

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Gambaran Umum Objek Penelitian

Web series “SORE-Istri Dari Masa Depan” merupakan *web series* produksi dari Tropicana Slim. *Web series* ini dimanfaatkan oleh Tropicana Slim sebagai sarana untuk memperkenalkan produk terbarunya yaitu Tropicana Slim Stevia sekaligus mengkampanyekan gaya hidup sehat melalui media digital. *Web series* berjudul “SORE-Istri Dari Masa Depan” ini dibintangi oleh Tika Bravani (sebagai Sore) dan Dion Wiyoko (sebagai Jonathan), yang merupakan *brand ambassador* Tropicana Slim.



Gambar 1.1 Poster *web series* SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: www.tropicanaslim.com (diakses 16 September 2017 pukul 16:06)

Web series ini mengambil adegan syuting di Italia dan disutradarai oleh Yandy Laurens yang juga penulis cerita. Memanfaatkan *seasonal marketing* di hari kasih sayang *Valentine*, *web series* ini tayang di kanal resmi YouTube Tropicana Slim sejak Februari 2017. Terdapat sembilan episode dengan rata-rata durasi 12 menit per episodanya yang diunggah setiap hari Rabu. Produk yang ingin diperkenalkan sendiri yaitu Tropicana Slim Stevia baru muncul di akhir episode dan dikemas menarik sehingga penonton tidak merasa begitu terganggu saat menonton sembilan episode *web series* ini. Dengan pesan merek yang sengaja dibuat begitu implisit, Tropicana Slim berharap pendekatan seperti ini (membuat *web series*) dapat menciptakan *emotional value* antara *brand* dengan anak muda yang menjadi target audiensnya (marketeers.com diakses 16 September 2017 pukul 16:14).

Web series “SORE-Istri Dari Masa Depan” menceritakan cerita cinta Jonathan (Dion Wiyoko) yang tiba-tiba dikunjungi oleh istri dari masa depannya Sore (Tika Bravani). Mengisahkan tentang Sore yang ingin mengubah kebiasaan tidak sehat Jonathan seperti merokok, sering begadang, makan *junk food*, minum alkohol, dan kemudian Sore mengajak Jonathan mulai menjalankan gaya hidup sehat. Berikut merupakan inti cerita disetiap episodenya:



Gambar 1.2 Episode 1 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:19)

Episode 1: menceritakan tentang Jonathan yang tinggal di Italia. Ia mempunyai teman bernama Carlo. Di pagi hari terlihat sosok wanita yang berada di kamar Jonathan dan sedang membereskan kamar, serta membuang rokok dan alkohol yang dimiliki Jonathan. Kemudian ketika Jonathan bangun tidur, ia sangat kaget karena ada sosok wanita yang tidur di sampingnya. Wanita tersebut bangun dan mengaku sebagai istri dari masa depan Jonathan bernama Sore.



Gambar 1.3 Episode 2 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:22)

Episode 2: menceritakan Sore mengikuti kemana pun Jonathan pergi. Ketika mereka makan berdua di restaurant, Jo memesan Steak namun dilarang oleh Sore, dan Sore memesan Salad untuk Jo. Jo mulai memberikan pertanyaan-pertanyaan tentang hal pribadi untuk memastika bahwa Sore benar istri dari masa depannya. Sampai akhirnya Sore mengungkap hal-hal privat tentang Jonathan yang tidak lazim bisa diketahui oleh Sore yang baru saja kenal.



Gambar 1.4 Episode 3 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:26)

Episode 3: menceritakan tentang Sore yang mulai banyak cerita kehidupannya di masa depan kepada Jo seperti mereka mempunyai anak bernama Fajar. Mereka mulai banyak melakukan aktivias bersama. Ketika malam hari, Sore melihat Jonathan sedang bekerja, kemudian Sore menyarankan mulai sekarang Jo bekerja di pagi hari saja demi kesehatannya dan tidak lupa sebelum tidur, Sore menyuruh Jo untuk menyikat gigi.



Gambar 1.5 Episode 4 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:28)

Episode 4: menceritakan Sore yang mulai mengajak Jonathan menjalankan gaya hidup sehat seperti lari dan makan makanan sehat seperti salad setiap harinya. Setelah selesai makan, Sore meminta Jonathan untuk menemaninya melihat sunset, sesampainya dibukit tempat melihat sunset, tak lama kemudian datanglah Carlo bersama Elsa yang merupakan pacar dari Jonathan pada masa saat itu. Elsa meminta Jo meninggalkan Sore yang mengaku sebagai istri masa depan Jonathan.



