

## ABSTRAKSI

YouTube menjadi salah satu media sosial paling populer di abad ini. YouTube sudah menggantikan peran televisi karena bisa menyediakan berbagai macam konten untuk dintonton. Hal inilah yang membuat YouTube lebih banyak dimanfaatkan sebagai media beriklan daripada televisi saat ini. Sementara itu, salah satu konten di YouTube ada yang menyediakan informasi ulasan *smartphone*. Informasi berbentuk pesan testimoni yang disampaikan seseorang disertai bukti visual yang mendukung.

Pesan testimoni yang tepat dapat mendorong seseorang melakukan keinginan pembelian. Ini menjadi alasan kenapa minat beli dipilih sebagai variabel dependen. Minat beli dapat menjadi tahap awal konsumen mengenal produk *smartphone* sehingga tujuan pemasaran tercapai. Melalui fenomena ini, penelitian memfokuskan pada pengaruh pesan testimonial pada *review smartphone* terhadap minat beli. Untuk itu, dipilih teori Elaboration Likelihood Model sebagai teori yang bisa digunakan sebagai model komunikasi persuasif di dalam iklan.

Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis deskriptif, didapatkan bahwa aspek visual dan *central route* memiliki pengaruh cukup kuat dalam memengaruhi minat beli. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa khalayak yang menonton *review smartphone* sebelum membeli *smartphone* menjadi tertarik untuk melakukan minat transaksional. Syaratnya pesan *review* harus memunculkan visual yang memiliki *source power* tinggi dan sosok *reviewer* yang mumpuni.

**Kata kunci:** iklan, *review*, YouTube, *smartphone*, testimonial

## **ABSTRACT**

*YouTube became one of the most popular social media of the century. YouTube has replaced the role of television because it can provide a variety of content to be viewed. This is what makes YouTube more used as a medium of advertising than television today. Meanwhile, one of the content on YouTube is providing smartphone review information. Information in the form of a testimonial message submitted by someone accompanied by supporting visual evidence.*

*proper testimonial message can prompt a person to make a purchase wish. This is the reason why buying interest is chosen as a dependent variable. Buying interest can be an early stage of consumers familiar with smartphone products so that marketing objectives are achieved. Through this phenomenon, research focuses on the effect of testimonial messages on smartphone reviews on buying interest. To that end, selected the theory of Elaboration Likelihood Model as a theory that can be used as a model of persuasive communication in advertising.*

*Using quantitative methods with descriptive analysis techniques, it was found that visual and central route aspects had a strong influence in influencing buying interest. In this study, it was found that audiences watching smartphone reviews before buying a smartphone became interested in doing transactional interest. Condition of the review message should bring up a visual that has a high source of power and the figure of a qualified reviewer.*

**Keywords:** *advertisement, YouTube, review, smartphone*