

202210040311060
Mila Varistin
Prodi Ilmu Komunikasi

PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO INSPIRATIF TERHADAP KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA

(Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)

SKRIPSI Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang Sebagai Persyaratan untuk Mendapatkan Gelar Sarjana (S-1)

Oleh:

Mila Varistin 202210040311060

Dosen Pembimbing:

Isnani Dzuhrina, M.Adv



ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

2026

LEMBAR SURAT PENGESAHAN

**PENGARUH TERPAAN KONTEN VIDEO INSPIRATIF TERHADAP
KEPUTUSAN BERWIRAUSAHA
(Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)**

Diajukan Oleh :

Mila Varistin
202210040311060


Telah disetujui
Rabu / 1 April 2026

Pembimbing I


Isnani Dzuhrina, M.Adv.



Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi


Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.

LEMBAR PENGESAHAN




SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

Mila Varistin
202210040311060

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
LULUS
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 1 April 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

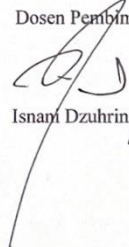

1. Moch Fuad Nasvian, M.I.Kom. ()
2. M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si. ()
3. Isnani Dzuhrina, M.Adv. ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik




Susilo, M.Si.

SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG	SURAT KETERANGAN Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2026	
	Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:	
	Nama	: Mila Varistin
	No. Induk Mahasiswa	: 202210040311060
	Program Studi	: Ilmu Komunikasi
	Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha(Survei pada Followers @pccahtelur.id)
<p>Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan Siap Diuji. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih</p>		
<p>Malang , 25 Januari 2026</p> <p>Dosen Pembimbing ,</p>  Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv		
	Kampus I Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 253 (Hunting) F. +62 341 460 435	Kampus II Jl. Bendungan Sutarni No 156 Malang, Jawa Timur P. +62 341 551 149 (Hunting) F. +62 341 582 060
	Kampus III Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur P. +62 341 464 318 (Hunting) F. +62 341 460 435 E. webmaster@umm.ac.id	

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

UMM
est. 1964

UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Mila Varistin
NIM : 202210040311060
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap
Keputusan Berwirausaha (Survei pada Followers
@pecahtelur.id)

Disetujui,
Pembimbing

Isnani Dzulkhrina, S.Sos, M.Adv

Mengetahui,

Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si




Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435



Kampus II
Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 552 080

Kampus III
Jl. Raya Tigomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :

Nama	: Mila Varistin
NIM	: 202210040311060
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :



Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha(Survei pada Followers @pecahtelur.id)


adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 25 Januari 2026
Yang Menyatakan,



Mila Varistin



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

SURAT BEBAS KULIAH



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/I/2026

Yang bertanda tangan dibawah ini Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang, menerangkan dengan sesungguhnya bahwa mahasiswa:

NAMA : Mila Varistin
NIM : 202210040311060
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Adalah benar-benar telah menyelesaikan semua mata kuliah pada program S-1 pada semester 8 (Delapan) tahun akademik 2026 / 2027 dan dinyatakan **BEBAS KULIAH**

Demikin surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan seperlunya.

Malang, 25 Januari 2026

Ketua Program Studi

Novin Farid Styo Wibowo, M.Si



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E. webmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

TENTANG

PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN
MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

LEMBAR PERSETUJUAN

DETEKSI PLAGIASI

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

Oleh:

Nama : Mila Varistin

NIM : 202210040311060

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 25 Januari 2026

Pembimbing / Promotor

Isnani Dzuhrina, S.Sos, M.Adv

NIP. 10306110439

(*) Coret yang tidak perlu



Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 283 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sutarni No 168 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 561 149 (Hunting)
F: +62 341 562 060

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 248 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima
Plagiasi

Nama : Mila Varistin
NIM : 202210040311060

Hasil Plagiasi : 2/3

BAB I	10			
BAB II	9			
BAB III	27	16		

2/3

BAB IV	6			
BAB V	16			
BAB VI				



Malang, 2 Maret 2026
Admin Plagiasi Prodi,
**PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI**
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG
M. Dasuki



