

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iv
MOTTO.....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvii
ABSTRAK.....	xviii
<i>ABSTRACT</i>	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	
1. 1. Latar Belakang.....	1
1.2. Rumusan Masalah.....	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	6
1.4. Manfaat Penelitian.....	6
1.4.1. Manfaat Teoritis.....	6
1.4.2. Manfaat Praktis.....	6
1.5. Kerangka Pemikiran dan Kerangka Teori.....	7
1.5.1. <i>Teori Uses and Gratifications</i>	7
1.5.2. <i>Terpaan media (media exposure)</i>	10
1.5.3. <i>Brand Awarness</i>	12

1.6. Hipotesis Penelitian.....	13
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	
2.1. Periklanan.....	15
2.1.1. Tujuan Periklanan.....	17
2.1.2. Eektivitas Periklanan.....	18
2.1.3. Media Beriklan.....	19
2.2. YouTube.....	22
2.3. <i>Product Placement</i>	22
2.4. Penelitian Terdahulu.....	26
BAB III METODE PENELITIAN.....	
3.1. Jenis Penelitian.....	30
3.2. Lokasi Penelitian.....	31
3.3. Populasi dan Penarikan Sampel.....	31
3.3.1. Populasi.....	31
3.3.2. Sampel.....	31
3.4. Variabel Penelitian.....	32
3.4.1. Variabel Bebas.....	33
3.4.2. Variabel Terikat.....	33
3.5. Defenisi Konseptual Variabel.....	33
3.5.1. Intensitas Menonton Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’.....	33
3.5.2. <i>Brand Awarness</i> Pada Produk Tropicana Slim.....	34
3.6. Defenisi Operasional Variabel.....	34
3.6.1. Intensitas Menonton Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’.....	35
3.6.2. <i>Brand Awarness</i> Pada Produk Tropicana Slim.....	36
3.7. Sumber Data.....	38

3.8. Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.9. Tingkat Pengukuran Variabel.....	39
3.10. Uji Validitas dan Reliabilitas.....	40
3.11. Analisis Data.....	45
3.11.1. Korelasi <i>Product Moment</i>	46
3.11.2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	47
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	
4. 1. Deskripsi Web Series ‘Janji’.....	48
4.2. Gambaran Umum Responden.....	50
4.2.1. Jenis Kelamin.....	50
4.2.2. Usia Responden.....	51
4.2.3. Tingkat Pendidikan Responden.....	51
4.2.4. Status Pekerjaan.....	53
4.2.5. Frekuensi Menonton.....	54
4.2.6. Durasi Menonton.....	56
4.2.7. Waktu Menonton.....	57
4.3. Deskripsi Hasil Penelitian.....	58
4.3.1. Deskripsi Variabel X : Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Web Series ‘Janji’.....	58
4.3.2. Deskripsi Variabel Y : Kesadaran Merek (Brand Awareness) Pada Produk Tropicana Slim.....	80
4.4. Pengujian Hipotesis.....	96
4.4.1. Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	96
4.4.2. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	99
4.5. Pembahasan.....	103

BAB V PENUTUP.....	
5.1. Kesimpulan.....	108
5.2. Saran.....	111
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Web Series Indonesia Terbaik 2017-2019.....	4
Tabel 2.1. Perbedaan Gambaran Era Media yang Pertama dan Media Kedua....	20
Tabel 2.2. Perbandingan Penelitian Terdahulu dengan Penelitian Sekarang.....	29
Tabel 3.1. Indikator Variabel.....	38
Tabel 3.2. Skala Likert Menggunakan 4 Alternatif Jawaban.....	40
Tabel 3.3. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel X.....	42
Tabel 3.4. Hasil Uji Validitas Item-item Variabel Y.....	43
Tabel 3.5. Hasil Uji Realibilitas Variabel X dan Variabel Y.....	45
Tabel 3.6. Nilai Koefisien Korelasi.....	48
Tabel 4.1. Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.2. Perbandingan Usia Responden.....	52
Tabel 4.3. Tingkat Pendidikan Terakhir Responden.....	53
Tabel 4.4. Status Pekerjaan Responden.....	54
Tabel 4.5. Frekuensi Menonton.....	55
Tabel 4.6. Durasi Menonton.....	56
Tabel 4.7. Waktu Menonton.....	57
Tabel 4.8. Saya Selalu Menunggu Setiap Episode Dari <i>Web Series</i> ‘Janji’.....	59
Tabel 4.9. Saya Selalu Menyaksikan Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’ Setiap Kali Episode Terbaru Tayang.....	60
Tabel 4.10. Saya Menyediakan Waktu Khusus Untuk Menyaksikan Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’.....	61
Tabel 4.11. Saya Menonton <i>Web Series</i> ‘Janji’ Ketika Waktu Luang.....	62
Tabel 4.12. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Frekuensi	63
Tabel 4.13. Saya Menonton <i>Web Series</i> ‘Janji’ Ketika Ingin Tidur.....	64

