

ABSTRAKSI

Fandi Hatoguan Purba. 2013. Judul skripsi “*Analisis Efektivitas Iklan Produk Zalora Pada Media Internet Dilihat Dari Konsep AIDA (Studi pada pengguna internet di warung internet Caca Babarsari Yogyakarta)*”, Pembimbing I Saaptika Kancana SS., M.si., Pembimbing II Ida Susi Dewanti S.sos., M.si.

Dilihat dari segi kegunaan, jaringan internet digunakan sebagai sasaran utama alat bantu pencarian informasi maupun alat kegiatan pemasaran dan komunikasi. Pengguna internet menggunakan internet tersebut sebagai akses untuk mencari informasi, media bisnis maupun kegiatan pemasaran, yang biasanya disebut e-commerce dan *e-business*. Hal ini dinilai dapat memberikan keuntungan bagi konsumen maupun perusahaan.

Iklan online biasanya terdapat pada sebuah website yang dibuat oleh perusahaan yang bertujuan untuk kegiatan promosi. Untuk menghasilkan iklan yang baik selain memperhatikan struktur iklan diperlukan juga konsep promosi, yaitu AIDA. Yang meliputi empat unsur, pertama, *Attention* berarti bahwa iklan harus mampu menarik perhatian khalayak sasaran. Kedua, *Interest* yang mana iklan berurusan dengan bagaimana konsumen berminat dan memiliki keinginan lebih jauh. Ketiga, *Desire* bermakna bahwa iklan harus mampu menggerakkan keinginan orang untuk memiliki atau menikmati produk tersebut. Keempat, *Action* mengandung arti bahwa iklan harus memiliki "daya" membujuk calon pembeli agar sesegera mungkin melakukan suatu tindakan pembelian.

Penelitian ini merupakan penelitian *deskriptif* dengan pendekatan kuantitatif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pengunjung warung internet Caca yang menggunakan media internet pada saat peneliti berada di lokasi penelitian untuk menyebarkan kuesioner. Jumlah sampel yang telah diketahui secara pasti berdasarkan pada rumus yang diajukan yakni sebesar 82 responden. Peneliti menggunakan teknik *probability sampling* dimana *systematic random sampling* sebagai teknik penarikan sampelnya.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa iklan pada media internet jika dilihat dari konsep AIDA pada pengguna Warnet Caca Babarsari dinilai cukup efektif karena nilai seluruh tahapan AIDA berada pada rentang skala 2,6 sampai 3,4. Nilai yang diperoleh dari skor tertinggi dari keseluruhan tahapan AIDA yaitu dengan skor 3,2 yang diperoleh dari tahap *attention*, diikuti tahap *interest* dengan skor 3,0. Tahap *desire* memiliki skor 2,9 dan tahap *action* sebesar 2,8. Dan saran bagi pemasang iklan memperhatikan hal yg berkaitan tentang keamanan transaksi dan kejujuran dalam mengiklankan produknya.