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

1. Nama : Mila Varistin
2. NIM : 202210040311060
3. Program Studi : Ilmu Komunikasi
4. Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha (Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)
6. Pembimbing : Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Keterangan	Paraf Pembimbing
16/6/2025	Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha (Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)	
1/11/2025	Pengajuan BAB I-III	
20/11/2025	ACC BAB I-III	
26/11/2025	Seminar Proposal	
14/1/2026	Pengajuan BAB IV-VI	
19/1/2026	ACC BAB IV-VI	
23/1/2026	Seminar Hasil	

Malang, 25 Januari 2026
Dosen Pembimbing

Isnani Dzuhrina, M.Adv




Kampus I
Jl. Sandang 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435



Kampus II
Jl. Bendaungan Sutami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 148 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

BERITA ACARA SEMINAR HASIL



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



BERITA ACARA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI

Pada Hari: Jum'at, 23 Januari 2026
Pukul: 15.00 WIB

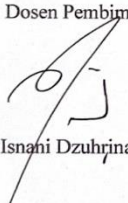
Telah dilaksanakan Seminar Hasil oleh:

1. Nama	: Mila Varistin
2. NIM	: 202210040311060
3. Program Studi	: Ilmu Komunikasi
4. Fakultas	: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
5. Judul Skripsi	: Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha (Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)
6. Pembimbing	: Isnani Dzuhrina, M.Adv
7. Penguji	: M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

Seminar hasil dilakukan secara daring/ online melalui platform Zoom Meeting dengan tautan link: <https://us06web.zoom.us/j/84755889459?pwd=rDwJfhvr3J08fP6aoCDpbBvHnXOa7T.1>

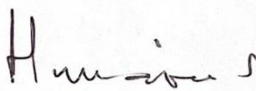
Dihadiri oleh dosen pembimbing, dosen penguji, dan 22 mahasiswa dengan daftar hadir terlampir. Penyajian seminar hasil dinyatakan LULUS/ ~~TIDAK LULUS~~.

Dosen Pembimbing




Isnani Dzuhrina, M.Adv

Malang, 16 Desember 2025
Dosen Penguji



M. Himawan Sutanto, S.Sos., M.Si

Mengetahui,
Kaprodi/Sekprodi Ilmu Komunikasi



Novin Farid Styo Wibowo, S. Sos, M.Si.



Kampus I
Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutani No 186 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 551 149 (Hunting)
F: +62 341 582 060

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 240 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 319 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL

 DAFTAR HADIR PESERTA SEMINAR HASIL PENELITIAN SKRIPSI PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI				
NO	NAMA	NIM	JURUSAN	UNIVERSITAS
1	Yoga Pratama	202210040311060	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
2	Dio Rico Ifan Afandi	202210040311232	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
3	Salma Alodia Dewi	202210040311189	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
4	Irzie Dimas Hendrawan	202010040311167	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
5	Aflahchintya Azka Ardhana	202210040311286	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
6	Nazwa Naura	202210040311086	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
7	Maulidyia Nurul Fadhilah	202210040311036	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
8	Bimo Priyo Prakoso	202210040311302	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
9	Delvin Fahrul Stevani	202210040311078	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
10	Citra Nafassuci	202210340311063	Teknik Sipil	Universitas Muhammadiyah Malang
11	Ulfa Dea Usman	202210360311262	Hubungan Internasional	Universitas Muhammadiyah Malang
12	Deviana Putri	202210040311337	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
13	Irawana Juwita	202210370311446	Teknik Informatika	Universitas Muhammadiyah Malang
14	Danu Tirta Jaya	202210040311072	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
15	Niko Hardiyanto	202210040311058	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
16	Nazla Ro'i Dzanabila	202210040311079	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
17	Amelia Dita Calista	202110040311137	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
18	Nadiva Shabrina Putri	202210040311330	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
19	Faradina Elzada Putri	202210040311057	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
20	Nashwa Kayla Erika Putri	202210040311081	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
21	Tais Shofil Fuadi Sawir	202210040311499	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang



Kampus I
Jl. Bendung 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 253 (Hunting)
F. +62 341 460 435

Kampus II
Jl. Bendungan Sutarni No 188 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 149 (Hunting)
F. +62 341 687 069

Kampus III
Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 464 318 (Hunting)
F. +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

