

## ABSTRAK

Nama : Rahmah Yanti Darsono Putri  
NIM : 44321110024  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH TERPAAN IKLAN YOUTUBE #KamiAdaUntukAnda TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN TRANSPORTASI UMUM TEMAN BUS (Survei Pada Masyarakat Kota Solo Usia 18 – 34 Tahun)  
Pembimbing : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

Survei Media Sosial Paling Informatif dari DataIndonesia.id 2022 menyatakan Youtube berada di posisi ke 1 yang dianggap sebagai media sosial paling informatif bagi masyarakat Indonesia pada 2022 dan posisi ke 2 sebagai media yang dianggap paling menghibur. Hal ini mendorong berbagai brand untuk mengiklankan produknya di Youtube, termasuk Teman Bus. Youtube dipilih karena memiliki karakteristik yang mirip dengan televisi, yaitu menampilkan audio dan visual, serta bersifat interaktif. Tujuan penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan Youtube #KamiAdaUntukAnda terhadap minat menggunakan transportasi umum Teman Bus pada masyarakat Kota Solo di usia 18 – 34 tahun.

Penelitian ini berlandaskan teori mengenai minat AIDA, yakni *Attention*, *Interest*, *Desire* dan *Action* dan menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan tipe penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei yang dilakukan dengan 100 responden menggunakan teknik *Purposive Sampling* (Sampel Pertimbangan) dari *Non-Probability Sampling*. Hasil data diolah menggunakan SPSS melalui uji korelasi dan uji regresi.

Hasil penelitian ini adalah adanya pengaruh antara terpaan iklan dengan minat beli khalayak dengan menggunakan elemen-elemen yang terdapat di dalam iklan, yaitu kata-kata yang terdengar, musik, kata-kata tertulis, gambar, warna dan elemen bergerak, terhadap minat beli khalayak. Penelitian ini menyimpulkan bahwa terpaan iklan Youtube #KamiAdaUntukAnda dapat memberikan pengaruh yang kuat terhadap minat menggunakan transportasi umum Teman Bus.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Youtube, Minat

## ABSTRACT

*Name* : Rahmah Yanti Darsono Putri  
*NIM* : 44321110023  
*Study Program* : Communication Studies  
*Title Thesis* : *The Effect of Exposure to #KamiAdaUntukAnda Youtube Ads on Interest in Taking Public Transportation TEMAN BUS (Survey to Solo Citizen Age 18 – 34 Years Old)*  
*Counsellor* : Dr. S.M Niken Restaty, M.Si

*A 2022 survey by DataIndonesia.id found that YouTube was ranked first as the most informative social media platform in Indonesia and second as the most entertaining. This has led to a number of brands, including Teman Bus, advertising on YouTube. YouTube was chosen because it has characteristics similar to television, such as audio and visual elements, as well as interactivity. The purpose of this study was to investigate the impact of exposure to the YouTube advertisement #KamiAdaUntukAnda on the intention to use public transportation Teman Bus among people in the city of Solo aged 18-34.*

*The study is based on the AIDA model of attention, interest, desire, and action, as proposed by Johar (2015).*

*The study used a quantitative approach with a descriptive research design. The research method was a survey of 100 respondents using purposive sampling from non-probability sampling, where the sample was not selected randomly. The data were analyzed using SPSS through correlation and regression tests.*

*The findings of the study discuss the influence of exposure to advertising on audience purchase intention, using the elements of the advertisement, such as audio, music, written text, images, colors, and moving elements, to influence audience purchase intention. The study concluded that exposure to the YouTube advertisement #KamiAdaUntukAnda can have a strong impact on the intention to use public transportation Teman Bus.*

*Keywords: Ad Exposure, Youtube, Intention*