

**PENGARUH *WEB SERIES* “YAKIN NIKAH” SEBAGAI  
IKLAN TERHADAP *BRAND AWARENESS* JBL PADA  
*SUBSCRIBER* AKUN YOUTUBE DI KOTA PADANG**

**SKRIPSI**

Diajukan untuk Melengkapi Persyaratan guna Memperoleh  
Gelar Sarjana Strata Satu Jurusan Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas

**Oleh:**

**Titannia Agnessia Putri  
1610863012**

**Pembimbing:**

**Vitania Yulia, S.Sos, M.A  
Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si**



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS ANDALAS  
PADANG  
2022**

## ABSTRAK

### PENGARUH *WEB SERIES* “YAKIN NIKAH” SEBAGAI IKLAN TERHADAP *BRAND AWARENESS* JBL PADA *SUBSCRIBER* AKUN YOUTUBE DI KOTA PADANG

UNIVERSITAS ANDALAS

Oleh:

Titannia Agnessia Putri  
1610863012

Pembimbing:

Vitania Yulia, S.Sos, M.A  
Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si

Penelitian ini berjudul “Pengaruh web series “*Yakin Nikah*” sebagai iklan terhadap *Brand Awareness* pada *Subscriber* Akun Youtube JBL Indonesia di Kota Padang”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *web series* “*Yakin Nikah*” terhadap *brand awareness* JBL. Teori yang menjadi pendukung dalam penelitian ini adalah *web series*, komunikasi pemasaran, *brand awareness*, IMC (*integrated marketing communication*). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, yang bertujuan untuk mengetahui sejauh mana pengaruh *web series* “*Yakin Nikah*” mempengaruhi tingkatan *brand awareness* para penontonnya di Kota Padang. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 161.000 orang dengan penentuan sampel menggunakan rumus slovin sehingga diperoleh sampel sebanyak 100 responden. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Dalam menganalisis data penelitian ini menggunakan editing, coding dan tabulating dengan menggunakan aplikasi SPSS. Hasil penelitian ini diperoleh sebesar 0,665 atau 66,5% yang menunjukkan  $H_0$  memiliki nilai signifikansi maka  $H_0$  ditolak  $H_a$  diterima, yang berarti pengaruhnya kuat. Artinya, terdapat pengaruh *web series* “*Yakin Nikah*” terhadap *brand awareness* JBL pada *subscriber* di Kota Padang.

**Kata Kunci :** *Brand Awareness*, Iklan, JBL, Padang, *Web series*.

## ABSTRACT

### ***THE INFLUENCE OF THE WEB SERIES “YAKIN NIKAH” AS AN ADVERTISEMENT ON JBL BRAND AWARENESS ON JBL INDONESIA YOUTUBE ACCOUNT SUBSCRIBERS IN PADANG CITY***

UNIVERSITAS ANDALAS

By:

**Titannia Agnessia Putri**  
**1610863012**

Supervisor:

**Vitania Yulia, S. Sos, M.A**  
**Annisa Anindya, S.I.Kom, M.Si**

*This research is entitled "The influence of the “Yakin Nikah” web series as an advertisement on Brand Awareness on Youth Subscribers of JBL Indonesia YoutubeAccounts in Padang City". This study aims to determine the effect of the “Yakin Nikah” web series on JBL brand awareness. The theories that support this research are web series, marketing communication, brand awareness, IMC (integrated marketing communication). This study uses a quantitative method, which aims to determine how far the influence of the web series “Yakin Nikah” affects the level of brand awareness of the audience in the city of Padang. The population in this study amounted to 161,000 people with the determination of the sample using the Slovin formula so that a sample of 100 respondents was obtained. Data collection techniques using a questionnaire. In analyzing the research data using editing, coding and tabulating using the SPSS application. The results of this study were obtained by 0.665 or 66.5% which indicated that Ho had a significant value, then Ho was rejected. Ha was accepted, which means the effect is strong. That is, there is an influence of the web series “Yakin Nikah” on JBL brand awareness among teenage subscribers in Padang City.*

**Keywords: Advertising, Brand Awareness, JBL , Padang, Web series**

UNTUK

KEDJAJAAN

BANGSA