

**PENGARUH *TAGLINE* #DIRUMAHAJA PADA IKLAN GOJEK DI
INSTAGRAM TERHADAP MINAT UNTUK MENGGUNAKAN
LAYANAN GOFOOD
(Survei pada *Followers* Instagram Gojek)**

DIMAS PANJI LAKSONO

Abstrak

Ketatnya persaingan mendorong perusahaan untuk lebih cerdas dan kreatif dalam melakukan strategi pemasaran. Salah satu strategi pemasaran yang dapat digunakan yaitu penggunaan *tagline* dalam sebuah iklan guna menguatkan dan mengkomunikasikan suatu merek ataupun produk. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh *tagline* #dirumahaja pada iklan Gojek terhadap minat untuk menggunakan layanan GoFood. Sampel pada penelitian ini yaitu *followers* Instagram @gojekindonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, dengan metode penelitian survei. Teori yang digunakan adalah *Elaboration Likelihood Model* yaitu bahwa orang dalam memproses pesan persuasif memiliki cara yang berbeda-beda. Berdasarkan hasil penelitian, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh *tagline* iklan #dirumahaja Gojek terhadap minat menggunakan layanan GoFood. Sebanyak 61.9% minat *followers* instagram Gojek untuk menggunakan layanan GoFood ditentukan oleh *tagline* iklan #dirumahaja, dan sisanya (38.1%) ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.

Kata Kunci : Minat Beli, Periklanan, *Tagline*.

***THE EFFECT OF #DIRUMAHAJA TAGLINE ON GOJEK ADVERTISING
IN INSTAGRAM ON INTERESTS OF USING GOFOOD SERVICES
(Survey on Gojek Instagram Followers)***

DIMAS PANJI LAKSONO

Abstrack

The tight competition encourages the companies to be smarter and creative in conducting marketing strategies. One of marketing strategy that can be used is the using of a tagline in an advertisement to strengthen and communicate a brand or product. This research was conducted to find out how much influenced the #dirumahaja tagline on Gojek ads has on the interests to use GoFood services. The sample in this study is from Instagram followers @gojekindonesia. This research uses a quantitative research approach, with survey research methods. The theory used is Elaboration Likelihood Model, namely that people in processing persuasive messages that have different ways. Based on the research results, it can be seen that there is an influence of #dirumahaja Gojek ads tagline on the interest in using the GoFood service. As many as 61.9% of Gojek's Instagram followers' interest in using the GoFood service is determined by the #dirumahaja ad tagline, and the rest (38.1%) is determined by other factors not examined.

Keywords: Advertising, Purchase Intention, Tagline.