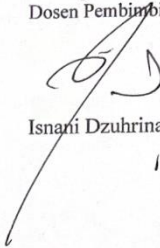


UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG



22	Bara Aji Saputra	202210040311157	Ilmu Komunikasi	Universitas Muhammadiyah Malang
----	------------------	-----------------	-----------------	------------------------------------

Malang, 25 Januari 2026
Dosen Pembimbing


Isnani Dzuhrina, M.Adv

Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 531 253 (Hunting)
F: +62 341 460 435

Kampus II

Jl. Bendungan Sulami No 188 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 351 140 (Hunting)
F: +62 341 582 000

Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur
P: +62 341 464 318 (Hunting)
F: +62 341 460 435
E: webmaster@umm.ac.id

ABSTRAK

ABSTRAK

Mila Varistin. NIM 202210040311060. Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha (Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id). Skripsi Sarjana Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Muhammadiyah Malang, 2026.

Media sosial menjadi sarana penting dalam penyebaran informasi dan pembentukan sikap masyarakat di era digital. YouTube dimanfaatkan sebagai platform penyajian konten video inspiratif, salah satunya melalui akun PecahTelur yang menampilkan kisah wirausahawan. Selain YouTube, Instagram digunakan sebagai media distribusi konten untuk memperluas jangkauan audiens. Penelitian ini berfokus pada pengaruh terpaan konten video inspiratif PecahTelur terhadap keputusan berwirausaha followers Instagram @Pecahtelur.id.

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Terpaan Media (Media Exposure Theory) yang meliputi frekuensi, atensi, dan durasi dalam mengakses konten media, serta didukung oleh model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) untuk melihat tahapan pengaruh pesan terhadap keputusan berwirausaha. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif melalui survei dengan teknik pengambilan sampel Simple Random Sampling. Analisis data meliputi uji asumsi klasik, analisis korelasi (Pearson Product Moment), regresi linear sederhana, serta uji hipotesis menggunakan uji T.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten tayangan video inspiratif PecahTelur terhadap keputusan berwirausaha yang terbukti dengan uji T dengan nilai t hitung $>$ t tabel dengan taraf signifikansi 0.05 yakni sebesar $12,904 > 1,984$, sedangkan pengaruh terbesar terdapat pada tahap attention dengan persentase respon positif sebesar 90,5%.

Kata kunci: Pengaruh Terpaan Video Inspiratif, Keputusan Berwirausaha

Dosen pembimbing



Isnani Dzuhring, M.Adv

Malang, 25 Januari 2026

Peneliti



Mila Varistin

KATA PENGANTAR

Assalaamu’alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh.

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya yang telah mengantarkan Penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul **“Pengaruh Terpaan Konten Video Inspiratif Terhadap Keputusan Berwirausaha (Survei Pada Followers Instagram @pecahtelur.id)”**

Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak yang telah memberikan bantuan, dukungan, doa, serta bimbingan yang sangat berarti. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. **Allah SWT**, atas segala limpahan rahmat, kesehatan, kekuatan, dan kemudahan yang tak terhitung jumlahnya. Di setiap proses yang terasa berat, di setiap kebingungan yang datang, selalu ada jalan yang Engkau bukakan. Skripsi ini tidak akan sampai pada titik akhir tanpa pertolongan, petunjuk, dan doa-doa yang Engkau ijabah.
2. **Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si.** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
3. **Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si.** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang.
4. **Bapak Novin Farid Styo Wibowo, S.Sos., M.Si.** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. **Ibu Isnani Dzuhrina, M.Adv** selaku Dosen Pembimbing yang telah memberikan bimbingan, arahan, pengetahuan, serta saran yang membangun selama proses penyusunan skripsi ini sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.
6. **Bapak dan Ibu Dosen serta seluruh staf Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas**

Muhammadiyah Malang, yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman, serta dukungan selama masa perkuliahan penulis.

