

## ABSTRAK

### PENGARUH PESAN IKLAN SHOPEE VERSI TANGGAL-TANGGAL SPESIAL DI YOUTUBE TERHADAP MINAT MENGGUNAKAN APLIKASI SHOPEE (Studi Pada Masyarakat di Kabupaten Pringsewu)

Oleh

**GISTA TRIWIDYA**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah pesan iklan shopee versi tanggal-tanggal spesial di youtube dapat mempengaruhi minat menggunakan aplikasi Shopee. Jenis penelitian yang peneliti gunakan adalah penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah masyarakat di Kabupaten Pringsewu tahun 2021. Pengambilan sampel pada penelitian ini diambil menggunakan metode *probability sampling* dengan menggunakan teknik *cluster random sampling*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 100 responden. Jenis data pada penelitian ini menggunakan data primer yang didapat dari hasil penyebaran kuesioner melalui *google form*. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan bahwa pesan iklan shopee versi tanggal-tanggal spesial di youtube berpengaruh signifikan terhadap minat menggunakan aplikasi shopee pada masyarakat di Kabupaten Pringsewu. Hal tersebut menunjukkan bahwa seluruh unsur pesan iklan seperti isi pesan, struktur pesan, format pesan, dan sumber pesan secara bersamaan berpengaruh terhadap minat menggunakan aplikasi shopee pada masyarakat di Kabupaten Pringsewu. Kondisi tersebut menggambarkan bahwa semakin baik unsur pesan yang dirancang dalam suatu iklan produk atau jasa maka minat penggunaan atau pembelian produk atau jasa tersebut akan semakin tinggi, sehingga dalam menyusun sebuah pesan iklan, indikator isi pesan harus dirancang dengan baik sehingga khalayak dapat dengan mudah menangkap isi pesan yang terkandung dalam iklan tersebut sehingga dapat mengubah perilaku khalayak untuk melakukan pembelian atau menggunakan suatu produk atau jasa yang diiklankan.

**Kata kunci:** pengaruh, pesan, iklan, aplikasi shopee

## **ABSTRACT**

### **THE EFFECT OF SHOPEE ADVERTISING VERSIONS OF SPECIAL DATES ON YOUTUBE ON INTEREST IN USING THE SHOPEE APP**

**By**

**GISTA TRIWIDYA**

The purpose of this research is to find out whether shopee advertising messages with special dates on youtube can affect interest in using the Shopee application. The type of research that researchers use is quantitative research. The population in this study is the community in Pringsewu Regency in 2021. Sampling in this study was taken using a probability sampling method using a cluster random sampling technique. The sample in this study amounted to 100 respondents. The type of data in this study used primary data obtained from the results of distributing questionnaires via google form. Based on the results of the study, it was found that the Shopee advertising message version of special dates on YouTube had a significant effect on interest in using the Shopee application in the community in Pringsewu Regency. This shows that all elements of the advertising message such as message content, message structure, message format, and message source simultaneously affect the interest in using the Shopee application in the community in Pringsewu Regency. This condition illustrates that the better the message elements designed in a product or service advertisement, the higher the interest in using or purchasing the product or service, so that in compiling an advertising message, message content indicators must be designed properly so that audiences can easily capture the content. the message contained in the advertisement so that it can change the behavior of the audience to make a purchase or use an advertised product or service.

**Keywords:** influence, message, advertisement, shopee application