

## ABSTRAK

*Handphone* merupakan alat komunikasi yang dianggap penting saat ini. Masyarakat membutuhkan alat ini karena cukup membantu dalam memudahkan dalam berkomunikasi. Persaingan *handphone* saat ini sangat kompetitif dan semakin diminati. Banyak fasilitas dan fitur yang diberikan misalnya internet, dalam media internet ini banyak masyarakat yang sudah mengenal dan sudah dijangkau seluruh masyarakat. Saat ini media internet yang menyediakan layanan untuk bermedia sosial, informasi, dan periklanan barang atau jasa. Kaskus merupakan website forum terbesar di Indonesia, yang menyediakan jasa beriklan untuk pengguna yang telah mendaftar. Selain *website* untuk informasi dan berdiskusi terdapat fitur untuk berjualan atau menawarkan barang dan jasa. Kota Yogyakarta merupakan anggota regional kaskus terbesar di Indonesia. Dalam penelitian ini apakah ada pengaruh kaskuser regional Yogyakarta terhadap iklan *handphone* pada *website* [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us). Tujuan penelitian ini untuk mengetahui sejauh mana tingkat membeli kaskuser regional Yogyakarta. Dalam hal ini dilihat dari berbagai aspek frekuensi, interaksi, dan intensitas dalam melakukan jelajah dunia maya, atau *online*. Untuk mengetahui sejauh mana frekuensi pengguna *internet* dalam mengakses *website* kaskus. Interaksi yang dilihat dalam menjelajahi dunia internet, dan intensitas responden dalam penggunaan internet. Melalui terpaan minatbeli responden dilihat indikator melalui pencarian info, kedekatan atau mengamati, keunggulan produk, kepercayaan, dan interaksi atau keputusan membeli. Jenis penelitian yang digunakan adalah kuantitatif yang mengambil sampel 84 orang responden. Responden merupakan anggota terdaftar Kaskus regional Yogyakarta. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis korelasi *product moment* dan regresi linear sederhana dengan program SPSS *version 13.0 for windows*. Hasil pengujian hipotesis dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana menunjukkan adanya pengaruh positif antara terpaan iklan media online terhadap minat membeli anggota Kaskus regional Yogyakarta, Hasil analisis tersebut diperoleh koefisien determinan ( $r^2$ ) sebesar 0,516. Dengan nilai koefisien determinan sebesar 0,516 menunjukkan bahwa variabel minat membeli anggota kaskus regional Yogyakarta sebesar 51.6% dan sisanya 48.4% dipengaruhi oleh faktor lain. Hal ini diduga karena iklan *handphone* media online cukup efektif dan mendapatkan kepercayaan dari anggota kaskus regional Yogyakarta. Hasil analisis ini menunjukkan penelitian ini mendukung teori S-O-R pada populasi pengguna internet *website* [www.kaskus.us](http://www.kaskus.us) terutama kaskuser regional Yogyakarta.

## ABSTRACT

*Handphone* is a communication tool considered important in this recent era. Society needs the communication tool because it really helps them to communicate each other easily. Nowadays, *handphone* is really competitive and more interested. Then, it also provides a lot of the facilities and features, e.g. the internet service. There are a lot of people who have known the internet well because the internet has reached the society. In addition, there are a lot of internet medias which provide the service to access the social media, the information, the goods and service advertisement. *Kaskus* is the largest website forum in Indonesia, which provides the advertisement service to its users who have registered themselves to the forum. Besides, *kaskus* is used as a website to obtain information and do the discussion. Then, in *kaskus*, there are some features used to sell products or to offer things and service. Yogyakarta is the largest regional member of *kaskus* in Indonesia. This research aims to find out what is the effect of *kaskus* users of Yogyakarta region toward the buying interest of *handphone* in the website; *www.kaskus.us*. That case can be seen from various aspects of frequency, interaction, and intensity in discovering the online world. This research is observed through the use frequency in accessing *kaskus* website and through the interaction which is seen in discovering the internet world and the respondents' intensity of the use of internet. Then, the attack of the respondents' buying interest is seen with the indicator through the info searching, the closeness, the observation, the product quality, the belief, and the interaction or buying decision. The type of the research is quantitative whose samples are eighty four (84) respondents. The respondents are *kaskus* registered members of Yogyakarta region. The data analysis technique of this research is the correlation analysis of *product moment* and simple regression linear using SPSS program 13.0 version for windows. The result of hypothesis testing which uses the hypothesis of simple regression linear shows the occurrence of positive influence between the advertisement attack of online media toward the buying interest of *kaskus* members in Yogyakarta region. That is presumed because the *handphone* advertisement of online media is effective enough and obtains the high trusty from *kaskus* members in Yogyakarta region. The result of the analysis shows that this research supports SOR theory in the population of internet users of *www.kaskus.us*, especially the *kaskus* users of Yogyakarta regional.