



### **Hak cipta dan penggunaan kembali:**

Lisensi ini mengizinkan setiap orang untuk mengubah, memperbaiki, dan membuat ciptaan turunan bukan untuk kepentingan komersial, selama anda mencantumkan nama penulis dan melisensikan ciptaan turunan dengan syarat yang serupa dengan ciptaan asli.

### **Copyright and reuse:**

This license lets you remix, tweak, and build upon work non-commercially, as long as you credit the origin creator and license it on your new creations under the identical terms.

**PENGARUH TERPAAN VIDEO MINI DRAMA AADC2 DI YOUTUBE TERHADAP  
BRAND AWARENESS APLIKASI LINE FIND ALUMNI**

**SKRIPSI**



Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom.)

**MICHELLE**

**11140110155**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
KONSENTRASI MULTIMEDIA PUBLIC RELATIONS  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MULTIMEDIA NUSANTARA  
TANGERANG  
2015**

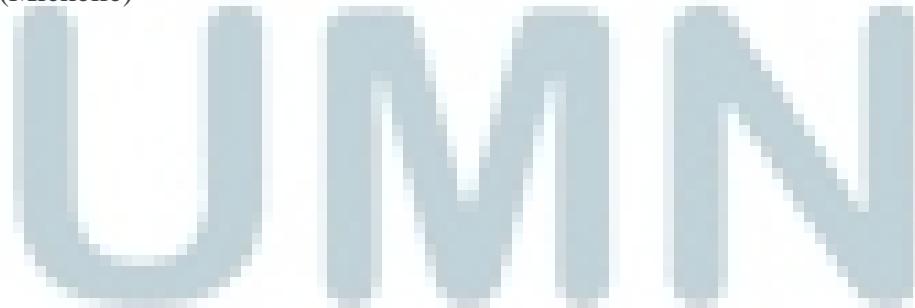
## **HALAMAN PERNYATAAN**

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi ini adalah karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat dari karya ilmiah yang ditulis oleh orang lain atau lembaga lain, dan semua karya ilmiah orang lain atau lembaga lain yang dirujuk dalam skripsi ini telah disebutkan sumber kutipannya serta dicantumkan Daftar Pustaka.

Jika di kemudian hari terbukti ditemukan kecurangan/penyimpangan, baik dalam pelaksanaan skripsi maupun dalam penulisan laporan skripsi, saya bersedia menerima konsekuensi dinyatakan **TIDAK LULUS** untuk mata kuliah Skripsi yang telah saya tempuh dan gelar kesarjanaan yang telah saya peroleh siap **DICABUT**.

Tangerang, 26 Juli 2015

(Michelle)

A handwritten signature in black ink, appearing to read "UMN".

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi dengan judul

“Pengaruh Terpaan Video Mini Drama AADC2 di Youtube Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Line Find Alumni”

oleh

Michelle

telah diujikan pada hari Selasa, 04 Agustus 2015, pukul 08.00 – 09.30

dan dinyatakan lulus dengan susunan penguji sebagai berikut:

Ketua Sidang

Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom.

Penguji Ahli

Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si.

Dosen Pembimbing

Mochammad Kresna Noer, S.Sos., M.Si.

Disahkan oleh

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Bherta Sri Eko M., M.Si.

## HALAMAN PERSEMBAHAN



*"Do Your Best,  
And Let God Do The Rest."*

*For my parents who always support me..*

*For my brothers who always annoyed me..*

*For my friends who always cheer me up..*

*And for someone out there who always by my side ☺*

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan karunia-Nya, sehingga peneliti mampu menyelesaikan Skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Video Mini Drama AADC2 di Youtube Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Line Find Alumni” dengan baik.

Dalam proses penelitian hingga penyusunan Skripsi ini, terdapat beberapa pihak yang senantiasa memberikan dukungan, arahan, doa serta waktu untuk membantu peneliti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini peneliti ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Universitas Multimedia Nusantara, kampus tercinta yang telah menjadi sumber inspirasi dan ilmu pengetahuan selama menempuh pendidikan di Fakultas Ilmu Komunikasi.
2. Mochammad Kresna Noer, S.Sos.,M.Si., selaku pembimbing penelitian yang telah memberikan arahan, masukan, saran dan meluangkan waktunya serta memberikan semangat kepada peneliti selama proses pembuatan skripsi ini.
3. Kartika Aryani Harijono, M.I.Kom., dan Inco Harry Perdana, S.I.Kom., M.Si., selaku ketua siding dan penguji ahli yang memberikan masukan serta saran berharga untuk perbaikan skripsi.
4. Dr. Bertha Sri Eko M., M.Si selaku ketua program studi Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara.

