

**ANALISIS AISDALSLOVE (ATTENTION, INTEREST,
SEARCH, DESIRE, ACTION, LIKE/DISLIKE, SHARE, AND
LOVE/HATE) PADA VIDEO IM3 OOREDOO
#TERUSKANPERJUANGMU**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana
Komunikasi**



**DIANDRA KUSUMA PUTRI
1181903013**


**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS BAKRIE
JAKARTA
2020**

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : Diandra Kusuma Putri

NIM : 1181903013

Tanda Tangan : 

Tanggal : 25 Februari 2021

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Diandra Kusuma Putri
NIM : 1181903013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Judul Skripsi : Analisis AISDALSLOVE (*Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like/Dislike, Share, And Love/Hate*) pada Video IM3 Ooredoo #TeruskanPerjuangmu

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie

DEWAN PENGUJI

Pembimbing : Dessy Kania, B.A., M.A., Dr.

Penguji : Suharyanti M.S.M

Penguji : Hanny Nurahmawati, M.Ikom



(*Dessy Kania*)
(*Suharyanti*)
(*Hanny Nurahmawati*)

Ditetapkan di : JAKARTA.....

Tanggal : .23.JANUARI.2021....

UNGKAPAN TERIMA KASIH

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial, Universitas Bakrie. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikannya. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

- 1) Dessy Kania, B.A., M.A., Dr atau Miss Dikey selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini dan Dhamarista Intan atau Kak Intan selaku asisten dosen yang selalu sabar dan memberikan masukan;
- 2) Orang tua dan keluarga saya yang telah memberikan bantuan dukungan material dan moral; dan
- 3) Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini. Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, Januari 2021

Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI

Sebagai sivitas akademik Universitas Bakrie, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diandra Kusuma Putri
NIM : 1181903013
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ekonomi dan Ilmu Sosial
Jenis Tugas Akhir : Analisis AISDALSLOVE (*Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like/Dislike, Share, And Love/Hate*) pada Video IM3 Ooredoo #TeruskanPerjuangmu

demikian demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Bakrie **Hak Bebas Royalti Noneksklusif** (*Non-exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

Analisis AISDALSLOVE (*Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like/Dislike, Share, And Love/Hate*) pada Video IM3 Ooredoo #TeruskanPerjuangmu

beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti Noneksklusif ini Universitas Bakrie berhak menyimpan, mengalihmedia/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan tugas akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta untuk kepentingan akademis.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Jakarta

Pada tanggal : 23 Januari 2021

Yang menyatakan,



(Diandra Kusuma Putri)

ANALISIS AISDALSLove (ATTENTION, INTEREST, SEARCH, DESIRE, ACTION, LIKE/DISLIKE, SHARE, AND LOVE/HATE) PADA VIDEO IM3 OOREDOO #TERUSKANPERJUANGMU

Diandra Kusuma Putri

ABSTRAK

Pada awal tahun 2020, Indonesia dilanda pandemi karena munculnya virus yaitu Covid-19. Situasi ini pun memberikan implikasi kedalam berbagai aspek kehidupan dan tidak sedikit masyarakat yang harus berjuang karena terkena dampak. Masyarakat harus menjaga kondisi untuk tetap terus berada di rumah dengan koneksi yang tetap terjaga. Dalam hal ini, IM3 Ooredoo sebagai salah satu penyedia jasa telekomunikasi di Indonesia pun membuat sebuah video yang berjudul “Teruskan PerjuanganMu” sebagai bentuk penyemangat kepada kalangan anak muda melalui media digital yaitu YouTube. Dalam hal ini, analisis penelitian yang digunakan adalah model teori *AISDALSLove* (*Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like, Share, Love*) oleh Wijaya. Metode penelitian yang dilakukan adalah dengan pendekatan kualitatif. Teknik analisis data dengan FGD (*Focus Group Discussion*) kepada 8 orang peserta. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari model *AISDALSLove* ditemukan bahwa para peserta tertarik hingga mencintai video tersebut mulai dari artis, aransemen lagu, konsep video, hingga pesan yang diberikan dalam video tersebut. Namun hal ini menggambarkan bahwa peserta hanya mencapai mencintai kampanye yang dilakukan bukan mencintai brand karena tidak adanya implikasi terhadap pembelian. Pemilihan media yang digunakan yaitu YouTube, merupakan media yang tepat untuk menasar pasar anak muda.

