

## ABSTRAK

Nama : Syafira Miranda Bakrie  
NIM : 44320010089  
Program Studi : Ilmu Komunikasi / Advertising and Marketing Communication  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Efektivitas Iklan di Youtube Terhadap Keputusan Berlangganan Disney Plus Hotstar  
Pembimbing : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

Pesatnya pertumbuhan penggunaan media sosial di masa sekarang membuat perusahaan memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi pemasaran. Hasil survei We Are Social dan Hootsuite yang diunggah oleh GoodStat, Youtube menempati posisi pertama sebagai platform media sosial dengan pengguna aktif terbanyak pada tahun 2023. Hal ini yang mendorong berbagai perusahaan untuk beriklan di Youtube, salah satunya ialah Disney Plus Hotstar.

Penelitian ini berfokus untuk membahas tentang hubungan efektivitas iklan di Youtube dan hubungannya dengan keputusan berlangganan Disney Plus Hotstar. Tujuan penelitian ini ialah untuk mengukur dan menjelaskan pengaruh efektivitas iklan di Youtube terhadap keputusan berlangganan Disney Plus Hotstar.

Penelitian ini menggunakan teori AISAS (*Attention, Interest, Search Action, and Share*) dan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan adalah survei yang dilakukan pada 100 responden menggunakan teknik *purposive sampling* dari *non-probability sampling*. Populasi penelitian ini ialah pengguna Disney Plus Hotstar di Indonesia yang datanya diambil dari Semrush pada tahun 2023 di mana populasi sejumlah 4,3 Juta pelanggan Disney Plus Hotstar di Indonesia.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh efektivitas iklan di Youtube terhadap keputusan berlangganan Disney Plus Hotstar di mana efektivitas iklan di Youtube memiliki pengaruh sebesar 60,4% terhadap keputusan berlangganan Disney Plus Hotstar dengan sisanya, yaitu sebesar 39,6% merupakan faktor lain yang mempengaruhi keputusan berlangganan Disney Plus Hotstar yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

**Kata Kunci:** Efektivitas Iklan, Youtube, Keputusan Berlangganan, Disney Plus Hotstar

## **ABSTRACT**

Name : Syafira Miranda Bakrie  
NIM : 44320010089  
Study Program : Communication Science / Advertising and Marketing  
Communication  
Title Internship Report : *The Influence of Advertising Effectiveness on  
YouTube on Disney Plus Hotstar Subscription Decisions*  
Counsellor : Kurniawan Prasetyo, S.Ikom, M.Ikom

*The rapid growth of social media usage in the present era has led companies to utilize social media as a means of marketing communication. According to a survey by We Are Social and Hootsuite uploaded by GoodStat, YouTube occupies the top position as the social media platform with the highest number of active users in 2023. This has prompted various companies to advertise on YouTube, one of which is Disney Plus Hotstar.*

*This study focuses on discussing the relationship between the effectiveness of advertising on YouTube and its connection to Disney Plus Hotstar subscribe decision. The aim of this research is to measure and explain the influence of advertising effectiveness on YouTube on the subscribe decision to Disney Plus Hotstar.*

*This research employs the AISAS theory (Attention, Interest, Search Action, and Share) and adopts a quantitative approach. The research method used is a survey conducted on 100 respondents using purposive sampling technique from non-probability sampling. The population of this research is 4,3 million of Disney Plus Hotstar subscribers in Indonesia, with data collected from Semrush in the 2023.*

*The results of this research indicate that there is an influence of advertising effectiveness on YouTube on the subscribe decision to Disney Plus Hotstar, where advertising effectiveness on YouTube has a 60.4% influence on the subscribe decision to Disney Plus Hotstar, with the remaining 39.6% being other factors that influence the subscribe decision to Disney Plus Hotstar that were not examined in this study.*

**Keywords:** *advertising effectiveness, Youtube, subscribe decision, Disney Plus Hotstar*