumpulan data menggunakan google form dan pengolahan data dilakukan dengan menggunakan Microsoft Excel dan SPSS. Pada penelitian ini diperoleh hasil nilai AISAS *attention* sebesar 78,1%, *interest* sebesar 75,2%, *search* sebesar 78,2%, *actions* sebesar 77,3%, *share* sebesar 81%. Sesuai dengan perhitungan range iklan dapat dikatakan efektif jika memiliki nilai lebih dari 60%. Oleh karena itu, iklan smartfren versi “kura-kura punya rumah” di youtube merupakan iklan yang efektif.

Kata Kunci :Iklan, Youtube, AISAS Model, Smartfren

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF THE SMARTFREN ADS ON "KURA-KURA PUNYA RUMAH" VERSION WITH AISAS MODEL

By:

Amalia Apriliana

In the era of technological development, communication is a tool to make everything easy for the public in sharing the information for a short time. Advertising is used to convey information to the community. Moreover, YouTube is one of the platforms regularly used for business to convey information. YouTube is a media or tool to attract the attention of people, such as pictures, text, videos, and certain stories. The purpose of this study was to determine the Effectiveness of the Smartfren Ads on "Kura-Kura Punya Rumah" Version with AISAS Model on YouTube. The type of study was a quantitative descriptive using non-probability sampling with a purposive sampling technique. The data collection methods used google form. Furthermore, data processing was done using Microsoft Excel and SPSS. The result of this study found that AISAS attention value was 78.1%, interest was 75.2%, search was 78.2%, action was 77.3%, share was 81%. In accordance with the calculation of the advertising range, it stated that it was effective if it had a value of more than 60%. Therefore, the Smartfren Ads on "Kura-Kura Punya Rumah" Version was an effective Ads.

Keywords: Advertising, YouTube, AISAS Model, Smartfren