

## ABSTRAK

Iklan dewasa ini telah banyak mempengaruhi kalangan masyarakat untuk memenuhi kebutuhannya dalam bentuk iklan yang beragam. Iklan web series yang menjadi salah satu tren atau konsep baru dari YouTube yang saat ini mulai banyak digemari oleh masyarakat. Salah satunya iklan web series AXE versi AXElerate: The Untold Story dengan viewers sebanyak 15 juta penonton sehingga berhasil masuk dalam 10 besar YouTube Ads Leaderboard 2016. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui persepsi audiens tentang isi iklan web series AXElerate: The Untold Story di YouTube. Penelitian ini menggunakan teori perbedaan individu, konsep persepsi dan konsep *new media*. Jenis metode penelitian ini menggunakan studi deskriptif dengan melakukan pendekatan observasi dan wawancara mendalam dengan informan mahasiswa di Yogyakarta dengan jurusan berbeda-beda serta menggunakan triangulasi sumber data untuk menguji keabsahan data. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa audiens memberikan persepsi mengenai iklan web series AXElerate: The Untold Story kedalam dua unsur yaitu sisi konten dan tampilan visual sehingga menciptakan kesadaran produk (*brand awarness*) di benak para audiens. Audiens memberikan persepsi positif akan terpaan iklan karena terpaan yang secara langsung lebih mengena dan mempengaruhi dengan audiens. Respon positif tersebut terutama pada *packaging* iklan web series AXE ini dengan konten yang mengandung ide-ide baru yang segar dan tetap mengena di hati penonton, ditambah dengan pemilihan tema cerita yang kreatif dan inspiratif mengenai permasalahan sosial dalam kehidupan hari-hari sehingga membuat audiens untuk selalu menonton. Sedangkan tampilan visual iklan ini dikemas seperti film pendek berjumlah 10 episode dengan sinematografi yang bagus dan kreatif. AXE memberikan pengaruh dalam benak audiens sehingga menimbulkan *brand awarness* terhadap produk AXE. Hal ini membuat audiens melakukan tindakan pembelian dan menciptakan loyalitas terhadap produk AXE.

Kata kunci: Persepsi, Iklan Web Series, AXElerate: The Untold Story

### **ABSTRACT**

*Advertisements have influenced many people to meet their needs in various forms of advertising. Web series advertisement is one of the trends or new concepts from YouTube which is now starting to be popular with the public. One of them is AXElerate: The Untold Story web series advertisements with 15 million viewers, so that it is included in the top 10 YouTube Ads Leaderboard 2016. The purpose of this study is to determine the audience perceptions of the contents of the AXElerate: The Untold Story web series advertisements on YouTube. This study uses the theory of individual differences, the concept of perception and the concept of new media with qualitative research methods. This type of research method uses descriptive studies by approaching observation and in-depth interviews with student informants in Yogyakarta with different majors and using triangulation of data sources to test the validity of the data. The results of this study found that the audience provided perceptions of the AXElerate: The Untold Story web series advertisements into two elements, namely the content and visual appearance so that it creates brand awareness in the minds of the audience. Audiences provide a positive perception of exposure to advertising because of exposure that directly affect and influence the audience. The positive response was mainly in the AXElerate: The Untold Story web series advertisements packaging with content that contained fresh new ideas and remained in the hearts of the audience, coupled with the selection of creative and inspirational story themes about social problems in everyday life so as to make audiences always watch. While the visual display of this ad is packed like 10 episodes of short films with good and creative cinematography. AXE has an influence on the minds of audiences, giving rise to brand awareness of products AXE. This makes the audience take action to purchase and create loyalty to AXE products.*

*Keywords: Perception, Web Series Advertising, AXElerate: The Untold Story*