

**PENGARUH TERPAAN CHANNEL YOUTUBE
CRETIVOX TERHADAP SIKAP MAHASISWA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA ANGKATAN
2019-2021**

SKRIPSI

**Oleh:
Nia Nurviana
201710415155**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

**PENGARUH TERPAAN CHANNEL YOUTUBE
CRETIVOX TERHADAP SIKAP MAHASISWA
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS
BHAYANGKARA JAKARTA RAYA ANGKATAN
2019-2021**

SKRIPSI

**Oleh:
Nia Nurviana
201710415155**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2022**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Channel Youtube
Cretivox Terhadap Sikap Mahasiswa
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2019-
2021

Nama Mahasiswa : Nia Nurviana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415155

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022



Pembimbing I

Pembimbing II

Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0319048601

Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom

NIDN. 0322048204

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Channel Youtube
Cretivox Terhadap Sikap Mahasiswa
Fakultas Ilmu Komunkasi Universitas
Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2019-
2021

Nama Mahasiswa : Nia Nurviana

Nomor Pokok Mahasiswa : 201710415155

Program Studi / Fakultas : Ilmu Komunikasi / Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 27 Juli 2022

Jakarta, 5 Agustus 2022

MENGESAHKAN,

Ketua Tim Penguji : Metha Madonna, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0318087603

Penguji I : Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom
NIDN.0319048601

Penguji II : Syahrul Hidayanto, S.Sos, M.Si
NIDN. 0319059501

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh.Rifaldi Akbar. S.Sos., M.Si

NIP. 2109527

Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom

NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa :

Skripsi yang berjudul : **Pengaruh Terpaan Channel YouTube Cretivox Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2019-2021.**

Ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila di kemudian hari ditemukan adanya kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya mengizinkan skripsi ini dipinjam dan digandakan melalui Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui internet selama publikasi tersebut melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 5 Agustus 2022

Yang membuat pernyataan



Nia Nurviana

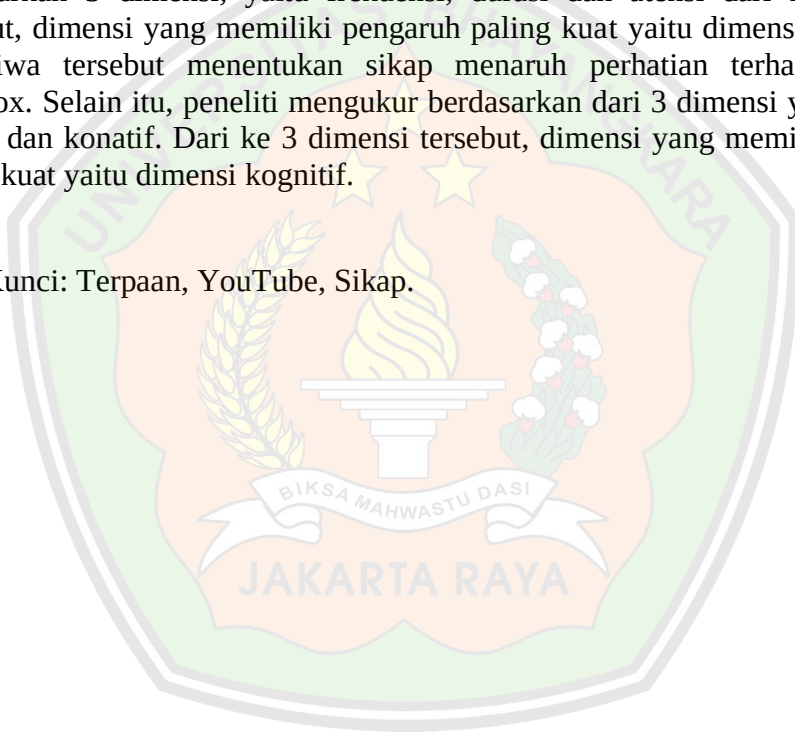
NPM. 201710415155

ABSTRAK

Nia Nurviana. 201710415155. Pengaruh Terpaan Channel Youtube Cretivox Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunkasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2019-2021.