7. **Ibu Sri Utami dan Bapak Subandi tercinta.** Terima kasih atas doa yang tidak pernah putus dan dukungan yang selalu menguatkan dalam setiap proses penulis. Terima kasih atas kerja keras yang tanpa lelah demi kelancaran pendidikan ini, atas setiap pengorbanan yang mungkin tak selalu terlihat, namun selalu terasa. Kepercayaan dan harapan yang Abah dan Mamak titipkan menjadi motivasi terbesar bagi penulis untuk segera lulus dan meraih gelar sarjana, menjadi satu-satunya sarjana di keluarga sebagai bentuk tanggung jawab dan persembahkan kecil untuk membalas semua perjuangan yang telah diberikan.
8. **Seluruh crew Urban Starlet.** Terima kasih telah menjadi ruang tumbuh sekaligus saksi perjuangan penulis menyelesaikan skripsi di sela-sela tanggung jawab pekerjaan. Terima kasih telah menjadi tempat berkeluh kesah, berbagi lelah, dan tetap saling menyemangati. Setiap kritik, saran, dan masukan yang diberikan menjadi bagian penting dari proses pendewasaan penulis hingga mampu sampai di titik ini.
9. **Rekan seperjuangan di bangku perkuliahan.** Terima kasih sudah mau jadi teman diskusi, teman bertukar cerita, dan teman bertumbuh sampai di titik akhir ini. Terima kasih untuk kebersamaan, dukungan, dan hal-hal kecil yang ternyata sangat berarti selama proses ini. Semoga pertemanan kita tetap terjaga, tidak hanya sampai lulus, tapi juga di perjalanan hidup setelahnya.
10. **Sahabat penulis, Maya Fiska dan Rusmila Ayu.** Terima kasih telah menjadi rumah. Tempat penulis kembali saat lelah, tempat cerita-cerita yang berantakan diterima tanpa syarat. Terima kasih sudah selalu ada, mendengarkan tanpa bosan, menguatkan tanpa diminta, dan percaya bahkan ketika penulis meragukan diri sendiri.
11. **Geng kos Fitnah Neraka dan Kak Dila.** Terima kasih telah hadir di tengah riuh dan stresnya masa skripsi penulis. Terima kasih sudah selalu mau mendengar setiap keluh kesah tanpa menghakimi, dan dengan sabar memberi motivasi saat penulis mulai lelah. Terima kasih untuk waktu-

waktu sederhana, obrolan singkat, tawa kecil, dan jeda sejenak yang kita sebut liburan, yang tanpa disadari menjadi healing dan menguatkan penulis untuk kembali melangkah.

12. Seluruh pihak yang telah terlibat dalam proses penyusunan skripsi ini.

Penulis mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya atas setiap bantuan, dukungan, doa, maupun kontribusi dalam bentuk apa pun yang mungkin tidak dapat disebutkan satu per satu. Setiap bentuk kebaikan, sekecil apa pun, memiliki arti yang besar dalam membantu penulis menyelesaikan perjalanan ini.

- 13. Terakhir,** penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada diri sendiri, **Mila Varistin**. Terima kasih telah bertahan sejauh ini. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan keraguan namun tetap dijalani, serta setiap ketakutan yang berhasil dilawan dengan keberanian. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas, meski tidak semua hal berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang tetap kuat, meski berkali-kali hampir menyerah. Terima kasih kepada raga yang terus melangkah, meski lelah sering kali tak terlihat. Penulis bangga kepada diri sendiri yang telah mampu melewati berbagai fase sulit dalam perjalanan ini. Semoga ke depannya raga ini tetap kuat, hati tetap tegar, dan jiwa tetap lapang dalam menghadapi setiap proses kehidupan. Mari terus bekerja sama untuk tumbuh dan berkembang, menjadi pribadi yang lebih baik dari hari ke hari.

