

INTISARI

Merumuskan informasi yang dapat diterima *audience* aktif seperti saat ini bukanlah hal mudah. Perubahan sifat *audience* serta perkembangan teknologi mendorong kemunculan berbagai bentuk baru penyampaian informasi, salah satunya adalah bentuk baru *sponsorship*. Bentuk baru *sponsorship* saat ini dapat dilihat dalam *web series*. Tropicana Slim Stevia melakukan *product placement* dengan membuat sebuah *web series* yang berjudul “Sore”. Web series ini merupakan salah satu bentuk terobosan baru dalam melakukan *product placement* sebagai upaya penyampaian informasi. Sebagai sebuah bentuk terpaan baru, *web series* dengan bentuk *sponsorship* menjadi suatu hal yang menarik untuk diteliti. Melalui RAT akan dilihat seperti apa prediksi perilaku yang mungkin dilakukan *audience*. Kedudukan RAT adalah sebagai variabel intervening. Hasil prediksi perilaku yang akan dilihat mengarah pada *brand purchase intention* (BPI) dan kecenderungan perilaku hidup sehat. Penelitian ini sendiri akan dilakukan dengan menggunakan metode eksplanatif. Metode pengumpulan data dilakukan dengan survey dan model perhitungannya dilakukan dengan analisis jalur. Hasil menunjukkan bahwa terpaan *web series* “Sore” tidak berpengaruh pada *brand purchase intention* maupun kecenderungan perilaku hidup sehat secara langsung. Pengaruh secara bersama-sama ditunjukkan oleh terpaan dan komponen dalam RAT yaitu *attitude toward the behavior* dan *subjective norm* pada BPI dan kecenderungan perilaku hidup sehat. Terpaan sebagai sarana penyampai pesan saat ini tidak dapat berdiri sendiri untuk memunculkan pengaruh yang diinginkan. Hal ini menunjukkan bahwa RAT sebagai variabel intervening berfungsi sebagai variabel penguat hubungan antara terpaan dan BPI serta pola hidup sehat.

Key word : terpaan, *web series*, *reasoned action theory*, *brand purchase intention*, dan kecenderungan perilaku hidup sehat

ABSTRACT

Changes in the nature of the audience and the technology development encourage the emergence of new forms of information delivery, one of which is a new form of sponsorship. New forms of sponsorship can now be seen in the web series. Tropicana Slim Stevia applied product placement by creating a web series entitled "Sore". As a new form of exposure, the web series with the form of sponsorship becomes an interesting thing to be studied. Through Reasoned Action Theory (RAT) will be seen as what prediction of behavior that might be done by audience. The RAT position is as an intervening variable. The result of behavioral prediction that will be seen leads to Brand Purchase Intention (BPI) and the tendency of healthy living behavior. This research itself will be done by using explanative method. Methods of data collection is done by survey and calculation model is done by path analysis. The results show that the exposure to the "Sore" web series has no effect on brand purchase intention or the trend of healthy living behavior directly. Influence is simultaneously shown by exposure and component in RAT that is attitude toward the behavior and subjective norm in BPI and trend of healthy life behavior.

Keywords: *exposure, web series, Reasoned Action Theory, brand purchase intention, and trend of healthy life behavior*