

## ABSTRAK

Program *Giveaway* merupakan salah satu program *sales promotion* Melodiary, program *Giveaway* memperbolehkan para pelanggan untuk *men-tweet* gambar barang belanjaan dan *mention* ke *Twitter* Melodiary atau *meng-upload* gambar barang belanjaan dan *men-tag* Melodiary di *Instagram*, dengan pelanggan melakukan itu maka pelanggan yang beruntung berkesempatan untuk memenangkan hadiah dari program *Giveaway* Melodiary. Di samping itu, pelanggan yang berpartisipasi tidak lepas dengan aktivitasnya dalam melakukan *word of mouth* secara tidak langsung terhadap program *Giveaway* ini, maka peneliti tertarik untuk meneliti aktivitas pelanggan tersebut sebagai bentuk respon pelanggan terhadap program *Giveaway* Melodiary. Respon tersebut akan dibagi dalam model AISAS, yang diantaranya akan diteliti respon melalui perhatian konsumen (*attention*), melalui ketertarikan konsumen (*interest*), melalui kegiatan pencarian konsumen (*search*), melalui tindakan dari konsumen (*action*), dan juga melalui kegiatan berbagi dari konsumen (*share*). Semua respon tersebut diteliti oleh peneliti berdasarkan informasi yang diberikan oleh Informan ketika menjalani program *Giveaway* Melodiary. Informan penelitian ini terdapat 7 (tujuh) Informan, masing-masing akan mewakili responnya dalam mengikuti program *Giveaway*, respon tersebut juga akan diteliti melalui model AISAS, dan juga akan diteliti dengan metode deskriptif kualitatif.

Kata Kunci: Respon, *Giveaway*, Melodiary, AISAS, Deskriptif Kualitatif