5. Papi, mami, koko dan adek yang telah mendukung dalam doa, senantiasa mendampingi, dan memberikan dukungan moral, serta finansial sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan lancar.
6. Ervina, Cyntia, Okty dan teman-teman dari Fortune 9, Keluarga kedua yang selalu menemani mulai dari awal perkuliahan hingga sekarang yang selalu mendukung dan memberikan semangat dan berjuang bersama selama proses penyusunan laporan skripsi.
7. Sahabat terkasih terutama Ayu, Jessica Hayadi, Jonathan Emmanuel, Ody, Willian, Thomas, Daniel, Karis, Tika dan Liani, teman berbagi susah, senang dan sedih dalam menyelesaikan skripsi.

Peneliti menyadari bahwa dalam penulisan Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu peneliti dengan senang hati dan terbuka menerima kritik dan saran yang membangun demi penyempurnaan Skripsi ini. Peneliti berharap skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca, terutama mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Multimedia Nusantara serta penelitian yang selanjutnya.

Tangerang, 26 Juli 2015

Michelle

## “PERNGARUH TERPAAN VIDEO MINI DRAMA AADC2 TERHADAP BRAND AWARENESS APLIKASI LINE FIND ALUMNI”

### ABSTRAK

Oleh : Michelle  
11140110155

Semakin berkembangnya penggunaan *smartphone* di Indonesia membuat para penyedia jasa telekomunikasi berlomba-lomba untuk menyediakan berbagai macam aplikasi guna menunjang kumudahan berkomunikasi bagi para penggunanya. Tidak terkecuali line. Line merupakan salah satu aplikasi *instant messaging* yang banyak digemari oleh penduduk Indonesia merupakan salah satu pelopor dari *instant messaging* berstiker. Salah satu inovasi terbaru dari line adalah aplikasi Line Find Alumni.

Sebagai sebuah aplikasi yang baru, maka diperlukan sebuah pengenalan merek agar dapat dikenal oleh para penggunanya dan khalayak luas. Untuk itulah pihak line mengeluarkan sebuah mini drama yang ditonton melalui media youtube sebagai salah satu strategi untuk membangun *brand awareness* aplikasi tersebut.

Berdasarkan latarbelakang di atas, maka penulis tertarik untuk meneliti kegiatan tersebut, sehingga penelitian ini diberi judul “Pengaruh Terpaan Video Mini Drama AADC2 di Youtube Terhadap *Brand Awareness* Aplikasi Line Find Alumni”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh terpaan video mini drama AADC2 di youtube terhadap *brand awareness* aplikasi line find alumni. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif, dengan menggunakan paradigma positivistik, dan jenis penelitian eksplanatif. Instrument utama dalam pengumpulan data adalah kuisioner dan analisis data kuisioner menggunakan skala Likert, terdapat 399 responden dalam penelitian ini.

Hasil penelitian yang didapatkan menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang cukup kuat antara terpaan video mini drama AADC2 di youtube dengan *brand awareness* aplikasi line find alumni sebesar 0,442 dimana *brand awareness* aplikasi line find alumni dipengaruhi oleh terpaan video mini drama AADC2 di youtube sebesar 19,5% dan sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain.

Kata Kunci: AADC 2, *Brand Awareness*, Drama, Find Alumni, Komunikasi Massa, Line Mini Drama, Terpaan.

# **THE INFLUENCE OF AADC2 MINI DRAMA VIDEOS ON YOUTUBE TOWARD BRAND AWARENESS OF LINE FIND ALUMNI APPLICATION**

## **ABSTRACT**

By : Michelle

The rapid growth of smartphone usage in Indonesia affect the telecommunications' providers in serving all kind of applications in order to ease the communication process among their users, including LINE. LINE is one of the instant messaging applications which is popular in Indonesia and the pioneer of sticker usage in it. One of the newest innovation by LINE is an application called "Line Find Alumni".

Since it is a new application, brand awareness is crucial. To develop brand awareness among its users, LINE launched a mini drama on YouTube.

In accordance to the background provided above, the researcher decided to start a study, "THE INFLUENCE OF AADC2 MINI DRAMA VIDEOS TOWARD BRAND AWARENESS OF LINE FIND ALUMNI APPLICATION", to find whether there is an influence of AADC2 mini drama videos in YouTube towards the brand awareness of Find Alumni application. This study employs quantitative explanatory approach along with positivistic paradigm. Questionnaire is the primary instrument to gather the data and Likert-scale will be implemented for the analysis process. There are 399 respondents in this study.

The result of this study shows that there is a positive relationship of between AADC2 mini drama videos with Line Find Alumni application with 19, 5% influence among other factors.