Berbagai content creator YouTube berlomba – lomba membuat konten yang diminati oleh berbagai kalangan, untuk dapat selalu mengikuti perkembangan social media, tentunya sangat dibutuhkan informasi yang up to date. Kegiatan dalam pencarian dan pengumpulan informasi ini timbul sebagai sebuah proses yang terjadi pada diri sendiri tiap individu yang merasakan kekurangan dan keraguan akan sikap mereka dalam menelan suatu informasi dari social media. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan Channel Youtube Cretivox Terhadap Sikap Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunkasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya Angkatan 2019-2021. peneliti mengukur pengaruh terpaan channel YouTube berdasarkan 3 dimensi, yaitu frekuensi, durasi dan atensi dari ketiga dimesi tersebut, dimensi yang memiliki pengaruh paling kuat yaitu dimensi atensi, yaitu mahasiwa tersebut menentukan sikap menaruh perhatian terhadap Channel Cretivox. Selain itu, peneliti mengukur berdasarkan dari 3 dimensi yaitu kognitif, afektif dan konatif. Dari ke 3 dimensi tersebut, dimensi yang memiliki pengaruh paling kuat yaitu dimensi kognitif.

Kata Kunci: Terpaan, YouTube, Sikap.

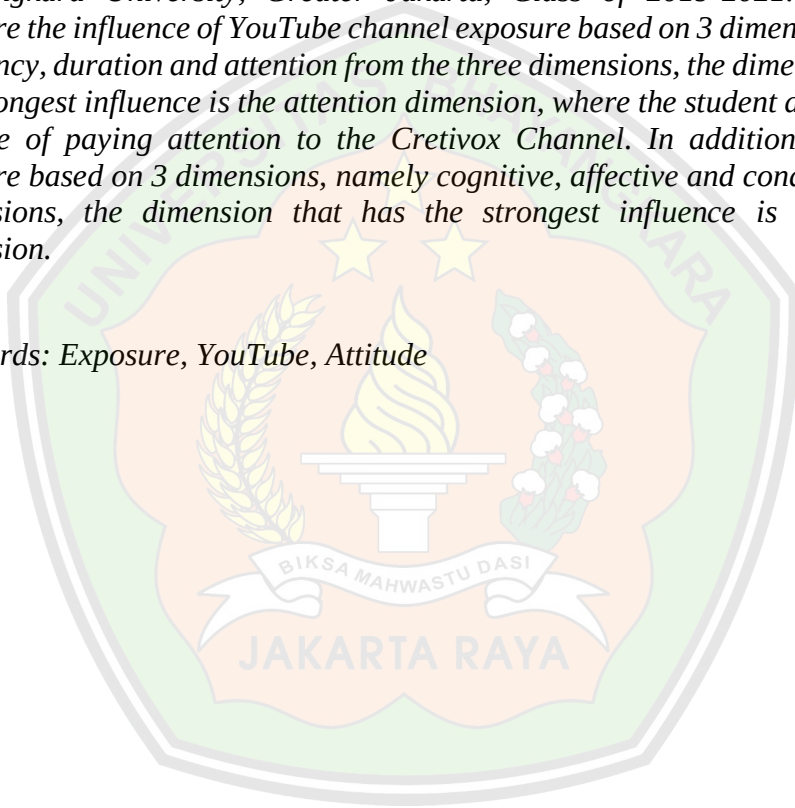


ABSTRACT

Nia Nurviana. 201710415155. The Effect of Exposure to Cretivox YouTube Channel on Attitudes of Students of the Faculty of Communication Sciences at Bhayangkara Jakarta Raya University Class of 2019-2021.

Various YouTube content creators are competing to create content that is of interest to various groups, to be able to always follow the development of social media, of course, up-to-date information is needed. This activity in searching and gathering information arises as a process that occurs in each individual who feels lack and doubts about their attitude in swallowing information from social media. This study aims to determine the effect of exposure to the Cretivox Youtube Channel on the Attitudes of Students of the Faculty of Communication Sciences, Bhayangkara University, Greater Jakarta, Class of 2019-2021. Researchers measure the influence of YouTube channel exposure based on 3 dimensions, namely frequency, duration and attention from the three dimensions, the dimension that has the strongest influence is the attention dimension, where the student determines the attitude of paying attention to the Cretivox Channel. In addition, researchers measure based on 3 dimensions, namely cognitive, affective and conative. Of the 3 dimensions, the dimension that has the strongest influence is the cognitive dimension.

