



**PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE JAYNE ALEXANDER  
TERHADAP PERILAKU KONSUMERISME FANDOM BLINK**

(Survei Terhadap Grup Chat Blink Berbagi di Telegram)

Tugas Akhir Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Nama : Indah Lestari

Nim : 1910411248



**PRODI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL JAKARTA  
2023**

**PERNYATAAN  
ORISINILITAS**

Skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupundirujuk dinyatakan benar :

Nama : Indah Lestari  
NIM : 1910411248  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana pada kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataansaya ini, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 12 Juli 2023

Yang Menyatakan

A handwritten signature in black ink is written over a portion of a 10,000 Indonesian Rupiah banknote. The banknote features the Garuda Pancasila emblem and the text 'DAPAT BERKUALITAS' and 'BERSAMA SAMA MELAKUKAN TRANSFORMASI'. The signature is a cursive script that covers the central part of the note.

Indah Lestari

**PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK  
KEPENTINGAN AKADEMIS**

---

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Indah Lestari  
NIM : 1910411248  
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik  
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

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


Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pengkalan data (database), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya :

Dibuat di : Jakarta

Pada Tanggal : 12 Juli 2023

Yang Menyatakan



Indah Lestari

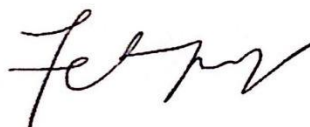
## LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi diajukan oleh :

Nama : Indah Lestari  
NIM : 1910411248  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN YOUTUBE JAYNE ALEXANDER  
TERHADAP SIKAP KONSUMERISME FANDOM BLINK (Survei Terhadap Grup  
Blink Berbagi di Telegram)

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



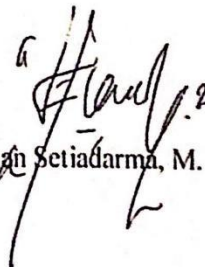
Maria Febiana Christanti, M. Si.

Penguji I



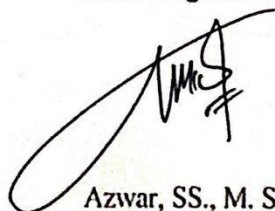
Dr. Witanti Prihatiningsih M. Kom

Penguji II



Drs. Agni Setiadarma, M. Si.

Ketua Program Studi



Azwar, SS., M. Si.

Ditetapkan : Jakarta

Tanggal Ujian : 4 Juli 2023

**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 spready 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*

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, puji dan syukur peneliti ucapkan kepada Sang Maha Kuasa Allah SWT yang telah memberikan segala karunia, nikmat, dan keberkahan-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Terpaan Konten Youtube Jayne Alexander Terhadap Sikap Konsumerisme Fandom Blink” sehubungan untuk memenuhi syarat tugas akhir untuk mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi.

Peneliti ingin mengucapkan terima kasih dan juga rasa syukur kepada beberapa pihak yang ikut terlibat dan memberikan dukungan secara fisik, motivasi, dan inspirasi dalam membantu peneliti menyelesaikan tugas akhir ini :

1. Bapak Dr. R Dudy Heryadi selaku dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UPNVJ yang telah membina dan menyetujui segala perizinan selama perkuliahan,
2. Bapak Azwar, SS., M. Si. Selaku kaprodi Ilmu Komunikasi UPNVJ yang telah membantu selama proses perkuliahan dan menyetujui segala perizinan.
3. Ibu Maria Febiana Christanti, M. Si. Selaku Dosen Pembimbing yang selalu sabar membantu peneliti, memberikan saran, masukan, ilmu yang membangun kepada peneliti selama proses penelitian.
4. Kedua orang tua peneliti, Bapak Dinata Syaefudin dan Ibu Rasini yang selalu memberikan dukungan materi, semangat, cinta kasih, dan moral kepada peneliti dengan sabar. Tanpa kekuatan dari mereka tentu peneliti tidak akan bisa sampai dititik ini dan tak lupa peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada kakak-kakak kandung peneliti yang juga sudah memberikan semangat selama proses penelitian yaitu kak Nita, kak Ardi dan kak Jauhar.
5. Seluruh Bapak dan Ibu dosen prodi Ilmu Komunikasi UPNVJ yang telah memberikan banyak ilmu, saran dan masukan selama peneliti menjalani perkuliahan di UPNVJ
6. Seluruh jajaran dekanat dan staff akademik kemahasiswaan yang telah membantu segala urusan administrasi peneliti selama perkuliahan.
7. Sahabat-sahabat saya yang telah memberikan dukungan motivasi, semangat dan menghibur saya ditengah proses skripsi dari awal hingga akhir.
8. BLACKPINK terutama LISA, yang melalui karyanya sudah menghibur, banyak memotivasi dan menemani peneliti selama proses belajar.

9. Jayne Alexander dan seluruh responden yang terlibat dalam penelitian ini yang sudah bersedia membantu peneliti sehingga penelitian ini dapat selesai.

Peneliti sadar sepenuhnya bahwa penelitian ini masih jauh dari kata sempurna, namun dalam proses pembuatan skripsi ini, peneliti sudah berusaha semaksimal mungkin agar penelitian ini dapat terselesaikan secara baik dapat bermanfaat bagi pembaca dan peneliti lainnya sebagai acuan referensi atau sarana pembelajaran.

Jakarta, Juli 2023

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Indah Lestari', with a stylized, cursive script.

