

DAFTAR PUSTAKA

- Ayawaila, G. R. (2008). *Dokumenter: Dari ide sampai produksi*. FFTV IKJ Press.
- Apaolaza-Ibanez, V., Zander, M., & Hartmann, P. (2010). Memory, emotions and rock'n' roll: The influence of music in advertising, on brand and endorser perception. *African Journal of Business Management*, 4(17), 3805-3816.
- Alqadri, F. B. (2019). *Pesan moral dalam trailer "Keluarga Cemara" (Analisis semiotika Charles Sanders Peirce)* (S1 thesis). Diakses dari Universitas Mercu Buana. Diakses dari <https://repository.mercubuana.ac.id/54408/>
- Belch, G.E. & Belch, M.A. (2004). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective (6th Edition)*. New York: McGraw-Hill Inc.
- Cnn Indonesia. (2022, Februari 27). *Membuka layar lebar lebih untuk film dokumenter*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220226231011-220-764539/membuka-layar-lebih-lebar-untuk-film-dokumenter>
- Cialdini, R. B. (2009). *Influence: Science and practice* (5th ed.). Pearson Education.
- Dyah, A. (2014). *Studi elaboration likelihood model pada selebgram terhadap minat pembelian dalam media sosial Instagram*. Diakses dari Universitas Brawijaya: <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/120814/>
- Effendy, Uchjana. (2000). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Erianti, D. & Athanasius, S. (2019). *Peran brand trust dalam pengaruh kredibilitas selebgram endorser dan perceived value terhadap brand loyalty pada produk kosmetik di semarang*. *JEMAP: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Akuntansi dan Perpajakan*, 2(2), 287-302.
- Fatmalasari, D. (2022, Maret 17). *Obama pandu dokumenter yang bahas taman nasional gunung leuser*. *Cnnindonesia.com*. Diakses dari <https://www.cnnindonesia.com/hiburan/20220316151115-220-772111/obama-pandu-dokumenter-yang-bahas-taman-nasional-gunung-leuser>
- Griffin, E. (2012). *A first look at communication*. New York: McGraw Hill.
- Hermansyah, K. D. (2022). Sejarah Film Dokumenter Awal Di Dunia. *IMAJI: Film, Fotografi, Televisi, & Media Baru*, 13(3), 223-231.
- Hutomo, C. N. (2018). *Pengaruh Trailer terhadap Minat Menonton Film (Studi Kuantitatif Eksperimen pada Trailer Film Target (2018) di YouTube)*. (Doctoral

- dissertation, Universitas Brawijaya). Diakses dari <https://repository.ub.ac.id/id/eprint/164844/>
- Hasya, R. (2023, Februari 10). Jakpat: action dan komedi jadi genre film dan serial yang paling disukai masyarakat indonesia sepanjang 2022. *Goodstats.id*. Diakses dari <https://goodstats.id/article/jakpat-action-dan-komedi-jadi-genre-film-dan-serial-yang-paling-disukai-masyarakat-indonesia-sepanjang-2022-knes5>
- Imaddudin, A. (2022). Barack obama raih emmy awards 2022 narator terbaik dalam dokumenter netflix. *Tempo.co*. Diakses dari : <https://www.tempo.co/teroka/barack-obama-raih-emmy-awards-2022-narator-terbaik-dalam-dokumenter-netflix-295275>
- Kernan, L. (2004). *Coming Attractions: Reading American Movie Trailers*. University of Texas Press.
- Kinnear, Thomas C. and James R. Taylor (1995). *Marketing research: An applied approach*. New York: McGraw Hill.
- Kurniawan, N, F. (2022). *Pengaruh intensitas menonton film pada platform layanan streaming netflix terhadap minat menonton film di bioskop (studi kuantitatif eksplanatif dengan metode survei pada masyarakat umum 18-25 tahun di kabupaten sleman, yogyakarta)*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Diakses dari : <https://e-journal.uaajy.ac.id/27940/>
- Lane, D.C. & Husemann, E. (2004). *Movie marketing strategy formation with system dynamics: towards a multidisciplinary adoption/diffusion theory of cinema-going*. Q-Science (General).
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2011). *Theories of human communication* (10th ed.). Waveland Press.
- Mulyana, D. (2019). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar* (22nd ed.). Remaja Rosdakarya.
- Mooij, d. M. (2005). *Global marketing and advertising, second edition*. London: Sage Publication.
- Natigor, I. (2011). *Analisis pengaruh penayangan movie trailer dan store environtment terhadap recall audience pada bioskop 21 medan*. S1 thesis. Universitas Sumatera Utara.
- Nuzulal, A. (2022). Barack obama raih emmy award 2022 sebagai narator luar biasa. *Metrotvnews.com*. Diakses dari <https://www.metrotvnews.com/play/bD2CZddr-barack-obama-raih-emmy-award-2022-sebagai-narator-luar-biasa>
- O'Keefe, D.J. (2002). *Persuasion: Theory and research*. New Delhi: SAGE.