Kata Kunci: *AISDALSLove*, Youtube

STUDI AISDALSLove (ATTENTION, INTEREST, SEARCH, DESIRE, ACTION, LIKE/DISLIKE, SHARE, AND LOVE/HATE) OF VIDEO IM3 OOREDOO #TERUSKANPERJUANGMU

Diandra Kusuma Putri

ABSTRACT

At the beginning of 2020, pandemi emerged in Indonesia due to Coronavirus (Covid-19). The situation has impacted deeply on daily lives and has brought suffering to all. To stay alive, people are encouraged to stay at home and stay connected. During this time, IM3 Ooredoo as one of telecommunication provider in Indonesia created video entitled "Teruskan PerjuanganMu" as a form of encouragement for young adults through digital media, YouTube. The analysis of this research uses the AISDALSLove Theory (Attention, Interest, Search, Desire, Action, Like, Share, Love) by Wijaya. The research method is a qualitative approach. Data analysis techniques with Focus Group Discussion with eight informants. The result showed from AISDALSLove model that the informants are interest until love with the video because of the artist, the song, the video concept until the message that contained in this video. While, thru this research we found that the informants only stand on love phase due to this campaign project and did not give implication to their buying. For their media choices to this campaign, Youtube are the right media if they want to reach a younger segment.

Keywords: *AISDALSLove, Youtube*

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN ORISINALITAS.....	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
UNGKAPAN TERIMA KASIH	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
DAFTAR ISI.....	vii
DAFTAR GAMBAR.....	ix
DAFTAR TABEL.....	x
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian	12
1.4 Kegunaan dan Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoretis	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II KERANGKA PEMIKIRAN	14
2.1 Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya	14
2.2 Tinjauan Teoretis	22
2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	22
2.2.2 <i>Hierarchy of effect Model in Advertising</i>	32
2.3 Kerangka Pemikiran	36
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	38
3.1 Pendekatan Metodologis.....	38
3.2 Objek Penelitian.....	39
3.3 Subjek Penelitian	39
3.4 Sumber Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.4.1 Sumber Data.....	40
3.4.2 Teknik Pengumpulan Data.....	41

3.5	Operasionalisasi Konsep.....	42
3.6	Teknik Analisis Data	45
3.7	Teknik Pengujian Keabsahan Data	47
BAB IV KERANGKA PEMIKIRAN.....		48
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian	48
4.1.1	Profil IM3 Ooredoo.....	48
4.1.2	Gambaran Iklan Youtube: IM3 Ooredoo #TeruskanPerjuanganMu	49
4.1.3	Gambaran Subjek Penelitian.....	53
4.2	Hasil Penelitian	54
4.2.1	<i>Attention</i>	54
4.2.2	<i>Interest</i>	56
4.2.3	<i>Search</i>	57
4.2.4	<i>Desire</i>	59
4.2.5	<i>Action</i>	60
4.2.6	<i>Like/Dislike</i>	62
4.2.7	<i>Share (S)</i>	64
4.2.8	<i>Love</i>	65
4.2.9	<i>Youtube</i>	66
4.3	Pembahasan	68
4.3.1	Iklan Youtube.....	68
4.3.2	Aspek dalam video IM3 Ooredoo	69
4.3.3	Fokus kepada Aktifitas Brand.....	70
BAB V PENUTUP.....		72
5.1	Kesimpulan	72
5.2	Saran	73
5.2.1	Saran Akademis	73
5.2.2	Saran Akademis	73
DAFTAR PUSTAKA		75
LAMPIRAN.....		77

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1. Jumlah Pengguna Internet (%)	4
Gambar 1.2. <i>Top 4 Internet Used</i>	4
Gambar 1.3. <i>Digital Media Penetration</i>	5
Gambar 1.4. Jumlah Pengguna Youtube di Indonesia	6
Gambar 1.5. Telkomsel #DirumahTerusmaju.....	7
Gambar 1.6. XL #BisadiRumah dengan Xtra Unlimited Turbo	7
Gambar 1.7. Axis Bersama #KompakWalauBerjarak	8
Gambar 1.8. Gambar Iklan Indosat #TeruskanPerjuanganmu	9
Gambar 2.1. The Pyramid of Love towards Brand	35
Gambar 2.2. AISDALSLove.....	36
Gambar 2.3. Kerangka Pemikiran.....	37
Gambar 4.1. Logo Indosat Ooredoo dan IM3 Ooredoo	49
Gambar 4.2. Gambar Group Barasuara.....	50
Gambar 4.3. Gambar Penyanyi Ardhito Pramono	50
Gambar 4.4. Gambar Penyanyi Nadin Amizah.....	51
Gambar 4.5. Gambar Video IM3 Ooredoo #TeruskanPerjuanganMu	52
Gambar 4.6. Lirik Bangkit dan Berlari	52
Gambar 4.7. Komentar pada kanal YouTube IM3 Ooredoo.....	53
Gambar 4.8. YouTube & Instagram IM3 Ooredoo.....	58

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1. Tinjauan Pustaka Terkait Dengan Penelitian Sebelumnya 18