Indah Lestari



## DAFTAR ISI

ABSTRAK.....	2
ABSTRACT.....	3
DAFTAR ISI.....	4
DAFTAR TABEL.....	5
DAFTAR GAMBAR.....	6
BAB I.....	7
PENDAHULUAN.....	7
1.1 Latar Belakang.....	7
1.2 Rumusan Masalah.....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	13
1.3.1 Tujuan Praktis.....	14
1.3.2 Tujuan Teoritis.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1 Segi Akademis.....	14
1.4.2 Segi Praktis.....	14
1.5 Sistematika Penulisan.....	14
BAB II.....	15
TINJAUAN PUSTAKA.....	15
2.1 Konsep dan Teori Penelitian.....	16
2.1.1 Komunikasi Massa.....	16
2.1.2 Media Sosial.....	17
2.1.3 Youtube.....	18
2.1.4 Khalayak.....	18
2.1.5 Terpaan Media.....	19
2.1.6 Konsumerisme.....	19
2.2 Teori Uses and Effect.....	21
2.3 Kerangka Pemikiran.....	21
2.4 Hipotesis.....	21
BAB III.....	22
METODE PENELITIAN.....	22
3.1 Objek Penelitian.....	23
3.2 Subjek Penelitian.....	23

3.3 Jenis Penelitian.....	24
3.4 Teknik Pengumpulan Data.....	24
3.5 Sumber Data.....	25
3.5.1 Data Primer.....	25
3.5.2 Data Sekunder.....	25
3.6 Teknik Analisis data.....	26
3.6.1 Uji Validitas.....	26
3.6.2 Uji reliabilitas.....	27
3.6.3 Uji Korelasi.....	28
3.6.4 Uji Koefisien Determinasi.....	28
3.6.5 Uji Regresi Linier.....	29
3.6.6 Uji Hipotesis.....	29
3.7 Tabel Rencana Waktu.....	30
BAB IV.....	31
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	31
4.1 Hasil Penelitian.....	32
4.1.1 Deskripsi Data.....	32
4.2 Pengujian Persyaratan Analisis.....	33
4.2.1 Uji Validitas.....	33
4.2.2 Uji Reliabilitas.....	33
4.3 Gambaran Umum Responden.....	34
4.4 Analisis Pernyataan Variabel.....	34
4.4.1 Variabel X (Terpaan Media).....	35
4.4.2 Variabel Y (Aspek Perilaku Konsumerisme).....	35
4.5 Analisis Data.....	36
4.5.1 Hasil Uji Regresi Linier.....	37
4.5.2 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	37
4.5.3 Hasil Uji Hipotesis.....	38
4.6 Pembahasan.....	39
BAB V.....	40
KESIMPULAN DAN SARAN.....	40
5.1 Kesimpulan.....	41
5.2 Saran.....	41

## DAFTAR TABEL

Table 1 . Skala Likert .....	42
Table 2 . Operasional Variabel X.....	43
Table 3 . Operasional Variabel Y.....	44
Table 4 . Jadwal Penelitian.....	45
Table 5 . Uji Validitas Variabel.....	46
Table 6 . Hasil Uji Validitas Variabel X dan Variabel Y .....	47
Table 7 . Hasil Uji Reliabilitas Variabel X dan Variabel Y .....	48
Table 8 . Jenis Kelamin Responden .....	49
Table 9 . Usia Responden .....	50
Table 10 . Anggota Grup Blink Berbagi (Telegram) .....	61
Table 11 . Pernyataan 1 (X1) .....	62
Table 12 . Pernyataan 2 (X2) .....	62
Table 13 . Pernyataan 3 (X3) .....	63
Table 14 . Pernyataan 4 (X4) .....	64
Table 15 . Pernyataan 5 (X5) .....	65
Table 16 . Pernyataan 6 (X6) .....	66
Table 17 . Pernyataan 7 (X7) .....	67
Table 18 . Pernyataan 8 (X8) .....	68
Table 19 . Pernyataan 9 (X9) .....	69
Table 20 . Pernyataan 10 (X10) .....	70
Table 21 . Pernyataan 11 (X11) .....	71
Table 22 . Pernyataan 12 (X12) .....	72
Table 23 . Pernyataan 13 (X13) .....	73
Table 24 . Pernyataan 1 (Y1) .....	74
Table 25 . Pernyataan 2 (Y2) .....	75
Table 26 . Pernyataan 3 (Y3) .....	76
Table 27 . Pernyataan 4 (Y4) .....	77
Table 28 . Pernyataan 5 (Y5) .....	78
Table 29 . Pernyataan 6 (Y6) .....	79
Table 30 . Pernyataan 7 (Y7) .....	80

Table 31 . Pernyataan 8 (Y8) .....	81
Table 32 . Pernyataan 9 (Y9) .....	82
Table 33 . Pernyataan 10 (Y10) .....	83
Table 34 .Pernyataan 11 (Y11) .....	84
Table 35 . Hasil Uji Regresi Linier .....	85
Table 36 . Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	86
Table 37 . Hasil Uji Hipotesis.....	87

## **DAFTAR GAMBAR**

Image 1 . Penonton pada Tayangan Konten Unboxing Jayne Alexander .....	11
Image 2 . Jumlah Pengguna Aktif Media Sosial di Indonesia (2015-2022).....	14
Image 3 . Jenis Konten Unboxing .....	15
Image 4 . Jenis Konten Video Paling DiSukai (2022) .....	16
Image 5 . Dimensi X.....	64
Image 6 . Dimensi Y.....	66