

ABSTRAK

Di dalam dunia *marketing* jaman sekarang banyak terjadi perkembangan karena adanya media digital, terutama media sosial. Salah satu contoh, banyaknya perusahaan besar menggunakan media sosial YouTube sebagai media untuk menciptakan *content marketing*. Salah satu perusahaan yang sudah membuat *content marketing* melalui Youtube adalah Tropicana Slim, dalam format *web series* dengan judul “SORE-Istri Dari Masa Depan”. *Web series* merupakan cerita serial berdurasi lebih singkat yang menggunakan internet sebagai medium penyebarannya. *Web series* “SORE-Istri Dari Masa Depan” adalah salah satu *web series* yang mengangkat pesan yang menarik yaitu mengkampanyekan gaya hidup sehat bagi anak muda. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kampanye YouTube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung. Pada penelitian ini melibatkan dua variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen yang pertama adalah kampanye (X1), variabel independen kedua adalah Video YouTube (X2) dan variabel dependen adalah Sikap (Y). Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik analisis data deskriptif dan regresi linier berganda. Pengambilan sampel dengan menggunakan metode *non-probability sampling* sebanyak 100 responden dari tiga perguruan tinggi swasta terbesar di Kota Bandung yaitu Universitas Pasundan, Universitas Telkom dan Universitas Komputer Indonesia. Berdasarkan analisis deskriptif maka didapatkan hasil bahwa tanggapan responden secara keseluruhan berada dalam kategori sangat baik. Artinya dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari kampanye pada youtube *web series* Tropicana Slim “SORE-Istri Dari Masa Depan” terhadap sikap gaya hidup sehat mahasiswa perguruan tinggi swasta di Kota Bandung.

Kata kunci: Kampanye, Video YouTube, *Web Series*, Sikap