

**PENGARUH TERPAAN KONTEN TOYOTA LIMO BEKAS TAKSI DI  
YOUTUBE TERHADAP SIKAP POSITIF PENONTON  
(SURVEI PADA SUBSCRIBERS YOUTUBE CHANNEL MAS WAHID)**

**Lingga Novianto**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi dan informasi semakin berkembang pesat. Kehadiran media baru seperti media sosial *Youtube* telah memudahkan khalayak dalam mencari dan menyebarkan sebuah informasi. Menurut riset "Global Digital Reports 2021" *HootSuite* dan *We Are Social*, bahwa pengguna media sosial *Youtube* sebesar 93,8% dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia. Berdasarkan banyaknya pengguna media sosial *Youtube*, diikuti juga dengan banyaknya pengguna yang saling bertukar informasi. Berawal dari kemunculan fenomena di *Youtube* tentang konten Toyota Limo bekas taksi yang sempat menjadi viral di beberapa kalangan masyarakat selama tahun 2020. Melihat adanya permasalahan tersebut, kemudian peneliti melakukan penelitian ini dengan **tujuan** untuk mengetahui besaran pengaruh terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan konsep media baru, terpaan media, konten, dan konsep sikap. Peneliti menggunakan **teori perbedaan individu** dari Melvin D. Defleur untuk mengukur pengaruh terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. **Metode penelitian** yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah *subscribers* dari akun *Youtube Channel* Mas Wahid, kemudian dengan sampel yang diambil sebanyak **100** responden. **Hasil penelitian** ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X terhadap variabel Y memiliki hubungan yang kuat dengan nilai korelasi sebesar **0,718**. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi menunjukkan pengaruh yang ditimbulkan oleh Terpaan Konten Toyota Limo Bekas Taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton sebesar **54,4%**, sedangkan sisanya bisa dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Lalu untuk hasil uji hipotesis yaitu  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang **berarti terdapat adanya pengaruh** terpaan konten Toyota Limo bekas taksi di *Youtube* terhadap sikap positif penonton. Kemudian **diharapkan untuk penelitian berikutnya** dapat mengkaji lebih lanjut faktor-faktor perihwal kenapa dimensi kognitif yang paling dipengaruhi.

**Kata kunci:** Terpaan Konten, Mobil Bekas Taksi, *Youtube*, Sikap Positif Penonton, Teori Perbedaan Individu.

***THE EFFECT OF EXPOSED TOYOTA LIMO CONTENT EXPOSURE ON  
YOUTUBE TOWARDS POSITIVE ATTITUDE OF VIEWERS (SURVEY ON  
MAS WAHID'S YOUTUBE CHANNEL SUBSCRIBERS)***

**Lingga Novianto**

***ABSTRACT***

*The development of technology and information is growing rapidly. The presence of new media such as social media Youtube has made it easier for audiences to find and disseminate information. According to HootSuite and We Are Social's "Global Digital Reports 2021" research, that Youtube social media users are 93.8% of the total Indonesian internet users. Based on the number of Youtube social media users, followed by the number of users who exchange information. Starting from the emergence of a phenomenon on Youtube about the content of used Toyota Limo taxis which had become viral in several circles of society during 2020. Seeing these problems, the researchers then conducted this study with the aim of knowing the magnitude of the influence of exposure to Toyota Limo content ex-taxi on Youtube toward the positive attitude of the audience. In this study, the researcher used the concept of new media, media exposure, content, and the concept of attitude. The researcher used Melvin D. Defleur's theory of individual differences to measure the effect of exposure to ex-taxi Toyota Limo content on Youtube toward the audience's positive attitude. Use short quantitative data. The research method used in this study is a survey method. The population of this research is subscribers from Mas Wahid's Youtube Channel account, then with a sample of 100 respondents. The results of this study indicate that the correlation of variable X to variable Y has a strong relationship with a correlation value of 0.718. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination, it shows the influence caused by Exposed Taxi Toyota Limo Content on Youtube toward the positive attitude of the audience by 54.4%, while the rest can be influenced by other factors. Then for the results of hypothesis testing, namely  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, which means that there is an influence of exposure to used Toyota Limo content on Youtube toward the positive attitude of the audience. Then it is hoped that future research can further examine the factors regarding why the cognitive dimension is the most affected.*

**Keywords:** *Exposure of Content, Used Car Taxi, Youtube, Positive Attitude of the Audience, Theory of Individual Difference.*