

**Pengaruh Konten Pesan *VICE Indonesia* Seri “*VagCheck*”
Di *YouTube* Terhadap Sikap Mengenai *Personal Hygiene*
(Survei Pada *Followers* Akun *Instagram @viceind*)**

Wilda Noviani

Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta

wildan@upnvj.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten pesan *VICE Indonesia* seri “*VagCheck*” di *YouTube* terhadap sikap mengenai *personal hygiene* (survei pada *followers* akun *instagram @viceind*). Teori yang relevan dalam penelitian ini adalah Teori Integrasi Informasi (*Information Integration Theory*). Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Populasi dari penelitian ini adalah *followers* akun *Instagram @viceind* dengan jumlah sampel yang didapatkan sebanyak 100 responden. Teknik analisis pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji koefisien determinasi. Teknik pengujian data diproses menggunakan program SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 25. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa korelasi variabel X dengan variabel Y memiliki hubungan yang sangat kuat. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi diperoleh hasil adanya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 71,9%, sedangkan sisanya disebabkan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hasil tersebut ditunjang dengan hasil uji hipotesis yaitu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti Konten Pesan *VICE Indonesia* seri “*VagCheck*” di *YouTube* berpengaruh terhadap Sikap mengenai *personal hygiene* saat menstruasi.

Kata kunci: Konten Pesan, Media Baru, *YouTube*, Sikap, *Personal Hygiene*, *VICE Indonesia*

Abstract

The purpose of the research is to find out how much the message content from the series 'VagCheck' on Vice Indonesia Youtube channel regarding someone attitude to personal hygiene impact people. (survey from @viceind Instagram account). The relevant theory of this research is Teori Integrasi Informasi (Information Integration Theory). This research are using quantitative method. The research method in this study is the survey method. The population of this research are @viceind Instagram account followers with 100 respondent. The technique of analyzing the impact of Variable X on Variable Y uses a simple linear regression test and the coefficient of determination test. The data testing technique is processed using the SPSS (Statistical Product and Service Solution) version 25 program. The results of this research indicate that correlation of Variable X with Variable Y has a very strong relationship. Based on the calculation of the coefficient of determination, the result of the influence of variable X on variable Y is 71.9%, while the rest is caused by other factors not examined in this study. These results are supported by the results of hypothesis testing, namely H_0 is rejected and H_a is accepted, which means that the VICE Indonesia message content in the "VagCheck" series on YouTube has an effect on attitudes regarding personal hygiene during menstruation.

Keywords: *Message Content, New Media, Youtube, Attitude, Personal Hygiene, VICE Indonesia*