

ABSTRAK

Web series adalah bentuk tayangan program serial seperti serial televisi, namun distribusinya berbasis internet. Munculnya *web series* membuat banyak perusahaan memulai untuk membuat strategi kreatif iklan ke dalam format *web series*. Salah satu perusahaan yang sudah memulainya adalah Axe dengan salah satu judul *web series* Axe “Kostan:AX/3”. *Web series* dengan total lima *episode* itu diproduksi oleh Axe dengan kemasan yang menarik dan kualitas cerita yang erat dengan kehidupan mahasiswa pada umumnya.

Penelitian ini berusaha untuk menjelaskan hubungan antara menonton *web series* Axe terhadap minat beli. Teori yang digunakan ialah S-R, dengan tayangan *web series* yang di kemas secara menarik bisa menjadi stimulus untuk kemudian timbul respon dari penonton.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memperoleh data dan informasi yang memberikan gambaran tentang adakah hubungan antara menonton *web series* Axe terhadap minat beli produk Axe di kalangan mahasiswa.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kuantitatif korelasional dengan populasi sebanyak 2035 orang. Dari populasi tersebut, dipilih 96 orang sebagai Responden dengan menggunakan teknik *random sampling*. Data yang diperoleh dari hasil jawaban Responden melalui kuesioner dianalisa dengan menggunakan *Rank Spearman*. Berdasarkan hasil analisa didapati bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara menonton *web series* Axe terhadap minat beli produk Axe di kalangan mahasiswa dengan koefisien korelasi sebesar 0,856.

Kata Kunci: Iklan Alternatif, Minat Beli, Teori Stimulus Respon (S-R), *Web Series*

ABSTRACT

Web series is a form of the broadcasting program such as television series but distributed on internet-based. The emergence of *web series* made many companies start to create creative advertising strategies into *web series* format. Axe is one of many companies that has started to make a *web series* called "Kostan:AX/3" as its advertising strategy. With a total of five episodes, the *web series* itself interestingly made with the great story quality that related to student life.

This study aims to explain the correlations between watching Axe's *web series* and buying interest. The theory used in this study is S-R theory, with the *web series* that presented interestingly can be a stimulus to the response from the audience.

The purpose of the study is to obtain data and information that portray the correlations between watching Axe's *web series* and buying interest among students.

In this study, the writer used the quantitative correlation method with a population of 2035 people. From that number of population, 96 people were selected as Respondents using the random sampling technique. The data obtained from Respondents' answers through the questionnaire were analyzed using Spearman's rank. Based on the results of the analysis, the writer found that there are significant positive correlations between watching Axe's *web series* and buying interest of Axe's products among the students with a correlation coefficient of 0,856.

Keywords : Alternative Advertising, Buying Interest, Response Stimuli Theory (S-R), *Web Series*