

DAFTAR ISI

Abstrak	i
DAFTAR ISI	ii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
DAFTAR LAMPIRAN	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian	7
1.4 Manfaat Penelitian	7
1.5 Tinjauan Pustaka	8
1.6 Kerangka Teori	10
1.6.1 Periklanan	11
1.6.2 Storytelling Marketing	12
1.6.3 Youtube	14
1.6.4 Gaya Hidup Hedonisme	14
1.6.5 Advertainment	15
1.6.6 Branded Entertainment	17
1.6.7 Webseries	18
1.6.8 Intensitas Menonton	18
1.6.9 Brand Awareness	19
1.7 Kerangka Konsep	21
1.7.1 Hipotesis	22
1.7.2 Definisi Operasional dan Indikator Variabel	23
1.8 Metodologi Penelitian	30
1.8.1 Metode Penelitian	30
1.8.2 Objek dan Subjek Penelitian	31
1.8.3 Populasi dan Sampel Penelitian	31
1.8.4 Teknik Pengumpulan Data	33
1.8.5 Teknik Pengukuran Variabel	34
1.8.6 Teknik Analisa Data	34
1.8.7 Pengujian Outer Model	36
1.8.8 Limitasi Penelitian	36
BAB II STORYTELLING DALAM IKLAN WEBSERIES	38

2.1	Periklanan.....	38
2.1.1	Iklan dalam internet.....	40
2.2	<i>Storytelling</i>	42
2.2.1	<i>Storytelling</i> dalam <i>marketing</i>	44
2.3	Fenomena <i>webseries</i>	48
2.3.1	<i>Webseries</i> adalah <i>branded entertainment</i>	49
2.3.2	<i>Webseries</i> sebagai bentuk dari <i>storytelling marketing</i>	50
2.4	<i>Brand awareness</i>	53
2.4.1	Hubungan <i>storytelling</i> dalam iklan <i>webseries</i> dengan <i>brand awareness</i>	55
2.5	Intensitas Menonton	58
2.5.1	Hubungan <i>storytelling</i> dalam iklan <i>webseries</i> dengan intensitas menonton <i>audience</i>	59
2.5.2	Hubungan intensitas menonton <i>audience</i> iklan <i>webseries</i> dengan <i>brand awareness</i>	60
BAB III	GAMBARAN OBJEK PENELITIAN	62
3.1	Gambaran Lokasi Penelitian	62
3.2	Background Perusahaan Toyota Indonesia	63
3.3	<i>Webseries</i> 'Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode'	67
BAB IV	ANALISIS PENGARUH <i>STORYTELLING</i> TERHADAP <i>BRAND AWARENES</i> DENGAN MEDIASI INTENSITAS MENONTON	74
4.1	Profil Responden Penelitian	74
4.1.1	Profil Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	75
4.1.2	Profil Responden Berdasarkan Usia.....	75
4.1.3	Profil Responden Berdasarkan Pendidikan.....	76
4.1.4	Profil Responden Berdasarkan Pengeluaran Per-bulan.....	78
4.1.5	Profil Responden Berdasarkan Tempat Tinggal	79
4.1.6	Profil Responden Berdasarkan Kepemilikan Kendaraan	81
4.1.7	Profil Responden Berdasarkan Frekuensi dan Kegiatan Diluar	83
4.1.8	Profil Responden Berdasarkan Hobi dan Pengeluarannya.....	84
4.1.9	Profil Responden Berdasarkan Perangkat dan Frekuensi Untuk Mengakses Internet	85
4.1.10	Profil Responden Berdasarkan Konten Hiburan yang Diakses.....	87
4.2	Pemahaman Responden Mengenai <i>Webseries</i>	88
4.2.1	Pengalaman Responden Mengenai <i>Webseries</i> 'Mengakhiri Cinta Dalam 3 Episode'	92
4.3	Analisis <i>Crosstab</i>	96
4.4	Definisi Responden	101

4.5 Analisis Pre-test.....	104
4.6 Analisis Deskriptif.....	108
4.6.1 Analisis Variabel <i>Storytelling</i> Pada Iklan <i>Webseries</i>	110
4.6.2 Analisis Variabel Intensitas Menonton Responden	114
4.6.3 Analisis Variabel Brand Awareness Produk Toyota New Yaris.....	116
4.7 Hasil Pengujian Outer Model.....	119
4.7.1 Hasil Uji Validitas.....	120
4.7.2 Hasil Uji Reliabilitas	123
4.8 Uji Koefisien Determinan (R ²)	123
4.9 Uji Hipotesis.....	124
4.9.1 Temuan Hipotesis 1.....	125
4.9.2 Temuan Hipotesis 2.....	125
4.9.3 Temuan Hipotesis 3.....	126
4.9.4 Temuan Hipotesis 4.....	126
4.10 Analisis Tambahan (Diskusi)	127
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....	134
5.1 Kesimpulan.....	134
5.2 Saran.....	136
DAFTAR PUSTAKA	138
LAMPIRAN.....	144