**Keywords:** *AADC 2, Brand Awareness, Drama, Exposure, Find Alumni, Line Mini Drama, Mass Communications,*

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PERNYATAAN .....	ii
HALAMAN PERSETUJUAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	iv
KATA PENGANTAR .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GRAFIK.....	xiv
DAFTAR BAGAN .....	xv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
1.1.Latar Belakang .....	1
1.2.Perumusan Masalah .....	9
1.3.Batasan / Fokus Penelitian .....	10
1.4.Tujuan Penelitian .....	10
1.5.Manfaat Penelitian .....	
1.5.1.Manfaat Akademis .....	10
1.5.2 Manfaat Praktis .....	11
<b>BAB II KERANGKA TEORI</b>	
2.1 Penelitian Terdahulu .....	12
2.2 Teori S-O-R.....	15

2.3 Komunikasi Massa .....	
2.3.1 Definisi Komunikasi Massa .....	18
2.3.2 Terpaan Tayangan .....	24
2.3.3 <i>Direct Rating Method</i> .....	25
2.3.4 Video .....	31
2.3.5 <i>Mini Drama</i> .....	32
2.3.6 <i>New Media</i> dan Internet .....	35
2.3.7 Youtube .....	37
2.4 <i>Brand Awareness</i> .....	40
2.5 Hipotesis Teoritis .....	44
2.6 Kerangka Teoritis .....	45
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....</b>	
3.1 Sifat Penelitian .....	48
3.2 Metode Penelitian.....	49
3.3 Populasi dan Sampel .....	
3.3.1 Populasi .....	50
3.3.2 Sampel.....	51
3.4 Operasionalisasi Konsep .....	54
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	
3.5.1 Data Primer .....	59
3.5.2 Data Sekunder .....	60
3.6 Teknik Pengukuran Data.....	
3.6.1 Uji Validitas .....	61

3.6.2 Uji Reliabilitas .....	67
3.6.3 Uji Normalitas .....	68
3.7 Teknik Analisis .....	
3.7.1 Uji Koefisien Korelasi.....	70
3.7.2 Uji Regresi Linier.....	71
<b>BABI IV ANALISIS DAN HASIL PENELITIAN</b>	
4.1 Subjek/Objek Penelitian.....	73
4.2 Hasil Penelitian .....	78
4.3 Pembahasan.....	118
<b>BABI V KESIMPULAN DAN SARAN</b>	
5.1 Simpulan .....	123
5.2 Saran.....	
5.2.1 Saran Akademis .....	124
5.2.2 Saran Praktis .....	124

## DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

RIWAYAT HIDUP

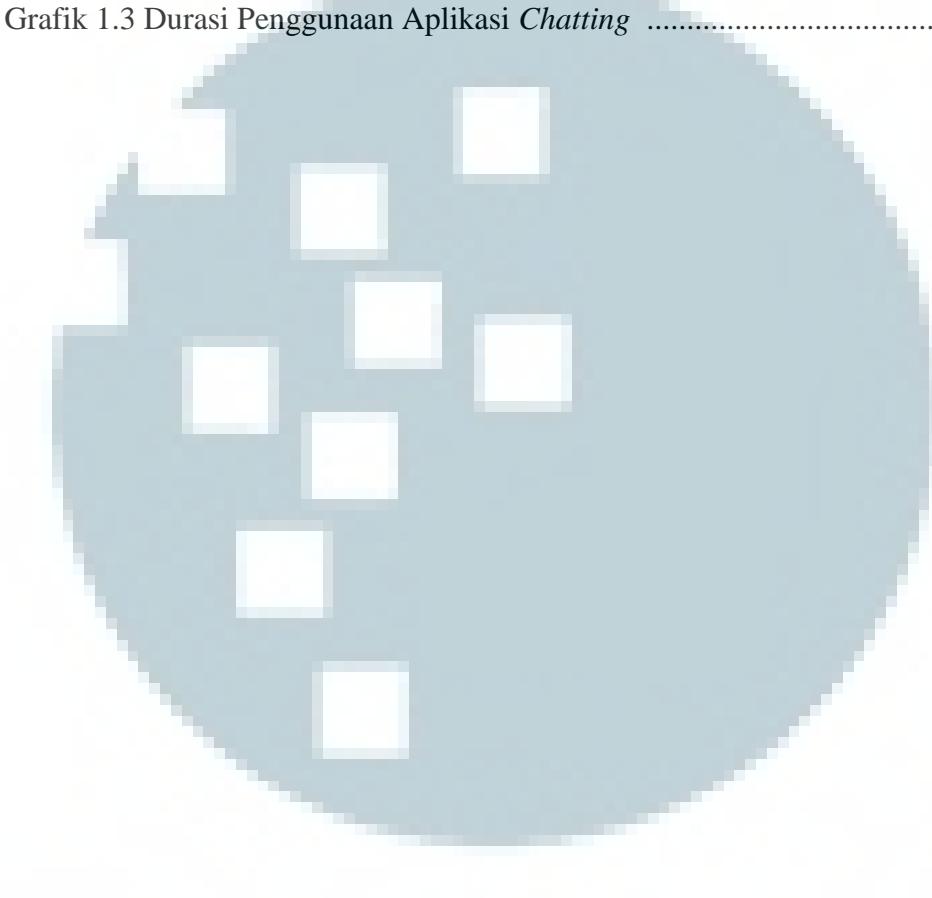
## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	14
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep .....	56
Tabel 3.2 Skala Likert .....	61
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X .....	63
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y .....	65
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas Terpaan Video Mini Drama AADC2 .....	68
Tabel 3.6 Uji Reliabilitas <i>Brand Awareness</i> .....	68
Tabel 3.7 Uji Normalitas Variabel X .....	69
Tabel 3.8 Uji Normalitas Variabel Y .....	70
Tabel 4.1 Pertanyaan 1 .....	78
Tabel 4.2 Pertanyaan 2 .....	79
Tabel 4.3 Pertanyaan 3 .....	79
Tabel 4.4 Pertanyaan 4 .....	80
Tabel 4.5 Pertanyaan 5 .....	81
Tabel 4.6 Pertanyaan 6 .....	81
Tabel 4.7 Video Terpaan 1 .....	83
Tabel 4.8 Video Terpaan 2 .....	84
Tabel 4.9 Video Terpaan 3 .....	85
Tabel 4.10 Video Terpaan 4 .....	86
Tabel 4.11 Video Terpaan 5 .....	87
Tabel 4.12 Video Terpaan 6 .....	88
Tabel 4.13 Video Terpaan 7 .....	89
Tabel 4.14 Video Terpaan 8 .....	90

Tabel 4.15 Video Terpaan 9 .....	91
Tabel 4.16 Video Terpaan 10 .....	92
Tabel 4.17 Video Terpaan 11 .....	93
Tabel 4.18 Video Terpaan 12 .....	94
Tabel 4.19 Video Terpaan 13 .....	95
Tabel 4.20 Video Terpaan 14 .....	96
Tabel 4.21 Video Terpaan 15 .....	97
Tabel 4.22 Video Terpaan 16 .....	98
Tabel 4.23 <i>Brand Awareness</i> 1 .....	99
Tabel 4.24 <i>Brand Awareness</i> 2 .....	100
Tabel 4.25 <i>Brand Awareness</i> 3 .....	101
Tabel 4.26 <i>Brand Awareness</i> 4 .....	102
Tabel 4.27 <i>Brand Awareness</i> 5 .....	103
Tabel 4.28 <i>Brand Awareness</i> 6 .....	104
Tabel 4.29 <i>Brand Awareness</i> 7 .....	105
Tabel 4.30 <i>Brand Awareness</i> 8 .....	106
Tabel 4.31 <i>Brand Awareness</i> 9 .....	107
Tabel 4.32 <i>Brand Awareness</i> 10 .....	108
Tabel 4.33 <i>Brand Awareness</i> 11 .....	109
Tabel 4.34 <i>Brand Awareness</i> 12 .....	110
Tabel 4.35 Uji Koefisien Korelasi .....	112
Tabel 4.36 Uji Koefisien Determinasi .....	114
Tabel 4.37 Uji Statistik F .....	115
Tabel 4.38 Uji Statistik T .....	116

## **DAFTAR GRAFIK**

Grafik 1.1 Survey Netizen 2014.....	1
Grafik 1.2 Pertumbuhan Pengguna <i>Smartphone</i> di Indonesia .....	3
Grafik 1.3 Durasi Penggunaan Aplikasi <i>Chatting</i> .....	4



Universitas  
Muhammadiyah  
Nusa Tenggara

## DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Piramida <i>Brand Awareness</i> .....	43
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran .....	47



UMN

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Cuplikan Mini Drama AADC 2014 .....	8
Gambar 2.1 Video Youtube .....	38
Gambar 4.1 Logo Line .....	73
Gambar 4.2 Aplikasi-Aplikasi Line .....	74
Gambar 4.3 Cuplikan Mini Drama Line AADC2 .....	75
Gambar 4.4 Logo Aplikasi Line <i>Find Alumni</i> .....	76

UMN