

## Evaluasi neuromarketing iklan online shop dengan menggunakan electroencephalogram (EEG) = Neuromarketing evaluation of online shop advertisement using electroencephalogram (EEG)

Timotius Alfin, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444324&lokasi=lokal>

---

### Abstrak

Pasar online shop di Indonesia sedang berkembang sangat pesat. Dengan semakin berkembangnya pasar online shop, menyebabkan semakin banyaknya online shop yang masuk dan beroperasi di Indonesia. Untuk mendapatkan pasarnya, maka online shop yang ada melakukan kegiatan pemasaran melalui berbagai macam cara, salah satunya adalah melalui akun Youtube. Penggunaan akun Youtube sebagai media pemasaran menggunakan video sebagai sarana penyampaianya. Dalam menggunakan video sebagai sarana penyampaian, perlu diketahui karakteristik iklan online shop yang menarik secara kognitif dan emosional. Dalam penelitian ini, dilakukan evaluasi iklan online shop berdasarkan pada respon kognitif dan emosional penonton. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Frontal Alpha Asymmetry Analysis FAA dan kuesioner Positive and Negative Affect Scale PANAS . Metode FAA dilakukan dengan menggunakan data electroencephalogram responden selama dilakukan pemutaran video. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, ada beberapa karakteristik video iklan online shop yang berpengaruh dan maupun tidak berpengaruh terhadap ketertarikan penonton.

*Indonesia has a very strong growth as an online Shop market. Big market growth at Indonesia makes there are many online shops join and operate at Indonesia. To gain the market, online shop in Indonesia was doing so many marketing activities one of them is through Youtube channel. Using Youtube channel as marketing channel means using video as the content. Before using video as marketing content, developer needs to know characteristics of online shop advertisement which can attract the viewer. In this research, writer evaluates online shop advertisement based on cognitive and emotional response of viewer. The methods of this research are Frontal Alpha Asymmetry Analysis FAA and Positive and Negative Affect Scale PANAS questionnaire. Frontal Alpha Asymmetry Analysis using data from electroencephalogram of response of respondent while watching advertising video. Based on result of this research, there are several characteristics of online shop advertising video that affect and did not attract viewers significantly.*