DAFTAR ISI

LEMBAR SURAT PENGESAHAN	i
LEMBAR PENGESAHAN	ii
SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....	iii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
SURAT PERNYATAAN.....	v
SURAT BEBAS KULIAH	vi
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....	vii
TANDA TERIMA PLAGIASI.....	viii
BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI	ix
BERITA ACARA SEMINAR HASIL	x
LAMPIRAN AUDIENS SEMINAR HASIL	xi
ABSTRAK.....	xiii
KATA PENGANTAR	xiv
DAFTAR ISI.....	xvii
DAFTAR GAMBAR.....	xx
DAFTAR TABEL.....	xxi
DAFTAR LAMPIRAN.....	xxii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian	5
a. Manfaat Akademis	5
b. Manfaat Praktis	5

BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 New Media	6
2.1.1 Fungsi New Media	7
2.1.2 Efek Media	9
2.2 Konten Video Inspiratif	10
2.3 Keputusan.....	11
2.3.1 Pengertian Keputusan.....	11
2.3.2 Keputusan Berwirausaha.....	11
2.4 Terpaan (Exposure) Media.....	12
2.5 Media Exposure Theory.....	13
2.6 AIDA Model	15
2.7 Definisi Konseptual.....	16
2.7.1 Terpaan Konten Video Inspiratif Di Akun Youtube PecahTelur.....	16
2.7.2 Keputusan Berwirausaha.....	18
2.8 Definisi Operasional.....	19
2.9 Hipotesis.....	23
2.10 Penelitian Terdahulu	24
BAB III	27
METODE PENELITIAN.....	27
3.1 Pendekatan Penelitian	27
3.2 Tipe dan Dasar Penelitian	27
3.3 Tempat dan Waktu Penelitian	28
3.4 Populasi dan Sampel	28
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	29
3.6 Teknik Analisis Data.....	30
3.6.1 Uji Asumsi Klasik.....	30
3.6.2 Analisis Koefisien Korelasi	30
3.6.3 Analisis Regresi Linear Sederhana	31
3.6.4 Uji Hipotesis	32
3.7 Keabsahan Data.....	33
3.7.1 Uji Validitas	33

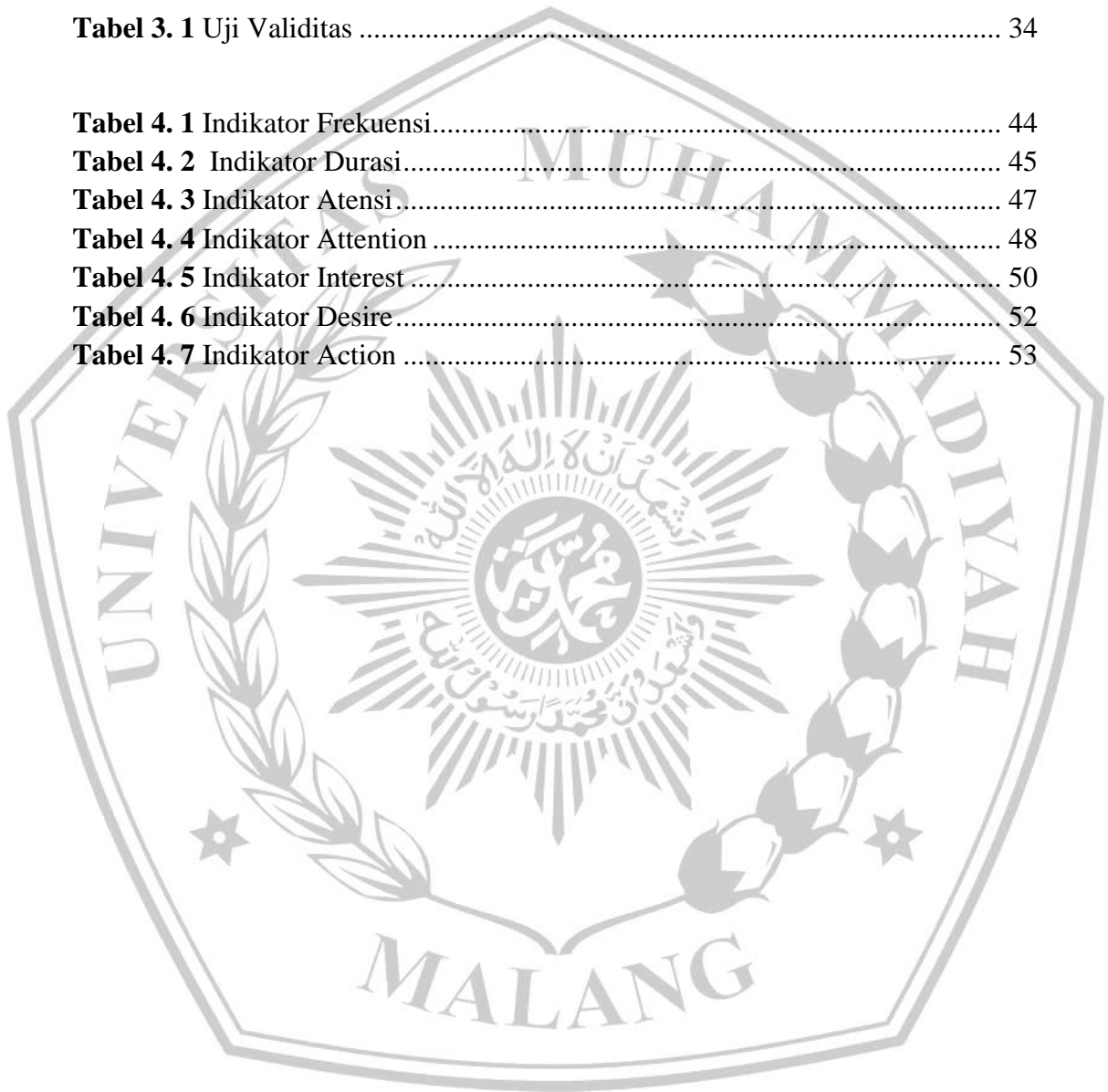
3.7.2 Uji Reliabilitas	35
BAB IV	37
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	37
4.1 Deskripsi Objek Penelitian.....	37
4.1.1 Akun Youtube PecahTelur	37
4.1.2 Profil Responden.....	42
4.2. Hasil dan Jawaban Responden	43
4.2.1 Variabel X (Pengaruh Terpaan Konten)	43
4.2.2 Variabel Y (Keputusan Berwirausaha)	48
4.3 Hasil Analisis Data.....	55
4.3.1 Uji Asumsi Klasik.....	55
4.4 Analisis Koefisien Korelasi	56
4.5 Analisis Regresi Linear Sederhana	58
4.6 Hasil Uji T.....	59
4.7 Pembahasan.....	59
BAB V.....	63
KESIMPULAN DAN SARAN.....	63
5.1 Kesimpulan	63
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Akademis	64
5.2.2 Saran Praktis	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	71

