

**PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE JAYNE
ALEXANDER TERHADAP PERILAKU KONSUMERISME
FANDOM BLINK (Survei Terhadap Grup Chat Blink Berbagi di
Telegram)**

INDAH LESTARI

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji terpaan media youtube terhadap sikap konsumerisme, terpaan adalah intensitas keadaan khalayak dimana seseorang atau kelompok terpapar pesan-pesan yang disebarkan oleh media. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui besarnya pengaruh terpaan konten youtube Jayne Alexander Terhadap Perilaku Konsumerisme Fandom Blink. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori Uses and Effect yang dikembangkan oleh Svan Windahl, yang di aplikasikan untuk penggunaan media dan bagaimana efek media terhadap khalayak. Teori Uses and Effect ini menjelaskan bahwa hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa yang menimbulkan efek bagi pengguna. Sampel yang digunakan dipenelitian ini yaitu Random Sampling, metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian deskriptif. Dalam melakukan pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner yang disebarkan kepada 100 responden.

Kata kunci: Terpaan Media, Konsumersime, Youtube, Jayne Alexander

***THE INFLUENCE OF JAYNE ALEXANDER'S YOUTUBE CONTENT
EXPOSURE TO BLINK FANDOM CONSUMERISM BEHAVIOR (Survey of
Blink Sharing Chat Group on Telegram)***

INDAH LESTARI

ABSTRACT

This research examines youtube media exposure to consumerism, exposure is the intensity of the public situation where a person or group is exposed to message spread by the media. The purpose of this research to find out the magnitude of the influence Jayne Alexander's youtube content exposure to blink fandom consumerism behavior. The Theory used in this study is the Uses and Effect theory developed by Svan Windahl which is applied to media use the how media effects the audience. This Uses and Effect Theory explains the relationship between mass communication conveyed through mass media has an effect on users. The sample used in this study is random sampling, this research method uses a quantitative approach with a descriptive type of research in collecting this research data using a questionnaire that was addressed to 100 respondents.

Keyword: Media Exposure, Consumerism, Youtube, Jayne Alexander