Gambar 1.6 Episode 5 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:32)

Episode 5: menceritakan Jonathan akhirnya meninggalkan Sore dibukit tersebut dan memilih pergi bersama Carlo dan Elsa. Namun saat itu Jo mengingat kenangannya bersama Sore ketika tali sepatunya lepas karena saat bersama Sore, saat tali sepatu Jo lepas Sore membantu mengikatnya. Akhirnya Jonathan kembali menyusul Sore yang masih menunggunya dibukit dan mereka mulai berbicara satu sama lain sembari menikmati sunset.



Gambar 1.7 Episode 6 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:35)

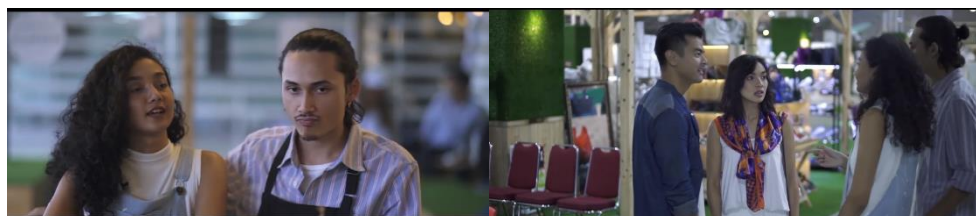
Episode 6: menceritakan suatu malam Sore marah saat melihat Jo begadang mengerjakan sesuatu didepan laptopnya. Saat Jo kebelakang, Sore mulai melakukan sesuatu pada laptop Jo. Ketika Jonatahan kembali dan melihat laptopnya ternyata semua file kerja Jonathan dihapus oleh Sore. Jonathan kemudian marah karena Sore sering mengatur hidupnya seperti harus makan apa dan tidur jam berapa. Sore pun menjelaskan bahwa dimasa depan, Jo akan meninggal lebih dulu, dan meninggalkan Sore serta anaknya karena kebiasaan tidak sehatnya yang dijalani Jonathan.



Gambar 1.8 Episode 7 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:40)

Episode 7: menceritakan Jonathan yang mengetahui bahwa dirinya akan meninggal dimasa depan meminta maaf pada Sore. Ia sadar apa yang dilakukan Sore kepadanya selama ini adalah untuk membuat Jo tetap hidup dengan mengajaknya menjalankan gaya hidup sehat. Ketika Jo terbangun di pagi hari, Sore sudah tidak ada disampingnya lagi. Jo mulai memikirkan semua hal yang dialaminya bersama Sore selama ini. Akhirnya ia memutuskan untuk pulang ke Jakarta menemui Sore.





Gambar 1.9 Episode 8 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:43)

Episode 8: menceritakan Jonathan yang sesampainya di Jakarta mulai mencari keberadaan Sore. Jo pun menemui temannya Benny yang sedang bersama pacarnya Gina di *Coffee Shop*. Ketika mereka bertiga berkeliling di bazar dekat Coffe Shop milik Benny, Jo melihat Sore yang ternyata adalah kakak dari Gina. Jo mulai berkenalan dan mengobrol lebih dekat dengan Sore. Sore pun mulai bingung kenapa Jo mengetahui semua hal pribadi tentang dirinya. Jo pun berkata pada Sore bahwa ia adalah suami Sore dari masa depan.



Gambar 1.10 Episode 9 SORE-Istri Dari Masa Depan

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (diakses 7 November 2017 pukul 18:48)

Episode 9: menceritakan Jonathan dan Sore yang semakin dekat dan mulai berpacaran. Dua tahun kemudian Jo berniat melamar Sore, namun ketika hendak mengeluarkan cincin yang akan diberikan pada Sore, cincin tersebut jatuh tepat dibawah Sore. Dengan kejadian tersebut, Sore mengetahui bahwa saat itu Jo ingin melamarnya. Tanpa ditanya terlebih dahulu oleh Jo, Sore memasang sendiri cincin tersebut di jari manisnya. Mereka berdua pun tertawa bahagia.

