

ABSTRAK

Melihat besarnya jumlah pengguna media sosial dan memiliki jangkauan yang lebih luas serta tak terbatas menjadi alasan utama perusahaan untuk beriklan melalui media sosial tidak terkecuali penayangan iklan layanan masyarakat yang dilakukan oleh perusahaan Gojek.

Pada tahun 2019, Gojek mengunggah iklan di Youtube dengan Judul ‘ Tata Cara Pemilihan Umum, Bersana Jo & Jek !’. Iklan tersebut merupakan bagian dari Iklan Layanan Masyarakat yang bertujuan untuk memberikan informasi dan pengetahuan kepada masyarakat mengenai tata cara pemilihan umum yang terbaru, agar masyarakat menjadi paham dan mengerti bagaimana tata cara pemilihan umum yang baik dan benar.

Efektivitas iklan diukur menggunakan metode pengukuran *Direct Rating Method (DRM)*, mulai dari *Attention, Read Throughness, Cognitive, Affection, dan Behavior*. Pengumpulan data dilakukan dengan cara penyebaran kuesioner kepada masyarakat kota Bandung yang pernah melihat iklan Gojek Versi Tata Cara Pemilihan Umum, Bersama Jo & Jek ! di Youtube. Dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden.

Skor *Direct Rating Method* untuk iklan ini sebesar 81.95, artinya iklan Gojek Versi Tata Cara Pemilihan Umum, Bersama Jo & Jek ! di Youtube termasuk kategori iklan hebat.

Kata kunci : Iklan, Media sosial, Youtube, *Direct Rating Method*