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Komentar pada konten PecahTelur.....	3
Gambar 1. 2 Komentar pada konten PecahTelur.....	3
Gambar 3. 1 Rumus Pearson Product Moment & Keterangan.....	31
Gambar 3. 2 Koefisien Korelasi	31
Gambar 3. 3 Rumus Regresi Linear Sederhana & Keterangan	32
Gambar 3. 4 Rumus Uji Reliabilitas & Keterangan	35
Gambar 3. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel X.....	36
Gambar 3. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y.....	36
Gambar 4. 1 Akun Youtube PecahTelur	38
Gambar 4. 2 Segmen Cerita Usaha.....	39
Gambar 4. 3 Segmen Para Perintis	39
Gambar 4. 4 Segmen Tandur.....	40
Gambar 4. 5 Segmen Ingon-ingon.....	40
Gambar 4. 6 Segmen Setara	41
Gambar 4. 7 Podcast PecahTelur.....	41
Gambar 4. 8 Detektif Bisnis	42
Gambar 4. 9 Hasil Uji Normalitas	55
Gambar 4. 10 Hasil Uji Linearitas.....	56
Gambar 4. 11 Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi.....	57
Gambar 4. 12 Koefisien Korelasi	57
Gambar 4. 13 Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana	58
Gambar 4. 14 Hasil Uji T	59

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Operasional.....	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Uji Validitas	34
Tabel 4. 1 Indikator Frekuensi.....	44
Tabel 4. 2 Indikator Durasi.....	45
Tabel 4. 3 Indikator Atensi.....	47
Tabel 4. 4 Indikator Attention.....	48
Tabel 4. 5 Indikator Interest.....	50
Tabel 4. 6 Indikator Desire.....	52
Tabel 4. 7 Indikator Action.....	53



