FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
BIDANG STUDI MARKETING COMMUNICATION AND ADVERTISING
JIHAN ASSEGAF
44311010025

RESPON MAHASISWA TERHADAP KONTEN TRUE VIEW IN-STREAM ADS DI YOUTUBE
(Survey Terhadap Mahasiswa Universitas Mercu Buana Jurusan Marketing Communication & Advertising Angkatan 2012-2014)

Jumlah Halaman : 91 Isi + 28 Lampiran
Bibliografi : 34 Acuan, Tahun 1988-2012

ABSTRAK

Iklan dipercaya sebagai cara yang paling efektif untuk menjual produk atau jasa,dan idea maka para pemasar berlomba-lomba untuk menciptakan iklan yang kreatif dan menarik untuk mempengaruhi khalayak di antaranya konten true view in-stream ads adalah karena konten tersebut adalah sebuah tempat dimana semua perusahaan produk, jasa, dan idea berlomba-lomba mengiklankan sebuah produk, jasa, dan idea yang mereka miliki. Iklan yang ada disana beragam dan *creative*. Penelitian ini mencoba melihat sejauhmana respon mahasiswa terhadap konten true view in-stream ads di youtube. (survey terhadap mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan Marketing Communication and Advertising angkatan 2012-2014).

Tipe penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif deskriftif. Pengumpulan data diperoleh dengan menggunakan survei terhadap 55 responden mahasiswa Universitas Mercu Buana jurusan *Marketing Communication and Advertising* angkatan 2012-2014. Untuk mendapatkan jumlah responden peneliti menggunakan teknik penarikan sampel *non probality*.

Berdasarkan hasil penelitian ini dapat disampaikan bahwa, hasil nya adalah ada perhatian yang cukup tinggi terhadap konten true view in-stream ads di youtube kepada mahasiswa universitas mercu buana jurusan marcomm and advertising angkatan 2012-2014.

Dari hasil penghitungan akhir Peneliti dapat memberikan kesimpulan, Bahwa konten *true view in-stream ads* ini mempunyai daya tarik yang kuat untuk mempengaruhi mahasiswa.

http://digilib.mercubuana.ac.id/