



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

Nama : Jeihan Lutfiah Zahrani Yusuf

NIM : 1810411295



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Jeihan Lutfiah Zahrani Yusuf
NIM : 1810411295
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, Juli 2022

Yang menyatakan,



Jeihan Lutfiah Zahrani Yusuf

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi diajukan oleh:

Nama : Jeihan Lutfiah Zahrani Yusuf
NIM : 1810411295
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Tayangan Konten Youtube “Tasyi Mukbang & Review Terbaru – Inilah Boba Terenak Se-Indonesia” Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Subscriber Tasyi Athasyia)

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing I



Dr. Kusumajanti, S.Sos., MM., M.Si

Penguji I



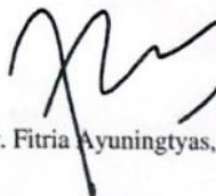
Dr. Radita Gora Tayibnapis,
S.Sos. M.M.

Penguji II



Ratu Laura Mulia Baskara Putri,
S.Psi., M.Sc.

Ketua Program Studi



Dr. Fitria Ayuningtyas, M.Si.

Ditetapkan di: Jakarta,
15 Juli 2022

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

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Allah SWT atas segala rahmat dan karunia yang telah diberikan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat selesai dengan baik. Penulisan skripsi ini bertujuan untuk memenuhi syarat dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi dari Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta dengan judul **Pengaruh Terpaan Tayangan Konten Youtube “Tasyi Mukbang & Review Terbaru – Inilah Boba Terenak Se-Indonesia” Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Pada Subscriber Tasyi Athasyia)**

Pada proses penulisan skripsi ini, tentu tidak lepas dari bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan banyak terima kasih antara lain kepada:

1. Dr. Kusumajanti, S.Sos., MM., M.Si., selaku Dosen Pembimbing I. Terima kasih banyak atas segala arahan serta bimbingan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
2. Ratu Laura Mulia Baskara Putri, S.Psi., M.Sc., selaku Dosen Pembimbing II. Terima kasih banyak atas bimbingan serta arahan yang telah diberikan selama proses penulisan skripsi ini.
3. Yani Hendrayani, S.Sos, M.Si, Ph.D. selaku Dosen Pembimbing Akademik. Terima kasih atas bimbingan yang telah diberikan sejak semester satu hingga sekarang.
4. Mama, Papa, Kakak, Abang beserta seluruh keluarga yang telah memberikan dukungan, doa, serta motivasinya untuk menyelesaikan skripsi ini.
5. Teman-teman Komunikasi H, teman seperjuangan saya sejak semester 1, Marsyifa, Pegary, Arya, Deva, Nabila, Dina, Karinia, Fian, Afifa, Jody, Fatur, Doni, Alam, Paul, yang telah menemani perjalanan saya dengan hiburan, arahan dan memotivasi saya, yang selalu menjadi pengingat hingga skripsi ini bisa diselesaikan tepat waktu.

6. Khususnya kepada Almh. Rizka Maharani Gunawan, teman seperjuangan yang selalu membantu dalam segala keadaan, yang telah meninggalkan kenangan indah serta memotivasi saya dalam menyelesaikan semua tugas-tugas kuliah hingga tugas akhir.
7. Kepada Muhammad Arya Pratama, yang telah membantu perjalanan saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
8. Kepada Wiggle, Alysa, Tiara, Adisya, Novena, Thalia, Yuliani, Arrafi, Dicky, dan Dio. Kepada, Fia, Abigail, Maria Irene, Andina, Astri, dan Afiifa. Teman-teman yang selalu menghibur disela kesibukan dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Teman-teman saya yang tidak dapat saya sebutkan satu persatu. Terima kasih selalu menyempatkan waktunya untuk menemani saya dalam proses penulisan, saling menghibur, serta memberikan semangat satu sama lain hingga skripsi ini dapat selesai.
10. Responden yang merupakan bagian dari Subscriber Tasyi Athasyia, terima kasih atas partisipasinya dalam mengisi kuesioner ini, terima kasih atas waktu yang telah diluangkan
11. Saya juga ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang telah berusaha menyelesaikan skripsi ini ditengah kesibukan lainnya, terima kasih telah memberikan yang terbaik agar skripsi beserta hal-hal diluar skripsi ini dapat berjalan beriringan dengan sangat baik.