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuisisioner Penelitian.....	71
Lampiran 2 Profile Responden.....	72
Lampiran 3 Hasil Jawaban	74
Lampiran 4 Dokumentasi Pengiriman Tautan Kuesioner kepada Responden Terpilih Secara Acak melalui Media Sosial (Instagram Direct Message).	75
Lampiran 5 Dokumentasi Wawancara dengan Manajer PecahTelur sebagai Objek Penelitian.....	75



DAFTAR PUSTAKA

- Afifandasari, N., & Subiyantoro, A. (2022). Analisis keputusan berwirausaha pada generasi muda.
- Agusmiati, D., & Wahyudin, A. (2018). Pengaruh Lingkungan Keluarga, Pengetahuan Kewirausahaan, Kepribadian, dan Motivasi, terhadap Minat Berwirausaha dengan Self Efficacy sebagai Variabel Moderating. *Economic Education Analysis Journal*, 7(3), 878-893.
- Ardiano, E. (2019). *Komunikasi massa: Teori dan aplikasi*. Pustaka Ilmu.
- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arikunto, S. (2013). *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, S. (2012). *Reliabilitas dan validitas*. Pustaka Pelajar.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2019). *Mass communication theory: Foundations, ferment, and future* (8th ed.). Cengage Learning.
- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2018). *Advertising and promotion: An integrated marketing communications perspective* (11th ed.). McGraw-Hill Education.
- Brodie, R. J., Hollebeek, L. D., Jurić, B., & Ilić, A. (2013). Customer engagement in a virtual brand community: An exploratory analysis. *Journal of Business Research*, 66(1), 105–114. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2011.07.029>
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- C, G. M., & Brock, T. C. (2000). The role of transportation in the persuasiveness of public narratives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 79(5), 701-721.
- DataReportal. (2025). *Digital 2025: Indonesia*. <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>
- Dusak, I. K., & Sudiksa, I. B. (2016). Pengaruh faktor internal terhadap minat menjadi wirausaha.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.

- Escalas, J. E. (2004). Narrative processing: Building consumer connections to brands. *Journal of Consumer Psychology*, 14(1–2), 168–180. https://doi.org/10.1207/s15327663jcp1401&2_19
- Firman, A., Rahmawati, D., & Nugroho, S. (2025). The role of social media in supporting entrepreneurship development among youth. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis Digital*, 3(1), 45–58.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2015). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. New York: Psychology Press.
- Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Global Entrepreneurship Monitor. (2023). *Global entrepreneurship monitor 2023/2024 global report*. <https://www.gemconsortium.org>
- Hasan, M., Kusnadi, D., & Sari, P. (2023). Digital learning media in the era of society 5.0. *Jurnal Pendidikan Teknologi dan Kejuruan*, 29(2), 210–219.
- HypeAuditor. (n.d.). HypeAuditor: Influencer marketing analytics platform. <https://hypeauditor.com/>
- Ibrahim, A., Pratama, R., & Lestari, D. (2025). The influence of YouTube business content on entrepreneurial intention. *International Journal of Entrepreneurship Studies*, 7(1), 12–25.
- Indrawan, R., & Yaniawati, R. P. (2020). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan campuran*. Bandung: Refika Aditama.
- Junaidi, A. (2018). *Komunikasi massa di era digital*. Jakarta: Kencana.
- Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1974). *Uses and Gratifications Research*. *Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509–523.
- Kementerian Koperasi dan UKM Republik Indonesia. (2023). *Laporan Tahunan Pengembangan Kewirausahaan*. <https://kemenkopukm.go.id/>

