

**PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE FIERSA BESARI  
TERHADAP AKSI MENDAKI GUNUNG**

(Survey Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas  
Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

**SKRIPSI**

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



**Oleh :**

Ahmad Nurul Very Ardiansyah  
(202010040311412)

**Dosen Pembimbing :**

Arum Martikasari, M.Med.Kom

**Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik  
Universitas Muhammadiyah Malang  
2024**

## LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE FIERSA BESARI  
TERHADAP AKSI MENDAKI GUNUNG**  
(Survey Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas  
Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

Diajukan Oleh :

**AHMAD NURUL VERY ARDIANSYAH**

202010040311412

Telah disetujui  
*Rabu, 22 Mei 2024*

Pembimbing I



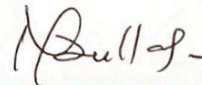
**Arum Martikasari, M.Med.Kom,**

Wakil Dekan I



**Najamul Haidar, S.IP., M.Hub.Int.**

Ketua Program Studi  
Ilmu Komunikasi

  
**Nasrullah, M.Si.**

# SKRIPSI



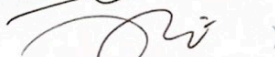
Dipersiapkan dan disusun oleh :

**AHMAD NURUL VERY ARDIANSYAH**

**202010040311412**

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi  
dan dinyatakan  
LULUS  
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar  
Sarjana ( SI ) Ilmu Komunikasi  
Rabu, 22 Mei 2024  
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

1. **Dr. Farid Rusman, M.Si** (  )
2. **Nurudin, M.Si** (  )
3. **Arum Martikasari, M.Med.Kom,** (  )

Mengetahui  
Wakil Dekan **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**

  
**Najamuddin Khatib, S.IP., M.Hub.Int.**

## SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### SURAT KETERANGAN

Nomor : E.6.e/ /FISIP-UMM/X/2024

Bersama ini kami sampaikan bahwa, mahasiswa:

Nama : Ahmad Nurul Very Ardiansyah  
No. Induk Mahasiswa : 202010040311412  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP MINAT MENDAKI GUNUNG (Studi Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

Telah melakukan bimbingan Tugas Akhir dan **Siap Diuji**. Demikian, atas perhatiannya kami ucapkan banyak terima kasih

Malang , 28 Maret 2024

Dosen Pembimbing

Arum Martikasari, M.Med.Kom



#### Kampus I

Jl. Bandung 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 253 (Hunting)  
F. +62 341 490 435

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sulam No 156 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 580 060

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 746 Malang Jawa Timur  
P. +62 341 854 219 (Hunting)  
F. +62 341 490 435  
E. webmaster@umm.ac.id

## LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG



### Lembar Persetujuan Skripsi

Nama : Ahmad Nurul Very Ardiansyah  
NIM : 202010040311412  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari  
TERHADAP MINAT MENDAKI GUNUNG (Studi Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta  
Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

Disetujui,  
Pembimbing

(Arum Martikasari, M.Med.Kom)

Mengetahui,  
Ketua Prodi Ilmu Komunikasi

Nasrullah, S.Sos, M.Si.



#### Kampus I

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

#### Kampus II

Jl. Bendungan Sutama No 188 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 551 149 (Hunting)  
F. +62 341 582 080

#### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 319 (Hunting)  
F. +62 341 460 435  
E. webmaster@umm.ac.id

# SURAT PERNYATAAN



UNIVERSITAS  
MUHAMMADIYAH  
MALANG

## SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



Nama : Ahmad Nurul Very Ardiansyah

NIM : 202010040311412



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 KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP MINAT MENDAKI GUNUNG (Studi Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

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 maupun 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 ROYALTI NON EKSKLUSIF.

