

ABSTRAK

Fery Listyanto, Nomor Mahasiswa 152150088, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional “Veteran” Yogyakarta, Judul Penelitian “Analisis Efektifitas Iklan Makaroni Nyesek Melalui Media Sosisal Instagram @Diskonsolo Sebagai Media Promosi” (Studi pada *Followers* Akun Instagram @Diskonsolo), 2019. Dosen pembimbing Susanta dan Adi Soeprapto.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa efektif beriklan bebayar menggunakan media sosial Instagram dengan akun @diskonsolo menggunakan metode *Customer Response Index* (CRI). Ukuran sampel pada penelitian ini 84 responden. Teknik sampling yang digunakan adalah *Probability Sampling* dengan *Simple Random Sampling*. Teknik analisis menggunakan Analisis Deskriptif dan menggunakan metode *Customer Response Index* (CRI).

Hasil penelitian ini menyimpulkan bahwa *followers* akun Instagram @diskonsolo yang sudah melihat dan memberikan *like* di postingan iklan Makaroni Nyesek yang ditampilkan pada akun Instagram @diskonsolo menunjukkan Hasil CRI sebesar 53,56 dari hasil keseluruhan CRI sebesar 100%. Sehingga dapat dikatakan bahwa Iklan Makaroni Nyesek Melalui Media Sosisal Instagram @Diskonsolo termasuk dalam kategori Efektif. Akan tetapi masih ada peluang lagi untuk ditingkatkan sebesar 46,44% dari jumlah kehilangan respon yang terdapat pada indikator *awareness, comprehend, interest, intentions, actions*. Penulis mempunyai saran untuk Makaroni Nyesek dalam beriklan kembali di media sosial khususnya Instagram agar tampilan visualisasi iklan tersebut dibuat lebih menarik lagi, karena pada tampilan visualisasi iklan masih mendapatkan nilai yang belum bagus dan masih bisa ditingkatkan lagi.

Kata kunci : Metode *Customer Response Index*, Makaroni Nyesek, Media Sosial Instagram Akun @diskonsolo