



Abstrak

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Nasya Sabilah
44319110020

Pemanfaatan Youtube Oleh Tvone Dalam Program Indonesia Lawyers Club
Untuk Meningkatkan Brand Engagement
Bibliografi : 5 Bab 95 Hal + Lampiran + 23 Buku + 9 Internet

Saat ini, perkembangan teknologi informasi semakin berkembang pesat di dunia, termasuk Indonesia. Penggunaan smartphone, laptop, dan komputer tersebut menimbulkan pengaruh dengan kebiasaan menonton televisi masyarakat. Jika dibandingkan dengan zaman dulu, saat ini masyarakat lebih memilih menonton televisi secara streaming atau melalui media sosial. YouTube merupakan salah satu portal website yang menyediakan layanan video sharing. Penggunaan Youtube di Indonesia pun saat ini sudah sangat tinggi. Stasiun TV saat ini membuat akun YouTube untuk menaruh konten-konten atau program acaranya ke YouTube termasuk tvOne yang menaruh programnya ke YouTube yaitu Indonesia Lawyers Club. Penggunaan Youtube pun harus dimanfaatkan dengan baik agar bisa meningkatkan brand engagement dari produk tersebut.

Dalam penelitian ini, penulis meneliti pemanfaatan Youtube untuk meningkatkan brand engagement menggunakan teori New Media menurut Lister tentang karakteristik new media dan juga teori Brand Engagement menurut Paine tentang fase terbentuknya brand engagement.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan metode Deskriptif. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini yaitu paradigm Post Positivism dengan teknik pengumpulan data Primer dan Sekunder. Teknik pengumpulan data secara primer yang dilakukan adalah Wawancara mendalam dengan informan, observasi dan Dokumentasi untuk teknik pengumpulan data secara sekunder.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pemanfaatan Youtube oleh tvOne dalam Program Indonesia Lawyers Club dapat meningkatkan Brand Engagement pada tahun 2020. Dilihat dari segmentasi penonton yang sesuai target dan jumlah views yang terus meningkat tiap tahunnya. Pemanfaatan new media yang tepat melalui karakteristik new media yaitu Digital, Interactivity, Hypertextual dan network. Dapat meningkatkan brand engagement dari program Indonesia Lawyers Club di Youtube.

Kata kunci: *Perubahan Perilaku Konsumen, Media Social, YouTube, New Media, Brand Engagement*



Abstract

Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Marketing Communication & Advertising
Nasya Sabilah
44319110020

Use of Youtube by Tvone in Indonesia Lawyers Club Program to Increase BrandEngagement.

Bibliography : 5 Bab 95 Hal + Lampiran + 23 Buku + 9 Internet

Currently, the development of information technology is growing rapidly in the world, including Indonesia. The use of smartphones, laptops, and computers has an influence with people's television viewing habits. When compared to the past, today people prefer to watch television streaming or through social media. YouTube is one of the portal websites that provide video sharing services. The use of Youtube in Indonesia is now very high. TV stations are currently creating YouTube accounts to put content or programs to YouTube including tvOne which puts its programs into YouTube, namely Indonesia Lawyers Club. The use of Youtube must also be used well in order to increase the brand engagement of the product.

In this study, the authors examined use of Youtube to increase brand engagement using New Media theory according to Lister about the characteristics of new media and also brand engagement theory according to paine about the phase of formation of brand engagement.

The research method used in this research is qualitative with descriptive method. The paradigm used in this study is the Post Positivism paradigm with primary and secondary data collection techniques. The primary data collection techniques used were in-depth interviews with informants, observation and documentation for secondary data collection techniques.

The results showed that the utilization of Youtube by tvOne in the Indonesia Lawyers Club Program can increase Brand Engagement in 2020. Utilization of new media proper through new media characteristics namely Digital, Interactivity, Hypertextual and network. Can increase brand engagement from ILC program on Youtube.

Keywords: Consumer Behavior Conversation, Social Media, YouTube, New Media, Brand Engagement.