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

Malang, 28 Maret 2024

Yang Menyatakan,

  
Ahmad Nurul Very A



### Kampus I

Jl. Damdang 1 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 561 253 (Hunting)  
F. +62 341 460 436

### Kampus II

Jl. Dendungan Sutawati No 198 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 501 149 (Hunting)  
F. +62 341 561 060

### Kampus III

Jl. Raya Tlogomas No 246 Malang, Jawa Timur  
P. +62 341 464 318 (Hunting)  
F. +62 341 461 436  
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

PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP MINAT MENDAKI GUNUNG (Studi Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

Oleh: Ahmad Nurul Very Ardiansyah

Nama : Ahmad Nurul Very Ardiansyah

NIM : 202010040311412

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 28 Maret 2024

Pembimbing I/Promotor

Arum Martikasari, M.Med.Kom

NIP. 151224031987



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

Kampus II  
Jl. Bendungan Sulaimi No 158 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

TANDA TERIMA PLAGIASI



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Tanda Terima  
Plagiasi

Nama : Ahmad Nurul Very A

NIM : 2020000311112

Hasil Plagiasi : 06/05

BAB I	19			
BAB II	19			
BAB III	18			

06/05

BAB IV	8			
BAB V	19			
BAB VI				



PROGRAM STUDI  
ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

Malang, 02 Mei 2024  
Admin Plagiasi Prodi,

M. Dasuki












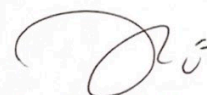
## BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

### Berita Acara Pembimbing Skripsi

Nama Lengkap : Ahmad Nurul Very Ardiansyah  
NIM : 202010040311412  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Public Relation  
Fakultas : Ilmu Sosial Dan Ilmu Komunikasi  
Judul Penelitian : **PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP AKSI MENDAKI GUNUNG**  
(Survey Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024))  
Dosen Pembimbing : Arum Martikasari, M. Med. Kom  
Kronologi Bimbingan :

Tanggal	Deskripsi Hasil Bimbingan Skripsi	Tanda Tangan
03/04/2023	ACC Judul Skripsi & Penulisan Skripsi BAB I Sampai BAB III	
06/05/2024	Melakukan Bimbingan BAB I Sampai BAB III	
06/07/2024	Seminar Proposal	
08/08/2024	Melanjutkan Penelitian & Mencari Data Penelitian	
03/01/2024	Melakukan Bimbingan BAB IV Sampai BAB V	
12/02/2024	ACC Seminar Hasil	
08/03/2024	Seminar Hasil	

Malang, 28 Maret 2024  
Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M. Med. Kom

## BERITA ACARA SEMINAR HASIL

### Berita Acara Seminar Hasil

Pada hari Jumat, 8 Maret 2024, telah dilaksanakan seminar hasil skripsi oleh :

Nama Peneliti	Ahmad Nurul Very Ardiansyah
NIM	202010040311412
Konsentrasi Studi	Public Relation/Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi	PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP Aksi MENDAKI GUNUNG (Survey Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)

Dihadiri Oleh Dosen Penguji :

1. Nurudin, S.Sos., M.Si.

Dihadiri Oleh Dosen Pembimbing :

1. Arum Martikasari, M. Med. Kom

Dan Dihadiri Oleh 30 Peserta

Penyajian dikatakan ~~FIDAK~~ LULUS

Mengetahui,  
Dosen Pembimbing



Arum Martikasari, M. Med. Kom

Malang, 28 Maret 2024



Nurudin, S.Sos., M.Si.

Kepala Studi Ilmu Komunikasi



Nasrullah, S.Sos, M.Si.

## ABSTRAK

### ABSTRAK

Ahmad Nurul Very Ardiansyah, 202010040311412, PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE @FiersaBesari TERHADAP AKSI MENDAKI GUNUNG (Studi Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024) 6 Buku 15 Jurnal 9 Website dan 7 Youtube.