- Kotler, P., & Armstrong, G. (2000). *Principles of Marketing* (9th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Harlow: Pearson Education Limited.
- Maria, S., & Widayatmoko, W. (2019). The influence of social media on consumer behavior. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 8(2), 140–150.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Mcquail, Edisi 6 Buku 1* (6th ed.). Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's mass communication theory* (6th ed.). SAGE Publications.
- Munir. (2012). *Pembelajaran jarak jauh berbasis teknologi informasi dan komunikasi*. Bandung: Alfabeta.
- Moriansyah, S. (2015). Pengaruh Iklan dan Daya Tarik terhadap Minat Beli Konsumen pada Produk Operator Seluler IM3 di Kalangan Mahasiswa Universitas Tanjungpura Pontianak. *Jurnal Ekonomi Manajemen dan Akuntansi (JEMAKO)*, 4(2), 56–66.
- Morissan. (2020). *Periklanan: Komunikasi pemasaran terpadu*. Kencana.
- Nasrullah, R. (2020). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Kencana.
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature. *Journal of Economic Psychology*, 63, 92–107. <https://doi.org/10.1016/j.joep.2017.09.012>
- Nugroho, A., & Wibowo, D. (2018). *Pengaruh Konten Media Sosial terhadap Minat Beli Konsumen di Era Digital*. *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 145–157.
- Panuju, R. (2019). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Pratiwi, A., & Lestari, S. (2021). Pengaruh terpaan media digital terhadap pembentukan keputusan berwirausaha generasi muda. *Jurnal Komunikasi Digital*, 5(2), 87–98.
- Putra, A. W., & Dewi, S. R. (2019). *Pengaruh Media Sosial YouTube terhadap Minat Wirausaha Mahasiswa*. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 7(1), 12–20.
- Putra, A. (2021). *Pengaruh media sosial terhadap minat berwirausaha generasi muda*. Yogyakarta: Deepublish.

- Putri, R., Handayani, T., & Prasetyo, B. (2022). Factors influencing entrepreneurial decision-making among youth. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 24(2), 101–112.
- Rahmasari, F. (2021). *Pengaruh terpaan iklan Wardah “Feel the Beauty” di televisi terhadap minat beli mahasiswi* [Skripsi]. Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahmawati, N., & Suryani, T. (2020). *Analisis Pengaruh Paparan Konten Media terhadap Perilaku Konsumen Digital*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(3), 201–213.
- Rahayu, Z. (2016). *Media pembelajaran dalam pendidikan*.
- Rakhmat, J. (2004). *Psikologi komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Santrock, J. W. (2011). *Educational Psychology* (5th ed.). New York, NY: McGraw-Hill.
- Sari, D. P., & Wibowo, A. (2021). Konten video inspiratif sebagai media motivasi kewirausahaan generasi muda di Indonesia. *Jurnal Media dan Komunikasi*, 15(1), 45–58.
- Sissors, J. Z., & Baron, R. B. (2010). *Advertising media planning* (7th ed.). McGraw-Hill.
- Schunk, D. H. (2012). *Learning Theories: An Educational Perspective* (6th ed.). Boston, MA: Pearson Education.
- Smith, A. (2020). *Social media and digital communication*. New York: Routledge.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Susantiningrum, S., Legowo, E., Sakuntalawati, L. R. D., Ibad, I., Kurniawati, D. Y., & Akbarini, N. R. (2021). Faktor–Faktor Keberhasilan Wirausaha Mahasiswa Berbasis Marketing Mix 7P. *Jurnal Kewirausahaan dan Bisnis*, 26(2), 100-111.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suherman, A., Hidayat, R., & Santoso, D. (2023). Digital entrepreneurship development in Indonesia. *Jurnal Ekonomi Kreatif*, 8(1), 55–67.
- Tim Kemdikbud. (2017). *Panduan pemanfaatan media pembelajaran*. Jakarta: Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan.
- Universitas Medan Area. (2022). Teori new media: Pengertian, fungsi, dan manfaatnya. <https://manajemen.uma.ac.id/2022/06/teori-new-media-pengertian-fungsi-dan-manfaatnya/>
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application* (6th ed.). McGraw-Hill.

- Widyatama, R. (2009). *Komunikasi Efektif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Widyartono, A., & Tyra, M. J. (2023, 03). Pengaruh Literasi Digital dan Literasi Informasi terhadap Minat Berwirausaha Pada Generasi Muda di Kota Palembang. *Jurnal Disrupsi Bisnis*, 6(3), 305. <http://dx.doi.org/10.32493/drj.v6i3.29197>
- Wright, C. R. (1986). *Mass communication: A sociological perspective* (4th ed.). New York: Random House.
- Yudha, R. P., & Irwansyah. (2018). Social media and communication behavior in digital era. *Jurnal Komunikasi*, 10(1), 45–54.
- Yusup, P. M., & Subekti, D. (2010). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