1.2 Latar Belakang Penelitian

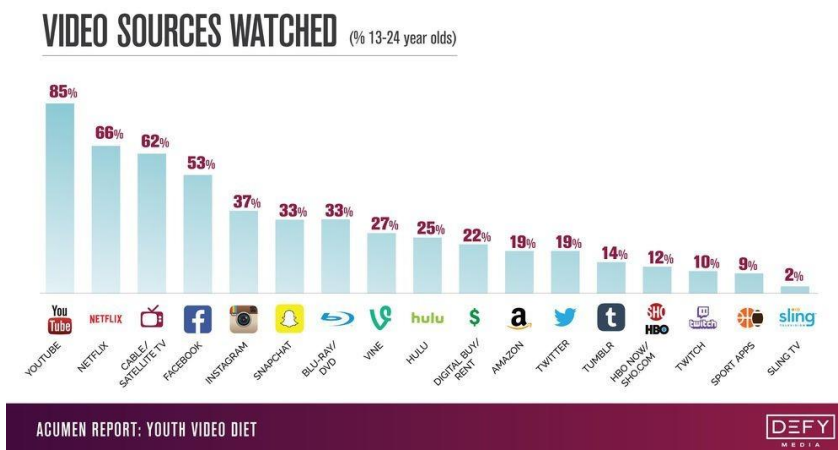
Pada era globalisasi saat ini, berbagai perkembangan yang terjadi memang menunjukkan kemajuan yang luar biasa, salah satunya dalam bidang teknologi. Salah satu perkembangan teknologi yang berjalan sangat pesat ialah internet. Sekarang internet sudah menjadi kebutuhan utama bagi setiap orang sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi. Perkembangan internet di Indonesia menjadi sangat pesat didukung dengan kemudahan akses yang sekarang ini sudah bisa diakses melalui smartphone sehingga pengguna internet dapat lebih mudah mengakses informasi dimanapun, kapanpun dan dengan cara apapun.



Gambar 1.11 Jumlah Pengguna Internet di Indonesia

Sumber: id.techinasia.com (diakses pada 15 September 2017 pukul 15:35)

Menurut data yang diperoleh dari We Are Social pada awal tahun 2017 jumlah pengguna internet di Indonesia mencapai 132,7 juta pengguna, naik sebesar 51 persen dari tahun 2016. Perkembangan internet di Indonesia ini diperkirakan akan terus meningkat tahun demi tahun. Perkembangan internet yang sangat pesat di Indonesia mempengaruhi berbagai aspek lain dari pengguna internet terutama media sosial. YouTube merupakan salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video dimana para penggunanya dapat mengunggah, menonton dan berbagi video. Di era yang serba digital kini, nyaris segalanya dapat dilakukan melalui perangkat, baik itu perangkat *desktop* ataupun *mobile*. Mengakses video juga dapat dilakukan di manapun, dan kapanpun. Anda dapat *streaming* secara *live* ataupun menyaksikan rekamannya melalui perangkat Anda. Kini dengan banyaknya pengguna internet yang mengakses layanan penyedia video seperti YouTube



Gambar 1.12 Grafik Konsumsi Video (usia 13-24 tahun)

Sumber: teknologi.metrotvnews.com (diakses 15 September 2017 pukul 17:17)

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan entertainment digital Defy Media, 85 persen responden menyebutkan bahwa YouTube merupakan *platform* utama yang mereka gunakan untuk menonton video. Netflix berada di posisi kedua dengan pangsa 66 persen. TV berada di posisi ketiga dengan pangsa 62 persen dan posisi keempat diduduki oleh Facebook dengan pangsa 53 persen. Menurut data dari Google Indonesia, sebanyak 23 persen pengakses YouTube adalah dari perangkat *smartphone* yang rata-rata menonton video selama 30 menit atau lebih. Sebanyak 43 persennya mengakses YouTube selama 15 menit atau lebih (tekno.kompas.com diakses 16 September 2017 pukul 13:31).






Banyaknya pengakses YouTube di Indonesia dijadikan sebagai peluang bisnis, dimana para *marketer* memanfaatkan situs web berbagi video ini sebagai sarana mempromosikan produknya. YouTube dijadikan sebagai pilihan yang tepat bagi merek untuk menjangkau audiens berbagai usia. Selain dapat menjangkau audiens melalui YouTube, para marketer juga perlu melakukannya dengan cara menarik dan memikat. Misalnya melalui *Web series*. *Web series* sendiri adalah cerita serial yang menggunakan internet sebagai medium penyebarannya (salah satunya **YouTube**). Mirip dengan acara serial atau seri di televisi, hanya saja *web series* ini tayang lewat *web* atau internet dan berdurasi lebih singkat (www.muvida.com diakses 16 September 2017 pukul 14:03). Pemanfaatan *web series* di Indonesia sudah mulai berkembang pesat.