Perkembangan teknologi saat ini semakin maju dengan adanya sebuah media baru yang muncul, seperti media sosial yang menjadi salah satu kebutuhan utama bagi yang menggunakannya, salah satunya YouTube merupakan salah satu media sosial yang timbul karena perkembangan teknologi dan banyaknya kebutuhan masyarakat dalam menggunakan digital sebagai media berkomunikasi dan mendapatkan informasi. YouTube memberikan kemudahan masyarakat digital untuk mengunggah, menonton, dan membagikan video dimana penggunaannya dapat membuat channel pribadi. peneliti lebih memfokuskan pada pengaruh tayangan Youtube. tujuan penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui bagaimana konten youtube yang diakses oleh audience untuk mengetahui seberapa besar Aksi untuk mendaki Gunung.

Teori utama yang digunakan dalam penelitian ini adalah Media Exposure Theory untuk mengamati banyaknya informasi yang diperoleh melalui media, yang meliputi frekuensi, atensi dan durasi penggunaan pada setiap jenis media yang digunakan. dan menggunakan Teori model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action) merupakan strategi komunikasi yang bertujuan untuk menarik perhatian, membangkitkan minat, merangsang keinginan, dan mendorong tindakan untuk melakukan sesuatu. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Total Sampling dan dianalisis menggunakan analisis koefisien korelasi, koefisien determinan, dan analisis regresi sederhana. Pengujian hipotesis menggunakan Uji T.

Hasil Penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten tayangan video youtube @FiersaBesari terhadap Aksi untuk mendaki Gunung yang terbukti dengan uji T dengan nilai t hitung > t tabel dengan taraf signifikansi 0,05 yakni sebesar  $6,346 > 2,048$ , sedangkan besar pengaruhnya sebesar 57% yang dapat dikatakan kuat terhadap Aksi untuk mendaki Gunung.

**Kata Kunci : Pengaruh Tayangan Youtube, Aksi Mendaki Gunung**

Malang, 6 Februari 2024

Menyetujui

Pembimbing



Arum Martikasari, M. Med. Kom

Peneliti



Ahmad Nurul Very Ardiansyah

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan rahmat-Nya yang telah mengantarkan Penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul “PENGARUH KONTEN TAYANGAN VIDEO YOUTUBE FIERSA BESARI TERHADAP AKSI MENDAKI GUNUNG (Survei Pada Mahasiswa/i Anggota Divisi Pecinta Alam (DIMPA) Universitas Muhammadiyah Malang Periode 2023 - 2024)”. Penulis menyadari bahwa masih terdapat kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun, berkat bimbingan, pengetahuan, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan tulus, Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT, dengan limpahan rahmat dan petunjuk-Nya, serta anugerah kesehatan yang diberikan kepada saya, saya dapat menyelesaikan naskah tugas akhir skripsi ini.
2. Kepada ibu dan ayah saya, Bapak M. Nurul Huda dan Ibu Saidah yang selalu memberikan dukungan, semangat, penghargaan, dan doa terbaik untuk membantu putra mereka dalam menyelesaikan skripsi dengan lancar.
3. Bapak Prof. Dr. H. Nazaruddin Malik, SE., M.Si. selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang yang telah memberikan fasilitas guna kelancaran pembelajaran.
4. Bapak Nasrullah, M.Si, sebagai Ketua Program Studi (Prodi) Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang.
5. Ibu Arum Martikasari, M. Med. Kom sebagai Dosen Pembimbing Tugas Akhir Skripsi saya, beliau secara konsisten memberikan pengetahuan, semangat, motivasi, humor, dan tidak lupa selalu mengingatkan saya untuk menyelesaikan tugas akhir skripsi ini dengan segera.
6. Para dosen di Program Studi Ilmu Komunikasi telah memberikan pengetahuan, semangat, dan motivasi kepada saya selama menempuh studi sebagai mahasiswa.
7. Kepada semua anggota DIMPA (Divisi Mahasiswa Pecinta Alam Universitas Muhammadiyah Malang) yang sudah memberikan akses dan mempermudah dalam melakukan penelitian.
8. Kepada HIMAKOM UMM yang menjadi rumah bagi penulis dan memberikan ruang bagi penulis untuk berkembang ,belajar, serta memberikan relasi yang sangat banyak sampai dengan penulis di titik ini.

