

Pengaruh Terpaan Tayangan Konten Youtube “Tasyi Mukbang & Review Terbaru – Inilah Boba Terenak Se-Indonesia” Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Subscriber Tasyi Athasyia)

ABSTRAK

Pada fenomena yang terjadi saat ini, Youtube merupakan platform yang paling banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia pada paruh awal tahun 2021 (Hasil Survey Jakpat, 2021). Tayangan yang berjudul “*Tasyi Mukbang & Review Terbaru – Inilah Boba Terenak Se-Indonesia*” menarik perhatian penonton dengan jumlah penonton 5,4 juta per (18/06/2022). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah serial konten “Tasyi Mukbang Battle” memberikan pengaruh terhadap keputusan pembelian sebuah produk terhadap penontonnya, dan mengetahui seberapa besar pengaruhnya. Teori yang digunakan adalah *uses and effect*. Melalui uji korelasi, uji regresi linear sederhana, uji koefisien determinasi, dan uji hipotesis, peneliti menemukan hasil dari bahwa Ditemukan adanya pengaruh antara pengaruh variabel X yaitu terpaan tayangan “Tasyi Mukbang & Battle – Inilah Boba Terenak se Indonesia”, dan variabel Y, yaitu Keputusan pembelian. Besarnya pengaruh variabel X terhadap variabel Y sebesar 44.3%, ditemukan juga pada uji regresi bahwa semakin tinggi terpaan variabel X, semakin besar juga pengaruh yang diberikan kepada variabel Y.

Kata kunci: Terpaan Media, Efek Media Massa, Teori *Uses and Effect*

The Effect of Exposure to Youtube Shows "Tasyi Mukbang & Latest Reviews - This is the Most Delicious Boba in Indonesia" on Purchase Decisions (Study on Tasyi Athasyia's Subscribers)

ABSTRACT

In the current phenomenon, Youtube is the most widely used platform by the Indonesian people in the first half of 2021 (Results of the Jakpat Survey, 2021). The show entitled "Tasyi Mukbang & Latest Review – This is the Most Delicious Boba in Indonesia" attracted the attention of the audience with a total of 5.4 million viewers per 18/06/2022. This study aims to determine whether the content series "Tasyi Mukbang Battle" has an influence on the purchase decision of a product on the audience, and to find out how much influence it has. The theory used is uses and effects. Through correlation test, simple linear regression test, coefficient of determination test, and hypothesis testing, the researchers found the results of that there was an influence between the influence of the X variable, namely the exposure to the impressions of "Tasyi Mukbang & Battle - This is the Best Boba in Indonesia", and the Y variable, namely Buying decision. The magnitude of the influence of the X variable on the Y variable is 44.3%, it was also found in the regression test that the higher the exposure to the X variable, the greater the influence given to the Y variable.

Keywords: Media Exposure, Mass Media Effect, Uses and Effect Theory