

ABSTRAK

Perkembangan pesat produk dan layanan (jasa) di Indonesia memberikan banyak variasi atau pilihan kepada konsumen dalam memenuhi kebutuhannya. Oleh karena itu, produsen berlomba-lomba dalam merebut perhatian konsumen agar tetap eksis dan berjaya, salah satunya dengan cara beriklan. Iklan selain sebagai bentuk promosi juga menjadi sistem komunikasi yang penting bagi produsen kepada konsumen sehingga pengemasannya harus unik dan menarik. Tren terkini adalah Web Series di YouTube, hal ini juga dilakukan oleh Bank DBS dalam menerapkan strategi promosi. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh terpaan iklan web series “SPARKS” terhadap minat membuka rekening di Bank DBS Indonesia. Teori yang digunakan yakni teori S-O-R & teori Teori Advertising Exposure Rajeev Batra, John Mayer, David Aaker. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan tipe purposive sampling dan menggunakan Rumus Wibisono. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R Square) diketahui bahwa sebesar 22,6 %. Hal ini berarti bahwa terpaan iklan web series “SPARKS” terhadap minat membuka rekening di Bank DBS Indonesia sebesar 22,6 %. Sisanya 77,4% minat membuka rekening di Bank DBS Indonesia dipengaruhi faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya diperoleh nilai 0,475 dari hasil perhitungan korelasi product moment yang berarti kedua variable memiliki hubungan yang cukup kuat. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,00 sehingga dapat dikatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, karena angka $0,00 < 0,05$. Dengan demikian terdapat pengaruh antara terpaan iklan web series “SPARKS” terhadap minat membuka rekening di Bank DBS Indonesia.

Kata kunci-Terpaan iklan, Web Series, Bank DBS Indonesia

ABSTRACT

The rapid development of products and services in Indonesia provides consumers with numerous variations or choices to meet their needs. As a result, manufacturers compete for consumer attention in order to continue to exist and prosper, one of which is through advertising. Advertising, in addition to being a form of promotion, is also an important means of communication between producers and consumers, so the packaging must be distinctive and appealing. The latest trend is web series on YouTube, which DBS Bank is also utilizing in its promotion strategy. The purpose of this study was to see what effect advertising exposure from the web series "Sparks" had on the intention to open an account with Bank DBS Indonesia. This study uses S-O-R and Advertising Exposure Rajeev Batra, John Mayer, David Aaker theory, using quantitative method. The sampling technique of study uses nonprobability sampling with the type of purposive sampling and the Wibisono formula. The finding results of study reveal the value of R Squared was at 22.6% It means that the exposure of the SPARKS web series advertisement to interest in opening an account at Bank DBS Indonesia is 22.6%. While the remaining 77.4% is influenced by other factors outside of the study. Furthermore, based on the calculation of the product moment correlation, there is a medium relationship between two variables that is shown by a value of product moment correlation is 0,475. In addition, the results of significance value is 0.00, so it can be said that there is an influence between exposure to SPARKS web series advertisements and interest in opening an account at Bank DBS Indonesia.

Keyword- Ad exposure, Web Series, Bank DBS Indonesia