Keywords: *Exposure, YouTube, Attitude*



KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT atas ridho-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul **“PENGARUH TERPAAN CHANNEL YOUTUBE CRETIVOX TERHADAP SIKAP MAHASISWA FAKULTAS ILMU KOMUNKASI UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA ANGKATAN 2019-2021”**. Penulis menyadari bahwa tanpa bimbingan, bantuan dan do’a dari berbagai pihak Skripsi ini tidak akan dapat diselesaikan tepat pada waktunya.

Oleh karena itu, penulis mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam proses penulisan Skripsi ini terutama kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, jalan dan kemudahan untuk penulis dalam melakukan kegiatan juga menyusun Skripsi ini. Kemudian kepada kedua orang tua dan sahabat saya yang selalu mendukung saya dalam hal apapun. Tidak juga lupa, saya ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. Bambang Karsono, SH., MM. selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Ibu Hani Astuti, S.Sos, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi I saya, yang telah banyak memberikan waktu luang untuk melakukan kegiatan bimbingan, serta memberikan saran sehingga skripsi ini dapat segera terselesaikan
5. Ibu Tri Alida Apriliana, S.I.P, M.I.Kom selaku dosen pembimbing skripsi II saya, yang telah banyak memberikan waktu luang untuk melakukan kegiatan bimbingan, serta memberikan saran sehingga skripsi ini dapat segera terselesaikan.

6. Kedua Orang Tua saya, yang sangat saya sayangi selalu memberikan semangat serta Doa tiada hentinya sehingga saya mampu berjuang hingga menyelesaikan skripsi.
7. Diah Lani Ristiani dan Iryan Rivandi, yang selalu memberikan dukungan, semangat, kritik, dan saran sehingga saya mampu menyelesaikan skripsi.
8. Dera Putriana, Intania Cahyani, Ayu Marandita, Puspita Dwi Indah Pratiwi, Maria Esra Enjelika, yang selalu memberikan dukungan kepada saya dan berdiskusi dengan saya sehingga ini dapat terselesaikan.
9. Lina Yulistiana, Muhammad Nur Fajri, Achmad Eri Prayoga, dan anggota Resimen Mahasiswa (MENWA) Ubhara Jaya, yang memberikan dukungan dan semangat penulisan ini segera terselesaikan.
10. Tim Laskala Batik (Bang Banyu, Bang Lukhcy, Dul, Guntur, Adien, Della, Dhuha, Hafiz, Santa, Daffa, Vina) yang telah memberi dukungan agar penulisan ini segera terselesaikan.

Penulis sadar skripsi ini memang masih jauh dari kesempurnaan. Penulis sangat berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi beberapa pihak. Akhir kata, penulis mohon maaf yang sebesar-besarnya apabila ada pihak yang kurang berkenan atas laporan ini dan juga kesalahan lisan ataupun tulisan dalam penyusunan laporan ini.

Bekasi, 5 Agustus 2022



Nia Nurviana

NPM. 201710415155

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xv
DAFTAR BAGAN.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	18
1.1 Latar Belakang	18
1.2 Rumusan Masalah	26
1.3 Identifikasi Mahasalah	26
1.4 Tujuan Penelitian.....	27
1.5 Manfaat Penelitian.....	27
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	28
2.1 Penelitian Terdahulu	28
2.2 Kerangka Konseptual	30
2.2.1 Media Baru	30
2.3 Media Sosial.....	31

2.3.1 Aspek –Aspek media sosial	32
2.4 YouTube.....	32
2.5 Terpaan Media.....	33
2.6 Pengertian Sikap.....	35
2.6.1 Konsep Sikap	35
2.6.2 Aspek – Aspek Sikap.....	36
2.6.3 Sifat Sikap.....	37
2.6.4 Pembentukan Sikap.....	38
2.7 Mahasiswa.....	40
2.8 Kerangka Teori`	40
2.9 Konsep Teori Stimulus Respon.....	41
2.10 Kerangka Pemikiran.....	43
2.11 Hipotesis.....	45
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	46
3.1 Jenis Penelitian.....	46
3.2 Metode Penelitian.....	46
3.3 Operasional Variabel.....	46
3.4 Variabel Penelitian	48
3.5 Populasi dan Sampel	49
3.5.1 Populasi.....	49
3.5.2 Sampel	49
3.6 Teknik Pengambilan Sampel.....	50
3.7 Teknik Pengumpulan Data	51
3.8 Teknik Analisis Data.....	53
3.9 Teknik Pengujian Instrumen	53

