

**PENGARUH TERPAAN IKLAN OLX.CO.ID VERSI
GERAKAN “UPGRADE INDONESIA” DI TELEVISI
TERHADAP KEPUTUSAN MENGUNJUNGI WEBSITE
OLX.CO.ID**

**(Survei Warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir,
Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan)**

Rizkyaldi Himawan

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengukur pengaruh terpaan iklan OLX.co.id versi gerakan “*upgrade indonesia*” di televisi terhadap keputusan mengunjungi *website* pada warga Pondok Cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Tangerang selatan. Latar belakang penelitian adalah tidak semua orang memiliki barang yang mereka inginkan, oleh karena itu OLX.co.id mengajak masyarakat untuk meng-*upgrade* diri mereka dalam gerakan *upgrade indonesia* agar masyarakat menjadi lebih baik lagi. Teori yang digunakan adalah teori *uses and gratification*. Metodologi penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan survei eksplanatif. Responden penelitian ini adalah warga pondok cabe RW. 003 Kelurahan Pondok Cabe Ilir, Kecamatan Pamulang, Tangerang Selatan yang berjumlah 93 orang. Hasil dari penelitian diperoleh nilai t hitung $5,918 > 1,661$ t tabel yang berarti terdapat pengaruh dengan besarnya pengaruh terpaan iklan terhadap keputusan mengunjungi *website* yaitu 16,591. Kesimpulan dari penelitian ini adalah terdapat pengaruh terpaan iklan terhadap keputusan mengunjungi *website* sebesar 16,591. Saran penulis untuk OLX.co.id adalah untuk menambahkan jumlah penayangan iklan dalam sehari untuk setiap stasiun televisi.

Kata Kunci : Terpaan Iklan, Gerakan “*Upgrade Indonesia*”, Keputusan Mengunjungi *Website*

THE INFLUENCE OF AD EXPOSURE OLX.CO.ID VERSION OF MOVEMENT “UPGRADE INDONESIA” IN TELEVISION TO THE DECISION TO VISIT THE WEBSITE OF OLX.CO.ID

(Survey Of Residents Pondok Cabe RW. 003 Pondok Cabe Ilir Sub-District, District Pamulang, South Tangerang)

Rizkyaldi Himawan

Abstract

This study was conducted to measure the effect of the ad exposure OLX.co.id version of movement “upgrade indonesia” in television to the decision to visit *website* of OLX.co.id on residents Pondok Cabe RW. 003 Pondok Cabe Ilir, Pamulang, South Tangerang. The research background is not everyone having stuff they want, therefore, OLX.co.id invites people to upgrade themselves in *upgrade indonesia* movement, so that people become better. The theory used is the theory of the uses and gratifications. Methodology This study uses a quantitative approach and survey eksplanatif. Respondents are residents of Pondok Cabe RW. 003 Village Pondok Cabe Ilir, Pamulang, South Tangerang, which amounted to 93 people. The results of the study obtained by value t count $5,918 > 1,661$ t tabel which means that there is an influence with influence of ad exposure to the decision to visit website, namely 16,591. The conclusion from this study is there influence of ad exposure to the decision to visit website of 16,591 information. Sugestions writer for OLX.co.id is to add number of ads in a day for other television stations.

Keywords : Ad Exposure, “*Upgrade Indonesia*” Movement, Decision To Visit The Website