Akhir kata, saya mohon maaf jika skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Peneliti telah berusaha dengan maksimal agar penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat untuk masyarakat serta pembacanya.

Jakarta, 22 May 2022

Jeihan Lutfiah Zahrani Yusuf

DAFTAR ISI

ABSTRAK	iv
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	viii
Daftar Gambar	x
Daftar Tabel	xi
Daftar Lampiran	xii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penulisan	9
BAB II	11
TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Teori Penelitian	11
2.1.1 Teori Uses and Effect	11
2.2 Konsep - Konsep Penelitian	13
2.2.1 Media Baru dan Komunikasi Massa	13
2.2.2 Youtube	14
2.2.3 Motif Penggunaan Media	15
2.2.3 Konten dan Konten Kreator	16
2.2.4. Terpaan Media	16
2.2.5 Keputusan Pembelian	17
2.3 Kerangka Pemikiran	18
2.4 Hipotesis	20
BAB III	21
METODOLOGI PENELITIAN	21

3.1	Objek Penelitian.....	21
3.2	Subjek Penelitian	21
3.3	Jenis Penelitian	21
3.3.1	Metode Penelitian.....	21
3.3.2	Jenis Penelitian	22
3.3.3	Metode Pengumpulan Data	22
3.4	Sumber Data.....	28
3.4.1	Data Primer	28
3.4.2	Data Sekunder	28
3.5	Teknik Analisis Data	29
3.5.1	Uji Validitas dan Reliabilitas	29
3.5.2	Uji Korelasi.....	36
3.5.3	Uji Regresi Linear Sederhana	37
3.5.4	Uji Koefisien Determinasi.....	37
3.5.5	Uji Hipotesis	38
3.6	Tabel Rencana Waktu	39
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		40
4.1	Hasil Penelitian	40
4.1.1	Karakteristik Responden	40
4.1.2	Data Variabel X	41
4.1.3	Data Variabel Y	46
4.1.4	Uji Korelasi.....	53
4.1.5	Uji Regresi Linear Sederhana	54
4.1.6	Koefisien Determinasi	55
4.1.7	Uji Hipotesis	56
4.2	Pembahasan.....	57
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN.....		61
5.1	Kesimpulan	61
5.2	Saran	61
Daftar Pustaka		63

Daftar Gambar

Gambar 1. Hasil Survei Jakpat "Indonesian Social Media Trend 1st Semester of 2021	2
Gambar 2. Penonton pada Tayangan Konten "Tasyi Mukbang Battle: Battle Boba" Melampaui Empat Juta Penonton	3
Gambar 3. Bagan Kerangka Berpikir	19
Gambar 4 Karakteristik Responden	41
Gambar 5. Pernyataan 1	42
Gambar 6. Pernyataan 2	42
Gambar 7. Pernyataan 3	43
Gambar 8. Pernyataan 4	44
Gambar 9. Pernyataan 5	44
Gambar 10. Pernyataan 6.....	45
Gambar 11. Pernyataan 7.....	46
Gambar 12. Pernyataan Y1	47
Gambar 13. Pernyataan Y2	47
Gambar 14. Pernyataan Y3	48
Gambar 15. Pernyataan Y4	49
Gambar 16. Pernyataan Y5	49
Gambar 17. Pernyataan Y6	50
Gambar 18. Pernyataan Y7	51
Gambar 19. Pernyataan Y8	51
Gambar 20. Pernyataan Y9	52
Gambar 21. Pernyataan Y10.....	53

Daftar Tabel

Tabel 1. Skala Likert	24
Tabel 2. Operasional Variabel	25
Tabel 3. Uji Validitas Variabel X.....	30
Tabel 4. Uji Validitas Variabel Y	32
Tabel 5. Uji Reliabilitas Variabel X.....	35
Tabel 6. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	35
Tabel 7. Rencana Waktu	39
Tabel 8. Uji Korelasi	53
Tabel 9. Uji regresi linear sederhana.....	54
Tabel 10. Uji Koefisien Determinasi	55
Tabel 11. Uji Hipotesis.	56

Daftar Lampiran

LAMPIRAN 1 66
LAMPIRAN 2 68
LAMPIRAN 3 73
LAMPIRAN 4 100
LAMPIRAN 5 104
LAMPIRAN 6 105
LAMPIRAN 7 106
LAMPIRAN 8 107