- Pangaben, A. (2024, Mei 29). Ini data statistik penggunaan media sosial masyarakat indonesia tahun 2024. *Rri.co.id*. Diakses dari <https://www.rri.co.id/ipitek/721570/ini-data-statistik-penggunaan-media-sosial-masyarakat-indonesia-tahun-2024>
- Petty, R. E., & Cacioppo, J.T (1981). Issue involvement on responses to argument quantity and quality: Central and peripheral routes to persuasion. *Advances in Consumer Research*, 8(1), 20-24.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1986). *Communication and Persuasion: Central and Peripheral Routes to Attitude Change*. Springer-Verlag.
- Petty, R. E., & Briñol, P. (2012). *The elaboration likelihood model*. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology*. Sage Publications Ltd.
- Purianti & Liana. (2004). *Metode Penelitian Praktis Kuantitatif Dan Kualitatif*. Jakarta: Publica Press. *Strategi Menaklukan Pasar*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Rossiter, J., & Percy, L. (1997). *Advertising communication & promotion management, second edition*. New York: McGraw Hill.
- Sertoglu, E., Catli, O. (2014). Examining the effect of endorser credibility on the consumer buying intention. *International Review of Management and Marketing*, 4(1), 66-67.
- Soekirno, S. (2023, Juli 2). Kurnia yudha fitranto, film dokumenter adalah aliran darah. *Kompas.id*. Diakses dari [https://www.kompas.id/baca/tokoh/2023/07/01/kurnia-yudha-fitranto-film-doku](https://www.kompas.id/baca/tokoh/2023/07/01/kurnia-yudha-fitranto-film-dokumenter-adalah-aliran-darah)
- Soraya, I. (2015). *Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Portal Media Jakarta Smart City*. *Jurnal Komunikasi*, VI(1). 12.
- Stephanie T, Y., Setyabudi, D., & Pradekso, T. (2021). *Pengaruh Terpaan Youtube serial "Pensi Netflix" dan Persepsi Pemasaran Interaktif di Twitter terhadap Keputusan Pembelian Layanan Subscriptions Video-On-Demand (SVOD)*. (Doctoral dissertation, Faculty of Social and Political Science). Diakses dari <https://eprints2.undip.ac.id/id/eprint/9161/>
- Sukmasari, E. (2019, Agustus 2). Kebangkitan dokumenter dan persaingan di industri streaming. *Cultura.id*. Diakses dari <https://www.cultura.id/kebangkitan-dokumenter-dan-persaingan-di-industri-streaming>
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan E&D*. Bandung: PT Alfabet

Shimp, T. A. (2003). *Perilaku konsumen*. Jakarta: Prenada Media.

Vetrov, D. (2007). *Defining Documentary Film*. New York, LB Tauris.

Wijaya, A. (2023, Desember 21). Riset LSF; Selera penonton indonesia condong genre horor. *Validnews.id*. Diakses dari <https://validnews.id/kultura/riset-lsf-selera-penonton-indonesia-condong-genre-horor>

LAMPIRAN 1 : KUESIONER

Halo teman-teman,

Saya Asa Nadia, mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta. Saat ini, saya sedang melakukan penelitian skripsi saya yang berjudul *"Pengaruh Daya Tarik Narator Barack Obama dalam Trailer Film Dokumenter Our Great National Parks terhadap Minat Menonton Followers Instagram @NetflixID."*

Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana peran narator dalam menarik minat audiens terhadap sebuah film dokumenter. Partisipasi Anda dalam mengisi kuesioner ini sangat berharga bagi penelitian saya.

Seluruh jawaban yang Anda berikan akan dijaga kerahasiaannya dan hanya digunakan untuk kepentingan akademik.

