

Analisis variabel yang berhubungan dengan sikap khalayak terhadap brand dalam brand placement di instagram online comic strip: studi kasus pada akun instagram komik online @maghfirare = analysis of variables related to audiences attitude toward brand from brand placements in instagram online comic strip: case study on instagram online comic strip account @maghfirare

Nurfiana Anasta Putri, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20444960&lokasi=lokal>

---

Abstrak

Penelitian ini membahas brand placements dalam komik strip online Instagram dengan merujuk pada akun Instagram @maghfirare dan variabel- variabel pembentuknya yang berupa: perhatian, penerimaan, referensi, dan etika serta regulasi. Berdasarkan kajian teori lebih lanjut, penelitian ini menguji hubungan antara variabel- variabel tersebut dengan sikap terhadap brand dengan menggunakan uji regresi logistik. Hasil penelitian membuktikan bahwa sikap terhadap brand placements secara keseluruhan memiliki hubungan positif terhadap sikap pada brand, dengan variabel yang memiliki hubungan dengannya berupa variabel penerimaan. Maka, untuk membuat brand placements dalam akun @maghfirare lebih efektif, diperlukan konten promosi yang sangat terintegrasi dengan jalan cerita agar khalayak tidak terganggu dengan apa yang mereka pahami sebagai usaha promosi. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan model yang sama untuk melihat brand placements dalam media baru lainnya.

*This research's focus is the new form of brand placements in Instagram online comic strip and the variables that shaped it, in regard to maghfirare's Instagram account. These variables are attention, acceptance, reference, ethics and regulation. Based on further study, this research used logistic regression to test on the relationship between said variables toward audiences' brand attitude. The result of this research found that audiences' general attitude toward brand placement could influence attitude towards the placed brands positively. Furthermore, brand attitude could be affected by audiences acceptance towards the brand placements. Thus, to make a brand placement in maghfirare's comic strip more effective, it's important to think about the integration between promotion content so that audiences won't be bothered by what they thought as promotion attempt. Further research could test the model for brand placements in other medium, especially those classified as new media.*