

PENGARUH KUALITAS ARGUMEN DAN KREDIBILITAS SUMBER PADA CHANEL YOUTUBE DEDI MULYADI TERHADAP RESPON SIKAP POSITIF GENERASI Z PADA PEMERINTAH DAERAH JAWA BARAT

Ananda Zhafira

ABSTRAK

Realita penggunaan internet Indonesia per Februari 2025 berdasarkan survey we are social menunjukkan sebanyak 143 juta atau 50.2% dari total populasi masyarakat Indonesia. Data ini secara keseluruhan mengindikasikan tingkat adopsi teknologi digital dan media sosial yang cukup tinggi di Indonesia. Tingginya jumlah pengguna internet sangat berpengaruh terhadap popularitas YouTube sebagai salah satu platform utama untuk mendapatkan informasi. Kepala daerah yang mampu memanfaatkan aplikasi media sosial YouTube sebagai platform strategis untuk menyampaikan informasi secara langsung dan luas kepada masyarakat adalah Gubernur Jawa Barat Dedi Mulyadi melalui salah satu konten yang menarik dari channel Youtube Kang Dedi Mulyadi mengenai konten larangan *study tour* bagi sekolah di Jawa barat. Tujuan penelitian untuk mengetahui pengaruh kredibilitas sumber konten chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat. Jenis penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode eksplanatif. Populasi terdiri dari seluruh followers kang Dedi Mulyadi yang berasal dari Jawa Barat dengan purposive sampling menggunakan kriteria memiliki angka tahun kelahiran tahun 1997 – 2012 dan berdomisili di Jawa Barat sebesar 100 responden melalui rumus Slovin. Hasil penelitian terdapat H1 diterima terdapat pengaruh kualitas argumen pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat. H2 diterima terdapat pengaruh kredibilitas sumber pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat. Terdapat pengaruh kualitas argumen dan kredibilitas sumber pada chanel YouTube Dedi Mulyadi terhadap respon sikap positif Generasi Z Pada Pemerintah Daerah Jawa Barat sebesar 78,8 % dan sisanya yaitu sebesar 22,2% dapat dipengaruhi oleh variabel di luar dari variabel penelitian.

Kata Kunci : kualitas argumen, kredibilitas sumber, respon sikap, teori *elaboration likelihood model*, media sosial You Tube

*THE INFLUENCE OF ARGUMENT QUALITY AND SOURCE CREDIBILITY
ON THE DEDI MULYADI YOUTUBE CHANNEL TOWARD THE POSITIVE
ATTITUDE RESPONSE OF GENERATION Z TOWARD THE WEST JAVA
LOCAL GOVERNMENT*

Ananda Zhafira

ABSTRACT

The reality of internet usage in Indonesia as of February 2025, according to a survey by We Are Social, indicates that 143 million people, or 50.2% of the total population, are internet users. This data suggests a high level of digital technology and social media adoption across the country. The significant number of internet users has contributed to the rising popularity of YouTube as a major platform for information dissemination. One prominent regional leader who has successfully utilized YouTube as a strategic platform to communicate directly and broadly with the public is the Governor of West Java, Dedi Mulyadi through one of the interesting contents from Kang Dedi Mulyadi's Youtube channel regarding the content of the prohibition of study tours for schools in West Java. This study aims to determine the influence of source credibility and argument quality of content on Dedi Mulyadi's YouTube channel on the positive attitude response of Generation Z toward the West Java local government. This research adopts a quantitative approach with an explanatory method. The population consists of followers of Kang Dedi Mulyadi originating from West Java, selected using purposive sampling with criteria including birth years from 1997 to 2012 and current domicile in West Java. A total of 100 respondents were determined using the Slovin formula. The findings reveal that H1 is accepted: the quality of arguments on Dedi Mulyadi's YouTube channel significantly influences the positive attitude response of Generation Z toward the West Java local government. H2 is also accepted: the source credibility on the channel significantly influences the same positive response. The combined influence of argument quality and source credibility accounts for 78.8% of the variance in Generation Z's positive attitude response, while the remaining 22.2% is influenced by other variables outside the scope of this research.

Keywords: *argument quality, source credibility, attitude response, elaboration likelihood model, YouTube social media*