Terima kasih banyak atas waktu dan partisipasinya 🙏

Salam,
Asa Nadia

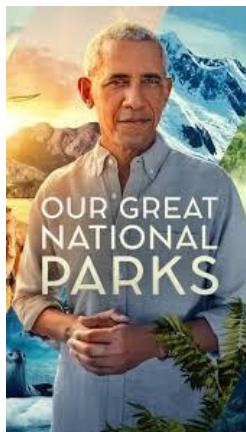
Kuesioner

1. Apakah anda mengikuti akun Instagram @netflixid

- a. Ya
- b. Tidak

2. Apakah anda pernah menonton trailer OGNP di bawah ini?

<https://www.instagram.com/tv/CccdgdhBUlg/?igsh=aXRpb3Z5c3Z5YW5k>



- a. Ya
- b. Tidak

3. Jenis Kelamin

- a. Laki-laki
- b. Perempuan

Berikan tanda (✓) pada pernyataan yang paling menggambarkan diri Anda.

Keterangan:

SS = Sangat Setuju (Skor 5)

S = Setuju (Skor 4)

N = Netral (Skor 3)

TS = Tidak Setuju (Skor 2)

STS = Sangat Tidak Setuju (Skor 1)

Daya Tarik (Variabel X)

No	Pernyataan	Pilihan				
	<i>Route Peripheral (Credibility)</i>	STS	TS	N	S	SS
	<i>Expertise</i>					
1	Saya merasa pemilihan narator dalam trailer OGNP merepresentasikan film tersebut.					
2	Barack Obama merupakan sosok narator yang berkompeten.					
3	Barack Obama merupakan sosok narator yang memiliki pengetahuan dalam mengenai konservasi alam.					
	<i>Trustworthiness</i>					
4	Saya merasa Barack Obama sebagai narator membuat saya tertarik pada film serial OGNP.					
5	Saya merasa reputasi dari narator Barack Obama menjadikan film serial OGNP lebih menarik ditonton.					
	<i>rute perifer (Attractiveness)</i>	STS	TS	N	S	SS
	<i>Likeability</i>					

6	Daya tarik Barack Obama sebagai narator membuat trailer serial OGNP menjadi lebih menarik secara visual					
7	Pengetahuan dan kepribadian narator Barack Obama membuat ingin mendengar lebih banyak tentang serial OGNP					
Route Peripheral (Musik)		STS	TS	N	S	SS
<i>Memory</i>						
8	Musik yang dipilih dalam trailer mendukung penyampaian narator, pesan, tema, judul dan <i>genre</i> film OGNP					
<i>Emotion</i>						
9	Musik yang digunakan dalam trailer serial OGNP membuat saya merasa senang dan menikmatinya.					

Minat Menonton (Variabel Y)

No	Pernyataan	Pilihan				
<i>Intention</i>		STS	TS	N	S	SS
10	Setelah melihat <i>trailer</i> film OGNP saya tertarik mencari informasi lebih jauh tentang film ini.					
11	Saya mendapatkan pengetahuan baru dari trailer serial OGNP					
<i>Recommendation</i>		STS	TS	N	S	SS
12	Setelah melihat trailer serial OGNP saya akan merekomendasikannya kepada teman					
<i>Willingness</i>		STS	TS	N	S	SS
13	Saya akan meluangkan waktu untuk menonton film serial OGNP					

LAMPIRAN 2: PERHITUNGAN VALIDITAS

1. Uji Validitas Variabel Daya Tarik Narator

Correlations											
		DTN_E.1	DTN_E.2	DTN_E.3	DTN_T.1	DTN_T.2	DTN_L.1	DTN_L.2	DTN_M	DTM_Em	Daya Tarik Narator
DTN_E.1	Pearson Correlation	1	,801**	,831**	,727**	,562**	,488**	,453*	,566**	,627**	,811**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,001	,006	,012	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_E.2	Pearson Correlation	,801**	1	,786**	,637**	,568**	,603**	,620**	,623**	,663**	,845**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,001	,000	,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_E.3	Pearson Correlation	,831**	,786**	1	,703**	,656**	,711**	,628**	,564**	,723**	,884**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000	,000	,000	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_T.1	Pearson Correlation	,727**	,637**	,703**	1	,853**	,702**	,524**	,555**	,651**	,858**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000	,000	,003	,001	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_T.2	Pearson Correlation	,562**	,568**	,656**	,853**	1	,844**	,593**	,545**	,629**	,849**
	Sig. (2-tailed)	,001	,001	,000	,000		,000	,001	,002	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_L.1	Pearson Correlation	,488**	,603**	,711**	,702**	,844**	1	,645**	,482**	,612**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,006	,000	,000	,000	,000		,000	,007	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_L.2	Pearson Correlation	,453*	,620**	,628**	,524**	,593**	,645**	1	,438*	,677**	,746**
	Sig. (2-tailed)	,012	,000	,000	,003	,001	,000		,015	,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTN_M	Pearson Correlation	,566**	,623**	,564**	,555**	,545**	,482**	,438*	1	,671**	,745**
	Sig. (2-tailed)	,001	,000	,001	,001	,002	,007	,015		,000	,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
DTM_Em	Pearson Correlation	,627**	,663**	,723**	,651**	,629**	,612**	,677**	,671**	1	,847**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30
Daya Tarik Narator	Pearson Correlation	,811**	,845**	,884**	,858**	,849**	,822**	,746**	,745**	,847**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).
*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

