

## EVALUASI IKLAN PADA PT MEKAR ARMADA JAYA (NEW ARMADA KAROSERI)

Laelatul Mu'awanah

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Evaluasi Iklan pada PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri). Iklan melalui media sosial dapat dijadikan sebagai metode untuk menjadi cara yang efektif dari segi biaya untuk mendistribusikan pesan, baik dengan tujuan membangun prefensi merek atau mendidik orang dalam menyampaikan produk. Metode pengambilan sampel menggunakan *random sampling* yaitu teknik pengambilan data dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi tersebut. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna media sosial serta *customer* di Magelang dan Daerah Istimewa Yogyakarta sebanyak 55 *customer*. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 40 responden. Pendekatan dalam penelitian ini yaitu deskriptif kualitatif dengan metode studi kasus. Data yang dianalisis merupakan data hasil dari kuesioner yang dibagikan kepada responden melalui *google form*. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan metode *Arithmetic Mean* disimpulkan bahwa Evaluasi Iklan pada PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri) dinilai kurang baik karena nilai keseluruhan memiliki rata-rata sebanyak 2,497. Artinya keseluruhan indikator evaluasi iklan pada PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri) menunjukkan bahwa iklan pada media sosial tidak menimbulkan keinginan dan tidak dapat menimbulkan suatu tindakan, sebaiknya perusahaan lebih meningkatkan iklan pada media sosial dari segi gambar, video, animasi, bentuk tulisan serta *caption*, sehingga memberikan dampak kepada *customer* dalam memahami pesan dari iklan, menginformasi produk, membujuk pelanggan untuk mencoba produk, dan memberikan nilai tambah bagi produk New Armada.

**Kata Kunci:** *Iklan, Random Sampling, Arithmetic Mean.*

**EVALUATION OF ADVERTISING AT PT MEKAR ARMADA JAYA  
(NEW ARMADA KAROSERI)**

***Laelatul Mu'awanah***

***Abstract***

*This study aims to know Ads Evaluation at PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri). The sampling method uses random sampling, which is a random data collection technique regardless of the strata in the population. The population in this study were 55 users of social media and customers in Magelang and the Special Region of Yogyakarta. The sample in this study was taking 40 respondents. Advertising through social media can be used as a method to be a cost-effective way to distribute messages, both with the aim of building brand preferences and educating people in delivering products. The approach in this study is descriptive qualitative with a case study method. The data analyzed is the result data from the questionnaire distributed to respondents through google form. Based on the results of the analysis using the Arithmetic Mean method, it was concluded that the Evaluation of Advertisements on PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri) was not considered good because the overall value had an average of 2.497. This means that the overall evaluation indicators of advertising at PT Mekar Armada Jaya (New Armada Karoseri) show that advertising on social media does not trigger desires and can not generate an action. The company should further enhance advertising on social media in terms of images, videos, animation, writing and captions, so that it gives effect to the customers in understanding messages from the advertisements, informing products, persuading customers to try products, and adding value to New Armada products.*

***Keywords:*** Advertisements, Random Sampling, Arithmetic Mean.