Membuat *web series*, kini mulai dilakukan oleh banyak merek dalam menciptakan *content marketing*. Kemampuan *shareability* sebuah konten video yang disebar di YouTube menjadi salah satu alasan. Munculnya *web series* tidak hanya juga membangun komunitas, tapi juga banyak juga perusahaan-perusahaan yang mulai membuat strategi kreatif iklannya ke dalam format *web series* ini. Komunikasi yang mulai menyasar anak muda pun tidak sebatas iklan-iklan televisi. Menyadari bahwa generasi muda, terbilang jarang menonton televisi di rumah. Kehadiran *gadget* membuat mereka menonton konten hiburan di media digital, baik itu media sosial maupun YouTube. Sehingga banyak merek memanfaatkan *web series* ini sebagai sarana untuk promosi dan dikemas dengan cerita yang menarik. Berikut beberapa *web series* di Indonesia yang menarik perhatian yaitu Line Story: Nic dan Mar (2015), Axelerate The Series (2016), Filosofi Kopi The Series: Ben & Jody (2017), 1001 Inspirasi Ramadhan - Jelang Buka (2017) dan “SORE-Istri Dari Masa Depan” (2017).

Di tahun 2017 ini, *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” adalah salah satu *web series* yang menarik, karena *web series* ini dikemas tidak hanya untuk beriklan namun juga menghadirkan cerita yang bagus dengan pesan yang inspiratif bagi penontonnya. Tujuan dari pembuatan *web series* ini adalah untuk memperkenalkan produk terbaru mereka yaitu Tropicana Slim Stevia, namun bisa dilihat di *web series* tersebut produk Tropicana Slim Stevia baru muncul di akhir episode, sehingga penonton tidak merasa begitu terganggu saat menonton sembilan episode *web series* ini. Dapat disimpulkan bahwa *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” lebih fokus pada pesan dari cerita yang ingin disampaikan pada penontonnya. Oleh karena itu, penulis menjadikan *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” sebagai objek penelitian.

Tabel 1.1 Data Web Series “SORE-Istri Dari Masa Depan”

No	Video	Jumlah Penonton	Jumlah Penyuka	Jumlah Komentar
1.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Teaser</p>	1.095.998	1.433	56

2.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Teaser 2</p>	2.282.464	2.535	177
3.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 1</p>	1.608.251	23.703	1.991
4.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 2</p>	1.002.927	13.020	850
5.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 3</p>	984.609	13.020	1.138
6.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 4</p>	935.498	12.083	971

7.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 5</p>	896.882	12.669	927
8.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 6</p>	905.792	13.936	1.235
9.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 7</p>	848.181	10.523	1.228
10.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 8 (FINAL)</p>	932.702	19.334	3.981
11.	 <p>SORE-Istri Dari Masa Depan Episode 9 (Special Episode)</p>	1.220.895	28.951	4.912

Sumber: YouTube Channel Tropicana Slim (olahan penulis diakses 7 November 2017 pukul 17:19)

Dapat dilihat dari tabel diatas, *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” ini banyak menarik perhatian para audiens dari awal dirilis hingga episode terakhir, mulai dari banyaknya jumlah penonton, jumlah penyuka dan juga banyaknya jumlah komentar positif yang diberikan dalam *web series* ini. Selain dilihat dari jumlah penontonnya, *web series* yang dibintangi oleh Tika Bravani (sebagai Sore) dan Dion Wiyoko (sebagai Jonathan) ini mengangkat pesan yang menarik yaitu mengkampanyekan gaya hidup sehat bagi anak muda. Noviana Halim selaku Brand Manager Tropicana Slim mengatakan lewat *web series* “SORE: Istri dari Masa Depan” tidak hanya mengangkat romantisme saja, namun diharapkan bisa menginspirasi masyarakat untuk mewujudkan rasa sayang terhadap keluarga dan orang terdekat dengan mengajak mereka menjalankan pola hidup sehat bersama-sama (www.gadis.co.id diakses 16 September 2017 pukul 17:04).

