

## ABSTRAKSI

Edo Setyo Kurniawan, nomor mahasiswa 152130007, Program studi Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Politik, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta. Judul Penelitian “Analisis Efektivitas Iklan Produk Sepatu Sepakbola Merek Nike Melalui Media Sosial *Youtube* Diukur Menggunakan Pendekatan Konsep AIDA (studi pada pengguna lapangan telaga futsal 1 yogyakarta)”, 2017. Dosen pembimbing Sauptika Kancana, M.Si dan Dr. H Lukmono Hadi, M.S.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Efektivitas Iklan Produk Sepatu Sepakbola Merek Nike Melalui Media Sosial *Youtube*. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif yaitu dengan penggambaran dan pemaparan variabel-variabel yang diteliti dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengguna lapangan Telaga Futsal 1 Yogyakarta. Pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode non probability sampling dengan menggunakan teknik *Accidental sampling* dengan ukuran sampel sebanyak 68 responden. Uji instrumen dilakukan dengan uji validitas dan uji reliabilitas dan teknik analisis data yang digunakan, diukur menggunakan pendekatan konsep AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*).

Hasil penelitian menunjukkan efektivitas iklan produk sepatu sepakbola merek Nike di media sosial *youtube*, berhasil menarik perhatian hingga menimbulkan keyakinan untuk menggunakan produk sepatu sepakbola merek Nike dan iklan tersebut Cukup Efektif untuk mempengaruhi responden melakukan tindakan pembelian, dari 68 responden 73% responden melakukan tindakan pembelian sedangkan 27% tidak melakukan tindakan pembelian. Hasil perhitungan CRI dari setiap tahapan yaitu *attention* (82%), *interest* (78%), *desire* (75%), dan *action* (73%).

Kesimpulan hasil penelitian yaitu perhitungan efektivitas iklan menggunakan perhitungan CRI dengan menggunakan rumus AIDA, iklan produk sepatu sepakbola merek Nike di media sosial *youtube* efektif hingga tahap *action* (tindakan) dilihat dari hasil perhitungan yang melakukan tindakan pembelian lebih dari 50%.

**Kata kunci :** *Efektivitas Iklan, AIDA, CRI*