9. Kepada teman-teman dan sahabat saya yang belum bisa saya sebutkan namanya dalam kata pengantar ini, terimakasih sudah mau berteman dengan saya, membuat saya tidak merasa kesepian dan sendirian.
10. Tugas akhir ini saya persembahkan semua pihak yang telah bertanya “kapan sidang?”, “kapan wisuda?”, “kapan nyusul”, dan lainnya. Kalian adalah alasan saya segera menyelesaikan tugas akhir ini.
11. Terima Kasih pada Guyon Waton, denny Caknan, Happy Asmara, Ndarboy Genk, Masdddho beserta musisi dangdut top Indonesia yang telah menjadi playlist lagu penulis dikala mengerjakan skripsi.

Sebagai penutup, diharapkan bahwa skripsi ini dapat memberikan manfaat dan kontribusi dalam bidang ilmu pengetahuan yang saya tekuni. Saya menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki ruang untuk peningkatan, oleh karena itu, saya sangat menghargai saran, kritik, dan masukan yang membangun untuk perbaikan di masa mendatang.



## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PENGESAHAN.....</b>	<b>1</b>
<b>SURAT KETERANGAN SIAP DIUJI.....</b>	<b>3</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>4</b>
<b>SURAT PERNYATAAN.....</b>	<b>5</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI.....</b>	<b>6</b>
<b>TANDA TERIMA PLAGIASI.....</b>	<b>7</b>
<b>BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI.....</b>	<b>8</b>
<b>BERITA ACARA SEMINAR HASIL.....</b>	<b>9</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>10</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>11</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>13</b>
<b>BAB I</b>	
<b>PENDAHULUAN.....</b>	<b>19</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	19
1.2 Rumusan Masalah.....	24
1.3 Tujuan Penelitian.....	24
1.4 Manfaat Penelitian.....	24
<b>BAB II</b>	
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>26</b>
2.1 Youtube Sebagai Media Komunikasi Digital.....	26
2.1.1 Pengertian Komunikasi.....	26
2.1.1.1 Fungsi Komunikasi.....	27
2.1.1.2 Unsur-unsur komunikasi.....	28
2.1.2 Komunikasi Digital.....	30
2.1.3 Macam – Macam Media Komunikasi Digital.....	32
2.1.3.1 Youtube.....	32
2.1.3.2 Instagram.....	37
2.1.3.2 Tiktok.....	37
2.1.3.2 X/Twitter.....	37
2.2 Macam Macam Efek Terpaan Youtube.....	38
2.3 Aksi Mendaki Gunung.....	40
2.4 Landasan Teori.....	41
2.4.1 Media Exposure Theory.....	41
2.4.2 AIDA Model.....	42
2.5 Definisi Operasional.....	44
2.6 Kerangka Teoritis.....	47
2.7 Hipotesis Dan Definisi Konseptual.....	48
2.7.1 Terpaan konten youtube pendakian Fiersa Besari.....	49