Web series ini dibuat karena fenomena gaya hidup tak sehat dari masyarakat Indonesia lantaran aktivitas yang kian padat, kebiasaan malas bergerak akibat pengaruh digital, juga kebiasaan buruk seperti merokok, makan-makanan tidak sehat (*junk food*), minum alkohol dan kebiasaan begadang yang membuat penyakit diabetes di negeri ini mulai menjangkit usia muda. Alasan itulah yang membuat Tropicana Slim mulai mengomunikasikan pentingnya gula nol kalori kepada kalangan muda dengan cara menampilkan sosok anak muda yaitu dengan dibintangi oleh artis dan aktor ternama Indonesia yaitu Dion Wiyoko dan Tika Bravani sebagai tokoh utamanya. Cara Tropicana Slim mengkomunikasikan pesan mereknya ditujukan untuk memberikan pengaruh pada sikap penonton untuk mulai menjalani gaya hidup sehat sejak usia muda. Dengan pesan merek yang sengaja dibuat begitu implisit, Tropicana Slim berharap pendekatan seperti ini (membuat *web series*) dapat menciptakan *emotional value* antara *brand* dengan anak muda yang menjadi target audiensnya (marketeers.com diakses 16 September 2017 pukul 16:14).

Web series “SORE – Istri Dari Masa Depan” merupakan cerita serial yang tayang lewat internet (yaitu melalui YouTube). Sehingga di dalam menonton *web series* tersebut harus menggunakan internet. Oleh karena itu peneliti akan lebih fokus pada pengguna internet dalam penelitiannya. Menurut hasil survey APJII 2016 menyebutkan bahwa profesi mahasiswa sebagai profesi yang paling banyak menggunakan internet sebesar 89% dibandingkan sektor lain (Survei Statistik

Pengguna Internet Indonesia Berdasarkan Pekerjaan APJII 2016 diakses 7 November 2017 pukul 17.35). Data ini kemudian menjadi acuan peneliti bahwa target *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” adalah anak muda dapat terwakili oleh mahasiswa sebagai pengguna internet terbanyak.

Tabel 1.2 Jumlah Perguruan Tinggi Swasta di Lingkungan KOPERTIS Wilayah IV Menurut Kabupaten / Kota Se Jawa Barat 2015

Kabupaten/Kota	Bentuk					Jumlah/ Total
	Universi tas	Institut	Sekolah Tinggi	Akade mik	Politek nik	
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
Kabupaten						
01. Bogor	1	-	6	6	-	13
02. Sukabumi	-	-	4	1	-	5
03. Cianjur	2	-	-	1	-	3
04. Bandung	2	1	6	2	1	12
05. Garut	1	-	6	3	-	10
06. Tasikmalaya	-	-	3	1	-	4
07. Ciamis	1	-	1	-	-	2
08. Kuningan	2	-	2	1	-	5
09. Cirebon	2	-	6	8	-	16
10. Majalengka	1	-	3	2	-	6
11. Sumedang	-	1	7	1	-	9
12. Indramayu	1	-	3	4	1	9
13. Subang	1	-	5	1	1	8
14. Purwakarta	1	-	6	2	2	11
15. Karawang	1	-	6	1	1	9
16. Bekasi	1	2	8	8	1	20
17. Bandung Barat	-	-	-	3	-	3
Kota						
18. Bogor	1	-	6	6	-	13
19. Sukabumi	1	1	8	1	2	13
20. Bandung	17	3	40	20	9	89

21. Cirebon	2	-	6	4	1	13
22. Bekasi	1	-	17	8	1	27
23. Depok		-	4	3	-	7
24. Cimahi	1	-	5	2	1	9
25. Tasikmalaya	2	-	8	2	1	13
26. Banjar		-	3	-	-	3
Jawa Barat	42	8	169	91	22	332

Sumber: pusdalisbang.jabarprov.go.id diakses 30 September 2017 pukul 12.34)