2. Uji Validitas Variabel Minat Menonton

Correlations						
		MM_I.1	MM_I.2	MM_R	MM_W	Minat Menonton
MM_I.1	Pearson Correlation	1	,687**	,848**	,649**	,900**
	Sig. (2-tailed)		,000	,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
MM_I.2	Pearson Correlation	,687**	1	,616**	,627**	,822**
	Sig. (2-tailed)	,000		,000	,000	,000
	N	30	30	30	30	30
MM_R	Pearson Correlation	,848**	,616**	1	,830**	,938**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000		,000	,000
	N	30	30	30	30	30
MM_W	Pearson Correlation	,649**	,627**	,830**	1	,876**
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000		,000
	N	30	30	30	30	30
Minat Menonton	Pearson Correlation	,900**	,822**	,938**	,876**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	,000	,000	,000	
	N	30	30	30	30	30

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 3: PERHITUNGAN UJI RELIABILITAS

1. Uji Reliabilitas Variabel Daya Tarik Narator

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics		
Cronbach's Alpha	N of Items	
,939	9	

Item Statistics			
	Mean	Std. Deviation	N
DTN_E.1	4,33	,758	30
DTN_E.2	4,13	,776	30
DTN_E.3	4,10	,712	30
DTN_T.1	4,13	,730	30
DTN_T.2	3,73	,944	30
DTN_L.1	3,87	,776	30
DTN_L.2	4,30	,702	30
DTN_M	3,90	,885	30
DTM_Em	4,00	,871	30

2. Uji Reliabilitas Variabel Minat Menonton

Case Processing Summary			
		N	%
Cases	Valid	30	100,0
	Excluded ^a	0	,0
	Total	30	100,0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,904	4

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
MM_I.1	4,23	,817	30
MM_I.2	4,27	,868	30
MM_R	3,83	1,053	30
MM_W	3,67	,802	30

LAMPIRAN 4: CROSSTAB dan *Chi-Square*

1. Jenis Kelamin dan Daya Tarik

Crosstabs

Jenis kelamin: * Daya Tarik Narator Crosstabulation						
			Daya Tarik Narator			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis kelamin:	Laki-laki	Count	1	16	47	64
		% within Jenis kelamin:	1.6%	25.0%	73.4%	100.0%
		% of Total	1.0%	16.0%	47.0%	64.0%
	Perempuan	Count	1	10	25	36
		% within Jenis kelamin:	2.8%	27.8%	69.4%	100.0%
		% of Total	1.0%	10.0%	25.0%	36.0%
Total		Count	2	26	72	100
		% within Jenis kelamin:	2.0%	26.0%	72.0%	100.0%
		% of Total	2.0%	26.0%	72.0%	100.0%

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	.290 ^a	2	.865
Likelihood Ratio	.282	2	.868
Linear-by-Linear Association	.248	1	.619
N of Valid Cases	100		
a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is .72.			

2. Jenis Kelamin dan Minat Menonton

☐ Crosstabs

Jenis kelamin: * Minat Menonton Crosstabulation						
			Minat Menonton			Total
			Rendah	Sedang	Tinggi	
Jenis kelamin:	Laki-laki	Count	3	14	47	64
		% within Jenis kelamin:	4.7%	21.9%	73.4%	100.0%
		% of Total	3.0%	14.0%	47.0%	64.0%
	Perempuan	Count	0	13	23	36
		% within Jenis kelamin:	0.0%	36.1%	63.9%	100.0%
		% of Total	0.0%	13.0%	23.0%	36.0%
Total		Count	3	27	70	100
		% within Jenis kelamin:	3.0%	27.0%	70.0%	100.0%
		% of Total	3.0%	27.0%	70.0%	100.0%



Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	3.717 ^a	2	.156
Likelihood Ratio	4.648	2	.098
Linear-by-Linear Association	.192	1	.661
N of Valid Cases	100		
a. 2 cells (33.3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is 1.08.			