2.7.2 Aksi Mahasiswa Dalam Mendaki Gunung.....	50
2.8 Penelitian Terdahulu.....	<b>51</b>
<b>BAB III</b>	
<b>METODE PENELITIAN.....</b>	<b>55</b>
3.1 Tipe Dan Pendekatan Penelitian.....	55
3.2 Populasi Dan Sampel.....	56
3.2.1 Populasi.....	56
3.2.2 Sampel.....	56
3.3 Waktu Dan Tempat Penelitian.....	56
3.4 Sumber Data.....	56
3.4.1 Data Primer.....	56
3.4.2 Data Sekunder.....	57
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	57
3.5.1 Angket.....	57
3.5.2 Dokumenter.....	57
3.6 Instrumen Penelitian.....	58
3.6.1 Uji Validitas.....	58
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	60
3.7 Teknik Pengolahan Data Dan Analisis Data.....	62
3.7.1 Teknik Pengolahan Data.....	62
3.7.2 Teknik Analisis Data.....	63
3.7.2.1 Uji Asumsi Klasik.....	63
3.7.2.2 Analisis Koefisiensi Korelasi.....	63
3.7.2.3 Analisis Regresi Sederhana.....	64
3.7.2.4 Analisis Koefisien Determinasi.....	65
3.8 Uji Hipotesis.....	65
3.8.1 Uji T.....	65
<b>BAB IV</b>	
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>66</b>
4.1 Hasil Penelitian.....	66
4.1.1 Deskripsi Data Responden Penelitian.....	66
4.1.2 Data Responden Penelitian.....	68
4.2 Teknik Analisis Data.....	76
4.2.2 Uji Asumsi Klasik.....	76
4.2.3 Analisis Koefisien Korelasi.....	77
4.2.4 Analisis Regresi Sederhana.....	78
4.2.5 Analisis Koefisien Determinasi.....	79
4.3 Uji Hipotesis.....	80
4.3.1 Uji T.....	80
4.4 Pembahasan.....	81
<b>BAB V</b>	
<b>PENUTUP.....</b>	<b>85</b>

5.1 Kesimpulan.....	85
5.2 Saran.....	86
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>87</b>
<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN.....</b>	<b>90</b>