3.9.1 Uji Validitas.....	53
3.9.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.10 Uji Hipotesis.....	57
3.10.1 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	57
3.10.2 Uji T (Koefisien Korelasi)	57
3.10.3 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	58
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....	59
4.1 Uji Validitas dan Reliabilitas Data Penelitian.....	59
4.1.1 Uji Validitas.....	59
4.1.2 Uji Reliabilitas	60
4.2 Gambaran Umum Channel YouTube Cretivox.....	61
4.3 Karakteristik Responden	62
4.4 Deskriptif Statistik Variabel Penelitian	64
4.4.1 Variabel Independen X (Channel Youtube Cretivox)	64
4.4.2 Variabel Dependen Y (Sikap).....	72
4.5 Hasil Uji Hipotesis	80
4.5.1 Uji Kolerasi.....	80
4.5.2 Uji Koefisien Determinasi (R ²).....	81
4.5.3 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	82
4.5.4 Uji T (Koefisien Korelasi)	84
4.6 Pembahasan.....	84
4.6.1 Keterkaitan Hasil Penelitian dengan Teori yang Digunakan.....	87
BAB V PENUTUP	89
5.1 Kesimpulan.....	89
5.2 Saran.....	90

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	29
Tabel 3.1 Operasional Variabel.....	47
Tabel 3.2 Acuan Interpretasi Koefisien Korelasi	56
Tabel 4.1 Uji Validitas	59
Tabel 4.2 Uji Reliabilitas	50
Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Angkatan	62
Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Selalu Menonton Channel YouTube Cretivox.....	63
Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Menyukai Konten Yang Ditayangkan Oleh Channel YouTube Cretivox	63
Tabel 4.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Pengguna Aktif Social Media YouTube.....	64
Tabel 4.7 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 1 (X1)	64
Tabel 4.8 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 2 (X2)	65
Tabel 4.9 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 3 (X3)	65
Tabel 4.10 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 4 (X4)	66
Tabel 4.11 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 5 (X5)	67
Tabel 4.12 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 6 (X6)	68
Tabel 4.13 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 7 (X7)	68
Tabel 4.14 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 8 (X8)	69
Tabel 4.15 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 9 (X9)	69
Tabel 4.16 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 10 (X10)	70
Tabel 4.17 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 11 (X11)	71
Tabel 4.18 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 12 (X12)	71
Tabel 4.19 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 1 (Y1)	72
Tabel 4.20 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 2 (Y2)	73
Tabel 4.21 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 3 (Y3)	73
Tabel 4.22 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 4 (Y4)	74
Tabel 4.23 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 5 (Y5)	75
Tabel 4.24 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 6 (Y6)	76

Tabel 4.25 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 7 (Y7)	76
Tabel 4.26 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 8 (Y8)	77
Tabel 4.27 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 9 (Y9)	78
Tabel 4.28 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 10 (Y10)	78
Tabel 4.29 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 11 (Y11)	79
Tabel 4.30 Penilaian Responden Terhadap Pernyataan Butir 12 (Y12)	80
Tabel 4.31 Hasil Uji Koefisien Korelasi	80
Tabel 4.32 Hasil Uji Koefisien Determinasi	81
Tabel 4.33 Tabel Anova	82
Tabel 4.34 Analisis Regresi Linear Sederhana	83
Tabel 4.35 Uji T	84



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data Pengguna Internet 2021 di Indonesia	18
Gambar 1.2 Peringkat Platform Media Sosial.....	20
Gambar 1.3 Konten Paling Populer di Channel YouTube Indonesia	21
Gambar 1.4 Channel YouTube Cretivox	22
Gambar 1.5 Konten Channel YouTube Cretivox.....	23
Gambar 4.1 Tampilan Channel YouTube Cretivox	48



DAFTAR BAGAN

Bagan 2.1 Stimulus Respon	41
Bagan 2.2 Kerangka Pemikiran.....	44



DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: CV

LAMPIRAN 2: SURAT PENGANTAR PENELITIAN

LAMPIRAN 3: KUESIONER

LAMPIRAN 4: DATA TABULASI

LAMPIRAN 5: LAMPIRAN VALIDITAS

LAMPIRAN 6: KARTU BIMBINGAN SKRIPSI

LAMPIRAN 7: FORM PERBAIKAN

