

## **ABSTRAK**

Web series pada channel youtube milik Toyota Indonesia merupakan salah satu inovasi periklanan yang dikemas secara berbeda, web series dianggap cara beriklan yang relatif menarik, lebih terstruktur, dan dapat mencapai target pengguna internet. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui motif dan kepuasan audiens menonton Web Series Toyota Indonesia. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan teori *Uses and Gratification* dengan keempat indikator yaitu, hiburan, hubungan antar pribadi, mencari informasi, dan persahabatan. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner kepada responden melalui media online. Populasi dalam penelitian ini adalah pengguna youtube yang menonton web series Toyota Indonesia. Teknik analisis data yang digunakan yaitu analisis deskriptif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar motif dan kepuasan audiens menonton web series channel youtube Toyota Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa motif dan kepuasan tertinggi adalah pada indikator Hiburan, sedangkan yang terendah adalah pada indikator Persahabatan.

**Kata Kunci:** Web Series, Motif dan Kepuasan, Kesenjangan Kepuasan.