

# **PENGARUH KONSUMSI IKLAN “MAIN AOV DAPAT 7M” TERHADAP INTENSITAS BERMAIN GAME PADA MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA**

## **ABSTRAK**

Perkembangan internet merambah cepat di dunia teknologi modern saat ini, tidak terkecuali di dunia *game online* yang saat ini sudah merambah di perangkat *smartphone*. Untuk semakin mengenalkan *game AOV* kepada *gamer* di Indonesia maka dibuatlah sebuah iklan yang sempat meledak pada masanya yaitu “Main AOV dapat 7 M”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh pada iklan “Main AOV dapat 7M” terhadap intensitas bermain game pada mahasiswa.

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Yogyakarta pada angkatan 2016, 2017 dan 2018. Sampel yang diambil berjumlah 90 responden dari tiga angkatan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis variansi satu jalur (ANOVA). Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu teori Komunikasi Pemasaran, teori Komunikasi Massa dan teori Perilaku Konsumen.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Iklan “Main AOV dapat 7M” berpengaruh terhadap intensitas bermain game pada mahasiswa dengan nilai signifikansi  $0,009 < 0,050$ . Sedangkan hasil penelitian lain menunjukkan terdapat perbedaan intensitas bermain game pada mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016, 2017 dan 2018 dengan nilai tertinggi yaitu angkatan 2018 dengan *mean* = 58,10, lalu angkatan 2017 dengan *mean* = 55,78, sedangkan terakhir angkatan 2016 dengan *mean* = 49,50.

**Kata kunci : Iklan, AOV, Internet, *game online*, Intensitas**

**THE INFLUENCE OF ADVERTISING CONSUMPTION “MAIN AOV DAPAT 7M” ON INTENSITY OF PLAYING GAME ON COMMUNICATION SCIENCE OF MERCUBUANA UNIVERSITY OF YOGYAKARTA**

**ABSTRACT**

*The development of internet was expanded fast modern technology in the world today ,including online gaming world that is already expanded on device smartphone. To promote AOV to Indonesian gamer so there is advertising who was famous on that day it's called “Main AOV Dapat 7M. This study aims to find is there the influence of advertising “Main AOV dapat 7M” on intensity of playing game on student.*

*This study uses quantitative research methods. The populations on this study is student of Communication Science Mercu Buana University of Yogyakarta on grade 2016, 2017 and 2018. The samples used was 90 respondents from three grades. Data collection techniques by using questionnaires. Data analysis technique by using one way variant analysis (ANOVA). The theories of this study is Marketing Communication Theory, Mass Communication Theory, and Consumer Behavior Theory.*

*The result of this study showed that the advertising of “Main AOV dapat 7M” has an effect on student's intensity of playing game by the significance value  $0,009 < 0,050$ . Meanwhile on other study result showed that has a difference value on intensity of playing game for three grades, by the highest value is grade 2018 by mean value = 58,10, then grade 2017 by mean value = 55,78, and last is grade 2016 by mean value = 49,50.*

**Keywords : Advertising, AOV, Internet, Online Game, Intensity**