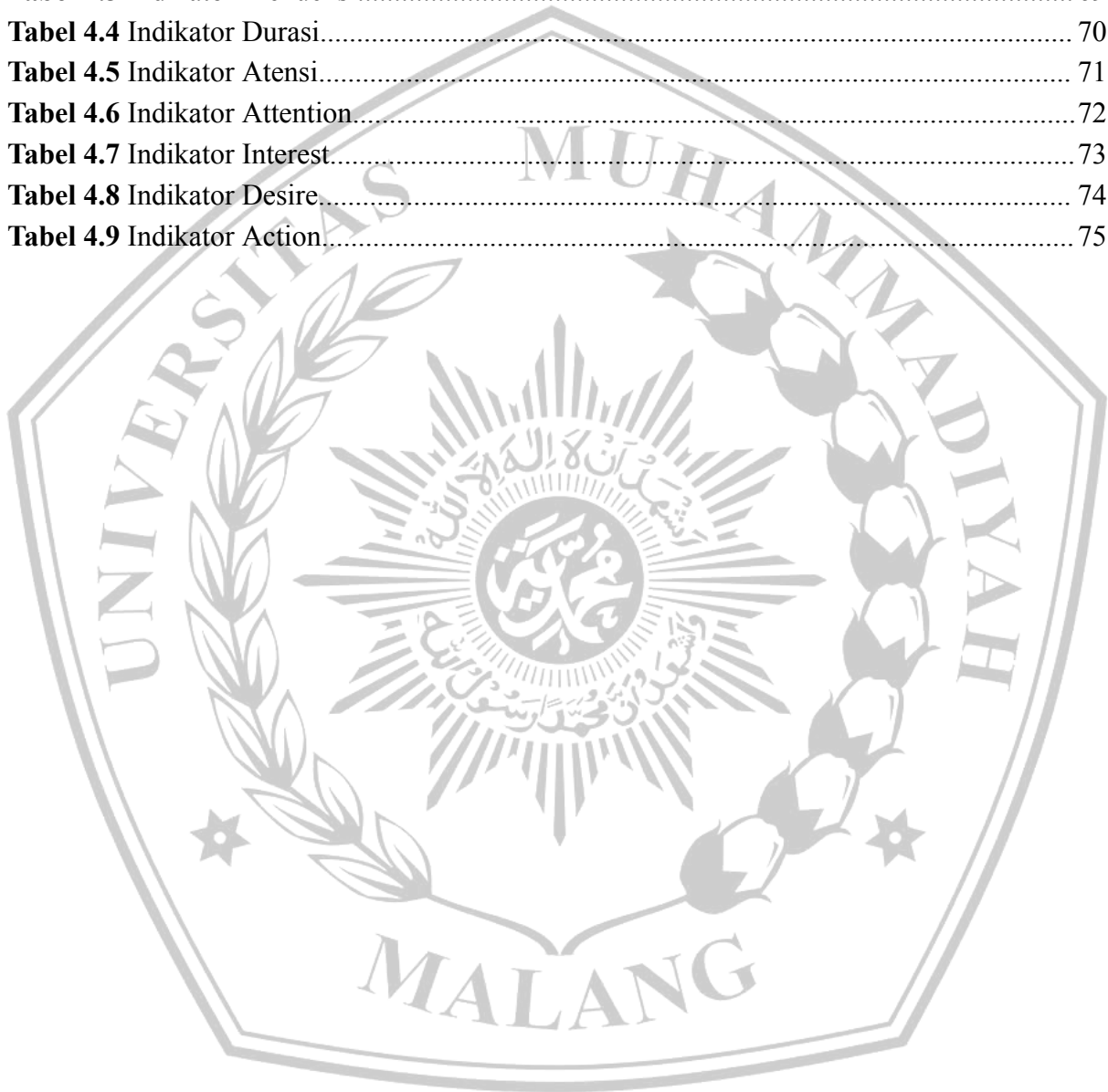


## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1.1</b> Populasi penggunaan media.....	20
<b>Gambar 1.2</b> Durasi penggunaan media.....	20
<b>Gambar 1.3</b> Demografi penggunaan media.....	21
<b>Gambar 1.4</b> Data Penggunaan Youtube.....	21
<b>Gambar 1.5</b> Data Profil Akun Youtube Fiersa Besari.....	22
<b>Gambar 2.1</b> Kerangka Teoritis.....	48
<b>Gambar 3.1</b> Hasil Uji Reliabilitas variabel X.....	61
<b>Gambar 3.2</b> Hasil Uji Reliabilitas variabel Y.....	62
<b>Gambar 3.3</b> Rumus Pearson Correlation.....	64
<b>Gambar 3.4</b> Koefisien Korelasi.....	64
<b>Gambar 4.1</b> Hasil Uji Normalitas.....	76
<b>Gambar 4.2</b> Uji Linieritas.....	77
<b>Gambar 4.3</b> Hasil Uji Analisis Koefisien Korelasi.....	77
<b>Gambar 4.4</b> Keterangan Tingkat Interval Koefisien Korelasi.....	78
<b>Gambar 4.5</b> Hasil Uji Regresi Sederhana.....	78
<b>Gambar 4.6</b> Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	79
<b>Gambar 4.7</b> Keterangan Tingkat Interval Koefisien Determinasi.....	80
<b>Gambar 4.8</b> Hasil Uji Hipotesis.....	80

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 2.1</b> Definisi Operasional.....	44
<b>Tabel 2.2</b> Penelitian Terdahulu.....	52
<b>Tabel 3.1</b> Hasil Uji Validitas.....	59
<b>Tabel 4.1</b> Deskripsi Responden Penelitian.....	66
<b>Tabel 4.2</b> Deskripsi Responden Penelitian indikator pengalaman.....	78
<b>Tabel 4.3</b> Indikator Frekuensi.....	69
<b>Tabel 4.4</b> Indikator Durasi.....	70
<b>Tabel 4.5</b> Indikator Atensi.....	71
<b>Tabel 4.6</b> Indikator Attention.....	72
<b>Tabel 4.7</b> Indikator Interest.....	73
<b>Tabel 4.8</b> Indikator Desire.....	74
<b>Tabel 4.9</b> Indikator Action.....	75



## DAFTAR LAMPIRAN

<b>LAMPIRAN - LAMPIRAN</b> .....	<b>90</b>
<b>Lampiran 1</b> Draft Pertanyaan.....	92
<b>Lampiran 2</b> Profil dan Jawaban Responden.....	97
<b>Lampiran 3</b> Hasil Tabel Kuesioner Variabel X.....	99
<b>Lampiran 4</b> Hasil Tabel Kuesioner Variabel Y.....	99



