

**Pengaruh Kredibilitas Dr Richard Lee Terhadap Sikap Penonton Dalam  
Konten Galon “No BPA Free” Di Youtube**

**KAMILLA RAMADHANIA D**

**ABSTRAK**

Perkembangan teknologi yang pesat memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi melalui berbagai media informasi. Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis apakah ada pengaruh kredibilitas Dr Richard Lee terhadap sikap dalam konten galon “No BPA Free” di youtube. Penggunaan kredibilitas sumber telah menjadi faktor penting terhadap perubahan sikap seseorang. Teori penelitian ini menggunakan teori kredibilitas sumber. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanatif dengan teknik penarikan sampel dilakukan purposive sampling. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kepada 100 responden. Sampel dalam penelitian ini adalah pengguna youtube yaitu *viewers* konten galon “No BPA Free” di youtube channel Dr. Richard Lee dan berusia 16-64 tahun. Berdasarkan hasil penelitian, diketahui bahwa 70.2% variabel Y (Sikap Penonton) dipengaruhi oleh variabel X (Kredibilitas Dr Richard Lee). Sedangkan untuk sisanya sebesar 29.8% (100%-70.2%) ditentukan oleh faktor-faktor lain yang tidak terdapat dalam penelitian ini. Hal ini menunjukkan bahwa Dr. Richard Lee sebagai komunikator memiliki kredibilitas yang tinggi sehingga dapat memengaruhi sikap penonton.

Kata Kunci : Kredibilitas, Pembentukan Sikap, Teori Kredibilitas Sumber, Youtube

***The Influence of Dr Richard Lee's Credibility on Viewers' Attitudes in "No BPA Free" Gallon Content on YouTube***

**KAMILLA RAMADHANIA D**

**ABSTRACT**

*The rapid technological developments make it easier for people to access information through various information media. The aim of this research is to analyze whether there is an influence of Dr Richard Lee's credibility on attitudes towards "No BPA Free" gallon content on YouTube. The use of source credibility is one of the factors that causes changes in a person's attitude. The theory of this study uses the theory of source credibility. This research uses explanatory quantitative methods with purposive sampling techniques. The research method used was a survey of 100 respondents. The sample in this study were YouTube users, namely viewers of the "No BPA Free" gallon content on Dr. Richard Lee's YouTube channel and 16-64 years. Based on the research results, it is known that 70.2% of variable Y (Audience Attitude) is influenced by variable X (Dr Richard Lee's Credibility). Meanwhile, the remaining 29.8% (100%-70.2%) was determined by other factors not included in this study. This shows that Dr. Richard Lee as a communicator has high credibility so he is able to influence the attitudes of the audience.*

*Keywords: Credibility, Attitude Formation, Source Credibility Theory, Youtube*