

ABSTRAK

Youtube merupakan layanan untuk melihat berbagai video secara gratis yang di upload oleh semua orang. Salah satu fitur yang dimiliki youtube adalah *trueviews in-streams ads*. *trueviews in-streams ads* merupakan fitur yang dimiliki youtube untuk para pelaku usaha menampilkan video iklan sebelum, sesudah, dan diantara video yang dapat di skip setelah 5 detik. Video iklan *trueviews in-streams ads* memiliki 4 komponen yaitu *entertainment*, *credibility*, *informative*, dan *irritation* yang dapat mempengaruhi penonton iklan melewati iklan atau tidak. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh *entertainment*, *credibility*, *informative*, dan *irritation* terhadap sikap konsumen, Selain itu untuk mengetahui apakah ada perbedaan penilaian Antara laki-laki dan perempuan dalam penilaian *entertainment*, *credibility*, *informative*, dan *irritation* dalam *trueviews in-stream* youtube, dan terakhir untuk mengetahui apakah ada perbedaan sikap menonton *trueviews in-streams ads* Antara perempuan dan laki-laki. Kesimpulan pada penelitian ini adalah *entertainment*, *credibility*, *informative*, dan *irritation* memiliki pengaruh terhadap sikap konsumen pada *trueviews in-streams ads*. Terdapat perbedaan penilaian dan sikap Antara perempuan dan laki-laki pada variabel *credibility*, *informative*, dan *irritation*. Tetapi untuk *entertainment* tidak ada perbedaan Antara laki-laki dan perempuan. Sikap menonton *trueviews in-streams ads* ada perbedaan Antara perempuan dan laki-laki

Kata kunci: *entertainment*, *credibility*, *informative*, *irritation*, *trueviews in-streams ads*, sikap konsumen