Menurut data dari Badan Pusat Statistik tahun 2014/2015, Provinsi Jawa Barat merupakan provinsi dengan jumlah perguruan tinggi paling banyak diantara provinsi lain di Indonesia yaitu sebanyak 12 Perguruan Tinggi Negeri dan 332 Perguruan Tinggi Swasta (bps.go.id diakses 7 November 2017 pukul 17:59). Untuk itu peneliti lebih fokus pada Perguruan Tinggi Swasta di provinsi Jawa Barat. Dapat dilihat dari tabel diatas, data dari Badan Pusat Statistik Jawa Barat pada tahun 2015 untuk lingkungan Kopertis Wilayah IV menunjukkan bahwa jumlah Perguruan Tinggi Swasta se-Jawa Barat paling tinggi ada wilayah Bandung dengan jumlah PTS di Kabupaten Bandung sebanyak 12 PTS, di Kabupaten Bandung Barat sebanyak 3 PTS, dan di Kota Bandung sebanyak 89 PTS. Jadi total ada 104 Perguruan Tinggi Swasta di Bandung. Hal ini yang menjadi acuan peneliti untuk lebih fokus terhadap Perguruan Tinggi Swasta di Bandung.

Cara Tropicana Slim mengkomunikasikan pesan mereknya melalui *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” yaitu dengan mengkampanyekan gaya hidup sehat kepada anak muda. Kampanye tersebut sesuai citra merek yang dimiliki Tropicana Slim itu sendiri yaitu perusahaan dengan produk sehat yang menginspirasi konsumennya untuk hidup lebih lama dengan produk bebas gula dan rendah kalori. Diharapkan dengan adanya *web series* ini dapat memberikan kesadaran bagi anak muda untuk mulai menerapkan gaya hidup sehat. Untuk itu, memperhitungkan sikap gaya hidup sehat khalayak terhadap *web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” akan menjadi sangat penting dalam penyampaian pesan kampanye. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini peneliti ingin meneliti lebih lanjut dengan membuat sebuah penelitian dengan judul “Pengaruh Kampanye Pada YouTube *Web Series* Tropicana Slim “SORE-Istri dari Masa Depan” Terhadap Sikap Gaya Hidup Sehat Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta di Kota Bandung”.

1.3 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dikemukakan diatas, maka identifikasi masalah pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kampanye *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung?
2. Seberapa besar pengaruh YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung?
3. Seberapa besar pengaruh kampanye pada YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung?

1.4 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kampanye *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung.
2. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung.
3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh kampanye pada YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung?

1.5 Kegunaan Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang dapat digunakan untuk referensi tinjauan ilmiah di kajian Ilmu Komunikasi khususnya di bidang *Marketing Communication*. Adapun manfaat dari berbagai aspek sebagai berikut:

1.5.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan mahasiswa ilmu komunikasi khususnya konsentrasi *Marketing Communication* mengenai *web series* sebagai alat untuk memasarkan suatu produk yang dapat mempengaruhi sikap, serta dapat dijadikan *literature review* untuk penelitian selanjutnya.

1.5.2 Aspek Praktis

Aspek praktis dari penelitian ini adalah:

1. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan dalam mengetahui bagaimana pengaruh kampanye pada YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung.
2. Menjadi sebuah sarana bagi peneliti untuk menerapkan teori-teori yang telah dipelajari sebelumnya selama kegiatan belajar-mengajar di kampus Universitas Telkom.
3. Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan masukan atau referensi untuk penelitian/studi lanjutan di masa yang akan datang.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan penjelasan secara umum, ringkas, dan padat tentang isi penelitian. Isi bab ini meliputi: objek penelitian, latar belakang penelitian, identifikasi masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian waktu dan periode penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini memuat ringkasan secara jelas, ringkas dan padat tentang hasil tinjauan pustaka terkait dengan topik dan variabel penelitian yang dijadikan dasar/rujukan dalam penyusunan kerangka pemikiran dan perumusan hipotesis penelitian. Isi bab ini meliputi: ringkasan teori, penelitian terdahulu, kerangka pemikiran, hipotesis penelitian dan ruang lingkup penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini menegaskan pendekatan, metode dan teknik yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis data. Isi bab ini meliputi: jenis penelitian, operasionalisasi variabel dan skala pengukuran, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan reliabilitas, dan teknik analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis dengan identifikasi masalah serta tujuan penelitian.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab ini menyajikan kesimpulan dari hasil analisis data dalam kaitannya dengan jawaban pertanyaan penelitian dan saran berupa masukan yang diberikan peneliti berdasarkan hasil penelitian.