

## ABSTRAKSI

Gita Iswara, nomor Mahasiswa 152120063, Jurusan Ilmu Administrasi Bisnis, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Yogyakarta, Judul Penelitian “Efektifitas Iklan Tokopedia Melalui Media Televisi Diukur Menggunakan Konsep AIDA” (Studi Pada Mahasiswa/i FISIP UPN Yogyakarta yang pernah melihat/Mengetahui Iklan Tokopedia Di Media Televisi). Dosen Pembimbing I Susanta dan Dosen Pembimbing II Lukmono Hadi.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui efektivitas iklan Tokopedia melalui media televisi pada mahasiswa FISIP UPN Yogyakarta. Iklan Tokopedia memiliki tujuan yaitu mempengaruhi konsumen untuk menggunakan situs belanja yang sudah disediakan dengan membidik pelajar dan mahasiswa sebagai target pasar.

Penelitian menggunakan tipe deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i FISIP UPN Yogyakarta yang pernah melihat atau menggunakan situs belanja *online* Tokopedia. Jumlah sampel tidak diketahui maka penentuan sampel menggunakan konsep dari Singarimbun dengan ketentuan minimal sampel 30 dan kurang dari 500, ukuran sampel ditetapkan sebesar 94 responden dengan asumsi telah memenuhi aturan tersebut. Penelitian menggunakan teknik *nonprobability sampling* dengan metode penarikan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling*. Teknik analisis menggunakan konsep AIDA dan melalui tiga tahap analisis yaitu tabulasi sederhana, skor rata-rata, dan CRI (*Costumer Response Index*).

Hasil penelitian dengan tabulasi sederhana dan skor rata-rata untuk variabel AIDA yaitu ”Cukup Efektif”, sedangkan dari perhitungan CRI (*Costumer Response Index*) menunjukkan bahwa iklan Tokopedia cukup berhasil dalam menarik perhatian konsumen untuk menggunakan situs belanja *online* Tokopedia dengan hasil *action* 70% dan *not action* 30%.

**Kata kunci: Efektivitas, Iklan Televisi, Konsep AIDA.**