

ABSTRAKSI

Zarkasyi, Nomor Mahasiswa, 152140124, Program Studi Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Efektivitas Iklan Axis Bronet 4 G Owssem di media televisi dengan menggunakan konsep AIDA (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta), 2018 Dosen pembimbing Saupatika Kancana S,S, Msi dan Dr Adi Soeprato, S.Sos Msi

Masalah dalam penelitian ini adalah seberapa efektif iklan axis bronet 4 g owsem di media televisi dilihat dari konsep AIDA. Berdasarkan masalah tersebut maka penelitian tersebut bertujuan maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan mengidentifikasi efektivitas iklan bronet 4 g owsem melalui media televisi pada penonton televisi. Tipe penelitian ini adalah deskriptif, sumber data pada penelitian ini adalah data primer dan sekunder. Teknik pengumpulan data, kuantitatif. Data yang di peroleh melalui kuesioner langsung yang diajukan kepada pemirsa televisi. Sampel pada penelitian ini adalah sebanyak 69 orang. Data yang diperoleh akan dianalisis dengan menggunakan analisis deskriptif, skor rata-rata dan CRI.

Berdasarkan analisis deskriptif dan skor rata-rata dengan konsep AIDA (*attention, interest, desire dan action*) pada iklan axis bronet 4 g owsem di media televisi menunjukkan bahwa iklan axis bronet 4 g owsem pada media televisi masuk kategori “efektif”. Berdasarkan analisis CRI diketahui bahwa responden, attention 87,6% dan not attention 12,4 interest 85,4% dan not interest 14,6% desire 82,2% dan not interest 17,8% dan action 84,2% dan not action 15,8%. Dari hasil tersebut diketahui iklan axis bronet 4 g owsem di media televisi masuk kategori efektif karena lebih dari setengah responden melakukan pembelian produk tersebut.

Saran yang diharapkan oleh perusahaan agar melakukan promosi lebih efektif lagi untuk mempertahankan keefektifan yang sudah di dapatkan agar iklan yang di iklankan efektif menarik minat pemirsa televisi.

Kata kunci: media televisi, AIDA