

# PENGARUH TERPAAN MEDIA WEBSERIES YAKIN NIKAH TERHADAP SIKAP KEPUTUSAN MENIKAH

**Auriel Salsabil**

## ABSTRAK

Media sosial telah mengubah budaya masyarakat dalam menggunakan media sosial tidak hanya memberikan informasi saja, namun sama dengan salah satu fungsinya dapat memberikan terpaan kepada khalayaknya. *Media Exposure Theory* atau terpaan media adalah proses penerimaan stimulus-stimulus melalui alat indera seperti perasaan, penglihatan, dan pendengaran. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan media webseries *yakin nikah* terhadap sikap keputusan menikah. Populasi penelitian ini yaitu subscriber channel youtube JBL Indonesia. Sampel yang diambil adalah 100 orang, dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dan jenis *purposive sampling*. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dengan jenis penelitian eksplanatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa ada pengaruh antara terpaan media webseries *yakin nikah* terhadap sikap keputusan menikah. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien determinasi terdapat pengaruh sebesar 68,6% antara terpaan media webseries *yakin nikah* terhadap sikap keputusan menikah. Diharapkan penelitian selanjutnya dapat menguji variable lainnya yang dapat mempengaruhi sikap masyarakat dalam keputusan menikah dan juga menggunakan youtube yang lain sebagai medianya.

**Kata Kunci** : Sikap Keputusan Menikah, Teori *Media Exposure*, Terpaan Media, Webseries, Youtube.

# ***THE INFLUENCE OF WEBSERIES MEDIA EXPOSURE YAKIN NIKAH ON THE ATTITUDE OF MARRIAGE DECISIONS***

**Auriel Salsabil**

## ***ABSTRACT***

*Social media has changed the culture of the community in using social media not only provide information, but the same as one of its functions to provide exposure to the audience. Media Exposure Theory or media exposure is the process of receiving stimuli through the senses such as feeling, seeing, and hearing. This study aims to analyze the influence of webseries media exposure to believe in marriage on attitudes towards decisions. The population of this research is JBL Indonesia's youtube channel subscribers. The sample taken is 100 people, using non-probability sampling technique and the type of purposive sampling. The research method used in this research is quantitative with the type of explanatory research. The results of this study indicate that there is an influence between webseries media exposure to believe in marriage and attitudes towards decisions. Based on the results of the calculation of the coefficient of determination, there is an influence of 68.6% between the exposure of webseries media to believe in marriage on the attitude of the decision to marry. It is hoped that further research can examine other variables that can influence people's attitudes in marriage decisions and also use other YouTube as a medium.*

**Keywords:** *Marriage Decision Attitude, Media Exposure, Media Exposure Theory, Webseries, Youtube.*