

ABSTRAK

Ditengah berkembangnya teknologi seperti ini, masyarakat menyadari akan pentingnya mengakses informasi bagi kehidupan mereka. Tidak sedikit masyarakat yang memakai media sosial menunjukkan perkembangan new media mempunyai imbas yang relatif besar dalam kegiatan keseharian masyarakat terutama pada era serba digital ini. Penggunaan Instagram sendiri dapat digunakan sebagai media untuk promosi. Pada masa yang serba digital ini banyak sekali pelaku bisnis menggunakan media sosial Instagram untuk media dalam melaksanakan promosi dengan beriklan. Melalui iklan, perusahaan memiliki kemampuan untuk menyampaikan informasi kepada konsumen mengenai produk yang mereka tawarkan. Salah satunya adalah Mie Gacoan yang menggunakan konten iklan di Instagram dalam mempromosikan produknya. Penelitian ini dilakukan dalam upaya mengukur sejauh mana pengaruh daya tarik iklan Mie Gacoan di Instagram terhadap Minat Beli Remaja di Bekasi. Teori yang diadopsi pada penelitian ini yaitu teori SOR, dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survey yang disebar kepada 100 responden remaja di Bekasi. Penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif dengan hasil variabel X (Daya Tarik Iklan Mie Gacoan di Instagram) sebesar 85,12%. Hasil analisis deskriptif variabel Y (Minat Beli Remaja di Bekasi) sebesar 85,75%. Hasil uji hipotesis dan uji regresi linear sederhana pada penelitian ini memiliki t hitung = 8,673 yang bernilai signifikansi $0,00 < 0,05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima dimana terdapat pengaruh Daya Tarik Iklan Mie Gacoan di Instagram dengan Minat Beli Remaja di Bekasi. Uji Koefisien Korelasi memiliki nilai 0,659 dan hasil uji Koefisien Determinasi memiliki nilai 43,4%.

Kata Kunci: Daya Tarik, Iklan, Minat Beli

Abstract

In the midst of the development of technology like this, people realize the importance of accessing information for their lives. Not a few people use social media, showing that the development of new media has a relatively large impact on people's daily activities, especially in this digital era. Instagram itself can be used as a medium for promotion. In this digital era, many business people use Instagram social media as a medium for carrying out promotions through advertising. Through advertising, companies have the ability to convey information to consumers about the products they offer. One of them is Mie Gacoan, which uses advertising content on Instagram to promote its products. This research was conducted in an effort to measure the extent of influence of the attractiveness of Mie Gacoan advertisements on Instagram on the buying interest of teenagers in Bekasi. The theory adopted in this research is the SOR theory, with a quantitative approach using a survey method distributed to 100 teenage respondents in Bekasi. This research uses descriptive data analysis with the result of variable X (Attractiveness of Mie Gacoan Advertisements on Instagram) of 85.12%. The results of the descriptive analysis of variable Y (Teenagers Buying Interest in Bekasi) were 85.75%. The results of the hypothesis test and simple linear regression test in this study have $t = 8.673$ which has a significance value of $0.00 < 0.05$. So H_0 is rejected and H_a is accepted where there is an influence of the Attractiveness of the Gacoan Noodle Advertisement on Instagram with the Buying Interest of Teenagers in Bekasi. The Correlation Coefficient test has a value of 0.659 and the Determination Coefficient test results have a value of 43.4%.

Keywords: Attractiveness, Advertising, Buying Interest