## DAFTAR PUSTAKA

- Aria Indhi, Fenomena Youtube Sebagai Media Penyiaran Di Zaman Modern.
- Anwar, F. (2024). Pengaruh Konten Digital Traveling Terhadap Minat Berwisata Gen Z. *Scientica: Jurnal Ilmiah Sains dan Teknologi*, 2(2), 36-58.
- Arnesti, N., & Hamid, A. (2015). Penggunaan Media Pembelajaran Online – Offline Dan Komunikasi Interpersonal Terhadap Hasil Belajar Bahasa Inggris. *Jurnal Teknologi Informasi & Komunikasi Dalam Pendidikan*, 2(1).
- Athira, N. (2020). *PENGARUH TERPAAN VIDEO YOUTUBE ONE BRAND MAKE-UP TUTORIAL TASYA FARASYA TERHADAP KESADARAN MEREK (Studi pada Komunitas Malang Beauty Community)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).
- Ardianto, E. d. (2007). Komunikasi Suatu Pengantar . In E. d. Ardianto. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Agustina, L. (2018). Pencarian Informasi Di Era Pemasaran Online.
- Butsi, F. I. (2019). Memahami pendekatan positivis, konstruktivis dan kritis dalam metode penelitian komunikasi. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi Communique*, 2(1), 48-55.
- Cangara, Hafied. 2008. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers
- Danuri, M. (2019). Perkembangan dan transformasi teknologi digital. *Jurnal Ilmiah Infokam*, 15(2)
- Drs. Jalaluddin Rakhmat, M. (2004). Metode Penelitian Komunikasi. In J. Rakhmat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Edwin, N. (2009). Mendaki Gunung Sebuah Tantangan Petualangan. In N. Edwin. Jakarta: PT. Aya Media Pustaka.
- Effendy. ( 2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi. In Effendy. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Uchjana., O. (1996). Sistem Informasi Manajemen. Bandung: Mandar Maju.
- Flew, T. (2008). *New Media : an introduction*. New York : Oxford University Pers.
- Hamidi. (2010). Metode Penelitian Kualitatif Pendekatan Praktis Penulis Proposal dan Laporan Penelitian. In Hamidi. Malang: UU pers.
- Herdianto, S. (2018). *Pengaruh Terpaan Iklan" OK Google" Terhadap Citra Kota Surabaya (Studi Pada Komunitas Backpacker Indonesia Regional Malang)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Jihad, A. S. (2017). Pengaruh Tayangan VLOG (Video Blog) di Sosial Media YouTube Terhadap Minat Membuat VLOG (Video Blog)[Studi Pada

Mahasiswa Anggota Grup Line Ilmu Komunikasi UMM Angkatan 2013].  
*Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang.*

Khoiriyah, N. M. (2019). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN HORROR PADA CHANNEL YOUTUBE “JURNALRISA” TERHADAP SIKAP MAHASISWA HMI FISIP AKAN HAL-HAL MISTIS (Studi Pada Anggota Himpunan Mahasiswa Islam FISIP 2014-2018 Universitas Muhammadiyah Malang)* (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).

Kotler, K. (2009). *Manajemen Pemasaran*. In K. Kotler. Jakarta: Penerbit Erlangga.

Machmud, M. (2018). *Tuntunan Penulisan Tugas Akhir Berdasarkan Prinsip Dasar Penelitian Ilmiah*. Malang: Penerbit Selaras.

Maghfiroh, I. (2022). *PENGARUH TERPAAN TAYANGAN BELA NEGARA PADA PLATFORM YOUTUBE TERHADAP SIKAP NASIONALISME MAHASISWA DI MALANG (Studi Pada Mahasiswa FKIP UNISMA Angkatang 2021)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Malang).