Tabel 4.14. Saya Membatasi Waktu Dalam Menonton Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’	65
Tabel 4.15. Saya Menonton <i>Web Series</i> ‘Janji’ Bersamaan Dengan Aktivitas Lain.....	66
Tabel 4.16. Saya Menonton Setiap Episode Sampai Selesai.....	67
Tabel 4.17. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Durasi....	68
Tabel 4.18. Saya Mendapat Pesan Mengenai Gaya Hidup Sehat Melalui <i>Web Series</i> ‘Janji’	69
Tabel 4.19. <i>Web Series</i> ‘Janji’ Cukup Detail Untuk Menjelaskan Tentang Apa Yang Ingin Di Informasikan Kepada Saya.....	70
Tabel 4.20. Bahasa Yang Digunakan Sangat Mudah Untuk Saya Pahami.....	71
Tabel 4.21. Pesan – pesan Tersirat Yang Terdapat Dalam Setiap Episode Menjadikan Tayangan Ini Lebih Menarik Perhatian Saya.....	72
Tabel 4.22. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Isi Pesan	73
Tabel 4.23. Pemeran Dalam <i>Web Series</i> ‘Janji’ Dapat Menyampaikan Pesan Dengan Baik Dan Menarik Perhatian Saya Untuk Selalu Menonton Tayangan Ini.....	74
Tabel 4.24. Sinematografi Yang Dihasilkan Dalam <i>Web Series</i> Ini Sangat Memanjakan Mata Saya Ketika Menyaksikannya.....	75
Tabel 4.25. Alur Cerita Yang Susah Ditebak Membuat Saya Semakin Penasaran Untuk Melanjutkan Ke Episode Selanjutnya.....	76
Tabel 4.26. Saya Menikmati Setiap Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’ Yang Menyuguhkan Lokasi Yang Sangat Epik.....	77
Tabel 4.27. Setelah Menonton <i>Web Series</i> ‘Janji’ Saya Merasakan Emosi Yang Sama Dengan Alur Cerita Tersebut.....	78
Tabel 4.28. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Daya Tarik.....	79
Tabel 4.29. Saya Mengetahui Jika <i>Web Series</i> ‘Janji’ Merupakan Media Beriklan Yang Dilakukan Oleh Produk Tropicana Slim.....	81

Tabel 4.30. Saya Mengenal Merek Tropicana Slim Dengan Baik Melalui Tayangan <i>Web Series</i> ‘Janji’	82
Tabel 4.31. Saya Tidak Merasa Terganggu Dengan Adanya Penempatan Produk Dari Tropicana Slim Saat Film Sedang Tayang.....	83
Tabel 4.32. Tropicana Slim Merupakan Salah Satu Produsen Yang Mengkenalkan Produknya Dengan Cara Menarik Dan Kreatif.....	84
Tabel 4.33. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pengenalan Merek (<i>Brand Recognition</i>).....	85
Tabel 4.34. Setelah Menonton <i>Web Series</i> ‘Janji’ Saya Mendapat Informasi Mengenai Produk Tropicana Slim.....	86
Tabel 4.35. Melalui <i>Web Series</i> ‘Janji’ Saya Mengetahui Tropicana Slim Merupakan Produk Yang Baik Untuk Kesehatan.....	87
Tabel 4.36. Melalui <i>Web Series</i> ‘Janji’ Saya Tertarik Untuk Membeli Produk Tropicana Slim.....	88
Tabel 4.37. Ketika Memilih Berbagai Produk Saya Menjadikan Tropicana Sebagai Pilihan.....	89
Tabel 4.38. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Pengenalan Kembali Merek (<i>Brand Recall</i>).....	90
Tabel 4.39. Tropicana Slim Merupakan Produk Yang Selalu Saya Konsumsi..	91
Tabel 4.40. Ketika Melihat Produk Yang Identik Berwarna Kuning Saya Langsung Terfikir Pada Tropicana Slim.....	92
Tabel 4.41. Saya Telah Merasakan Manfaat Dari Produk Tropicana Slim.....	93
Tabel 4.42. Saya Menyarankan Teman-teman Untuk Mengonsumsi Produk Tropicana Slim.....	94
Tabel 4.43. Presentase Tanggapan Responden Berdasarkan Indikator Puncak Pikiran (<i>Top Of Mind</i>).....	95
Tabel 4.44. Hasil Analisis Korelasi Product Moment.....	96
Tabel 4.45. Nilai Koefisien Korelasi.....	98
Tabel 4.46. Ringkasan Hasil Regresi Linear Sederhana.....	99

DAFTAR GAMBAR

Gambar 4.1. Darius Sinathrya dan Widika Sidmore Saat Memerankan Iko Dan Naya Dalam <i>Web Series</i> 'Janji'	50
--	----