

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh iklan GoPay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak” di Youtube terhadap Respon Khalayak. Dimana iklan ini merupakan iklan pertama dari perusahaan Indonesia yang menggunakan tehnik eksekusi iklan animasi dengan teknologi CGI. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana iklan GoPay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak” dapat membuat khalayak untuk merespon berdasarkan *Hierarchy Effect Model* yang terdiri dari Kognitif, Afektif, dan Behavioral serta seberapa besar pengaruhnya. Penelitian ini menggunakan variabel independen yaitu Iklan GoPay dengan dimensi video dan audio. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teknik analisis data deksriptif, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, uji hipotesis (uji t) dan koefisien determinasi, dengan jumlah responden sebanyak 400 orang yang merupakan pengguna GoPay dan telah menonton iklan GoPay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak”. Berdasarkan hasil analisis deskriptif variabel iklan GoPay dan respon khalayak secara keseluruhan berada dalam kategori baik. Hasil teknik analisis regresi linier sederhana iklan GoPay berpengaruh positif terhadap respon khalayak. Uji hipotesis menggunakan uji-t yaitu iklan GoPay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak” memiliki pengaruh terhadap respon khalayak, hal ini di buktikan dengan nilai $t_{hitung} (20,815) > t_{tabel} (1,962)$. Kemudian berdasarkan koefisien determinasi diperoleh hasil bahwa iklan GoPay “Pevita Ditembak, JoTa Bertindak” memiliki pengaruh sebesar 52,1% terhadap respon khalayak. sedangkan sisanya 47,9% dipengaruhi oleh faktor lain misalnya faktor jingle/musik pada iklan yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Iklan GoPay, Respon khalayak.