



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Marketing Communication and Advertising
Aulia Ratih
44313120067

Pengaruh Terpaan Iklan Line Bertajuk Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta (*Campaign* Fitur Find Alumni) Terhadap Minat Penggunaan Fitur Find Alumni
Jumlah halaman xiv + 80 halaman + 12 lampiran
Bibliografi : 31 acuan, Tahun 1992 – 2015

ABSTRAK

Instant Messaging LINE meluncurkan fitur pencarian teman se-almamater di sekolah atau alumni yang dinamakan Find Alumni di penghujung tahun 2014. LINE memperkenalkan fitur terbarunya tersebut dengan memunculkan sebuah iklan berbentuk mini drama yang merupakan sekuel drama percintaan yang pernah *booming* di tahun 2002, Ada Apa Dengan Cinta. Iklan mini drama AADC yang ditayangkan di youtube ini, mampu menyedot lebih dari 600 ribu *viewers* di hari pertama peluncurannya.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan Line bertajuk mini drama Ada Apa Dengan Cinta terhadap minat penggunaan fitur Find Alumni. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R dan teori AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*). Teori S-O-R menyatakan bahwa efek merupakan reaksi terhadap stimulus tertentu. Sementara, teori AIDA menjelaskan bagaimana iklan secara bertahap mempengaruhi minat hingga tindakan dari konsumen.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif eksplanatif dan berusaha menjelaskan korelasi dan pengaruh dari variabel terpaan iklan terhadap variabel minat konsumen dengan menggunakan metode survei. Populasi dalam penelitian ini adalah target market Line dan fitur Find Alumni, dengan sampel mahasiswa FIKOM Universitas Mercu Buana Menteng sebanyak 96 responden. Sampel dalam penelitian ini ditentukan dengan teknik *purposive sampling*. Penelitian ini menggunakan skala likert yang disajikan dalam peringkat skala interval yang terdiri atas lima rentang skala. Data diuji dengan uji validitas *product moment*, reliabilitas *Cronbach's Alpha*, dan regresi linier sederhana.

Analisis koefisien korelasi menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara Terpaan Iklan Mini Drama Ada Apa Dengan Cinta di youtube dengan Minat Penggunaan Fitur Line Find Alumni. Analisis Koefisien regresi bernilai positif artinya terjadi hubungan positif antara terpaan iklan dan minat konsumen, semakin tinggi terpaan iklan maka akan semakin tinggi pula minat konsumen.