McQuail, Denis. (2000). *Mass Communication Theory 5th Edition*. London: Sage Publication

Mufid, Muhamad. 2005. *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Jakarta: Prenada Media

Nasution, S. (2016). *Metode research (penelitian ilmiah) : usul tesis, desain penelitian, hipotesis, validitas, sampling, populasi, observasi, wawancara, angket*. In S. Nasution, *viii, 156 hlm. :ilus ;21 cm*. Jakarta: Bumi Aksara.

Nurudin. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. Malang: PT. Citra Intrans Selaras.

Oktivania, V. (2023). *PENGARUH HALAL AWARENESS, BRAND TRUST, E-WOM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK IMPLORA DI E-COMMERCE* (Doctoral dissertation, Universitas Siliwangi).

Permana, I. (2017). *Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung. Doctoral dissertation, FKIP UNPAS.*

Putri, K. R. (2018). *Analisis Efektivitas Iklan Online dengan Menggunakan Model AIDA (Attention, Interest, Desire, Action)(Studi Pengguna Online Shop Pada Mahasiswa Fisip Universitas Lampung).*

Rakhmat. (2004). *Metode Penelitian Komunikasi*. In Rakhmat. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. In J. Rakhmat. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Rini, E. &. (2017). *Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta)*. *eProceedings of Management, 4*.

Rizki, M. A. (2017). Pengaruh terpaan media sosial Instagram terhadap citra destinasi dan dampaknya pada keputusan berkunjung (Survei pada pengunjung kampung warna warni jodipan, kota malang. *Doctoral dissertation, Brawijaya University*.

Sugiyono. (2020). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. In Sugiyono. Bandung: Alfabeta.

Sukmadinata. (2005). Landasan Psikologi Proses Pendidikan. In Sukmadinata. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.

Vincentius Christantho, S. (2021). PENGARUH VIDEO YOUTUBE “ATAP NEGERI EPISODE 1, 2 DAN 3” FIERSA BESARI TERHADAP MINAT MAHASISWA DALAM MENDAKI GUNUNG PESAGI.

Watie, E. D. (2016). Periklanan dalam media baru (advertising in the new media). *Jurnal The Messenger*. 4, 37-43.

Winkel, W. (2009). Psikologi Pengajaran. In W. Winkel. Jakarta: Gramedia.

Watie, E. D. S. (2016). Komunikasi dan media sosial (communications and social media). *Jurnal The Messenger*, 3(2), 69-74.

#### **WEBSITE**

Widi, S., & Bayu, D. (2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. Retrieved from <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>

Sofiamaddalena. (2024). Digital 2023. Retrieved from <https://wearesocial.com/id/blog/2023/01/digital-2023/>

YouTube ramai jam berapa? - Komunitas YouTube. (n.d.). Retrieved from <https://support.google.com/youtube/thread/206526263/youtube-ramai-jam-berapa?hl=id>

Media sosial. (2023). Retrieved from [https://id.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)

#### **YOUTUBE**

Uji Descriptive Statistics Excel VS SPSS. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=VVgjDToVREY>

Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov || SPSS. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=h8xc8VH7Wpk>

Uji Linearitas Deviation From Linearity || SPSS. (2019). Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=iEtpKA1cqI>

Regresi Linear Sederhana Pengaruh Variabel Bebas Terhadap Variabel Terikat. (2019).

Retrieved from <https://www.youtube.com/watch?v=nwLNKAtrD8Y>

Uji Korelasi Hubungan Variabel X terhadap Variabel Y. (2019). Retrieved from

<https://www.youtube.com/watch?v=xgH4a31OgL4>

Koefisien Determinasi SPSS. (2019). Retrieved from

[https://www.youtube.com/watch?v=gf4HtnSJc\\_Y](https://www.youtube.com/watch?v=gf4HtnSJc_Y)

Cara Uji T dan Uji F Dengan SPSS | Ternyata Semudah Ini. (2022). Retrieved from

<https://www.youtube.com/watch?v=JYIpEatcUHU>

