



**PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE *MOTOMOBIL*
TERHADAP MINAT BELI MOBIL BEKAS DI KALANGAN
SUBSCRIBER YOUTUBE *MOTOMOBIL***



**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

MUHAMMAD RIZKY DARMAWAN

44222010064

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA
JAKARTA
2025**



**PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE *MOTOMOB*
TERHADAP MINAT BELI MOBIL BEKAS DI KALANGAN
SUBSCRIBER YOUTUBE *MOTOMOB***

**TUGAS AKHIR
SKRIPSI**

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Strata Satu (S-1) Ilmu Komunikasi

MERCU BUANA

MUHAMMAD RIZKY DARMAWAN

44222010064

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2025

HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Darmawan
NIM : 44222010064
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa Tugas Akhir berjudul:
“Pengaruh Konten Channel Youtube *Motomobi* Terhadap Minat Beli Mobil Bekas Di Kalangan Subscriber Youtube *Motomobi*” adalah hasil karya saya sendiri, tidak mengandung unsur plagiarisme, pelanggaran hak cipta, atau konten ilegal dalam bentuk apapun dan tidak melanggar hukum atau hak pihak manapun.

Apabila di kemudian hari ditemukan pelanggaran terhadap pernyataan ini, saya bersedia menanggung seluruh konsekuensi hukum dan membebaskan Universitas Mercu Buana dari segala bentuk tuntutan hukum dan saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

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

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 15 Januari 2026



Muhammad Rizky Darmawan

PERNYATAAN *SIMILARITY CHECK*

Saya yang bertanda tangan di bawah ini menyatakan, bahwa karya ilmiah yang ditulis oleh

Nama : Muhammad Rizky Darmawan

NIM : 44222010064

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Public Relations

Dengan judul “ Pengaruh Konten Channel Youtube Motomobi Terhadap Minat Beli Mobil Bekas Di Kalangan Subscriber Youtube Motomobi” ,telah dilakukan pengecekan similarity dengan sistem Turnitin pada tanggal 19 Januari 2026 didapatkan nilai persentase sebesar 30%

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, 19 Januari 2026
Administrator Turnitin



Rizki Agustin. S.Kom

KAMPUS MENARA BHAKTI

Jl. Raya Meruya Selatan No. 01, Kembangan, Jakarta Barat 11650
Telp. 021-5840815 / 021-5840816 (Hunting), Fax, 021-584 0813
<http://www.mercubuana.ac.id>, e-mail: umb@mercubuana.ac.id

HALAMAN PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Rizky Darmawan
NIM : 44222010064
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Pengaruh Konten Channel Youtube *Motomobi* Terhadap
Minat Beli Mobil Bekas Di Kalangan Subscriber Youtube *Motomobi*

Telah berhasil dipertahankan pada sidang tanggal 29 Desember 2025 dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing


UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Dudi Hartono, M.I.Kom
NIDN/NUPTK: 0320037307

Jakarta, 15 Januari 2026

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Prof. Dr. Ahmad Mulyana, M.Si
NIDN/NUPTK: 0318116602



Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si
NIDN/NUPTK: 0301117301

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, saya dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini yang berjudul **“Pengaruh Konten Channel Youtube *Motomobi* Terhadap Minat Beli Mobil Bekas Di Kalangan Subscriber Youtube *Motomobi*”**. Penulisan Tugas Akhir ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Saya menyadari bahwa, tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan Tugas Akhir ini, sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan Tugas Akhir ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. Ir. Andi Adriansyah, M.Eng selaku Rektor Universitas Mercu Buana
2. Prof. Dr. Ahmad Mulyana M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
3. Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
4. Dudi Hartono, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga, dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan Tugas Akhir ini
5. Bapak dan ibu dosen, staff tata usaha, serta seluruh pegawai program studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah membimbing, membantu, dan memberikan ilmu bermanfaat bagi penulis.
6. Seluruh keluarga ayah Muhammad Syafei, mama Lia Amilia, dan kakak Lisy Khaerunnisa yang telah ikut serta membantu penulis dengan do'a yang sepuh hati.
7. Pasangan seperjuangan Gavralla Bernita Burhani yang bersedia mendampingi penulis dalam kondisi apapun.

Akhir kata, saya berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga Tugas Akhir ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Jakarta, 29 Desember 2025
Penulis

HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORI UMB

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Rizky Darmawan
NIM : 44222010064
Fakultas/Program Studi : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi Judul
Tugas Akhir : Pengaruh Konten Channel Youtube *Motomobi* Terhadap
Minat Beli Mobil Bekas Di Kalangan Subscriber Youtube *Motomobi*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta,
Yang menyatakan,
UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Rizky Darmawan

**PENGARUH KONTEN *CHANNEL* YOUTUBE *MOTOMOB* TERHADAP
MINAT BELI MOBIL BEKAS DI KALANGAN SUBSRIBER YOUTUBE
*MOTOMOB***

MUHAMMAD RIZKY DARMAWAN

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten *channel* YouTube Motomobi terhadap minat beli mobil bekas di kalangan *subscriber*nya. Motomobi dipilih karena menyajikan *honest review* yang informatif, kredibel, relevan, serta mencerminkan praktik *Marketing Public Relations* (MPR) melalui penyampaian informasi yang membangun kepercayaan dan citra positif.

Dengan menggunakan teori Stimulus–Organism–Response (S-O-R) dan konsep MPR, penelitian ini menjelaskan bagaimana kualitas informasi, gaya penyampaian, visual–audio, dan relevansi konten memengaruhi proses psikologis penonton hingga membentuk minat beli.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Data diperoleh dari 100 *subscriber* aktif Motomobi melalui kuesioner dan dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, korelasi Pearson, regresi sederhana, koefisien determinasi, dan uji t. Hasil penelitian menunjukkan hubungan kuat dan pengaruh signifikan antara konten Motomobi dan minat beli mobil bekas. Hasil uji t menyatakan H_a diterima dan H_o ditolak.

Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,534, yang berarti konten Motomobi menjelaskan 53,4% perubahan minat beli, sementara 46,6% dipengaruhi faktor lain. Temuan ini menegaskan bahwa konten *review* otomotif di YouTube berperan sebagai stimulus efektif sekaligus strategi MPR yang mampu membentuk ketertarikan dan keputusan calon pembeli.

Secara implikatif, hasil penelitian ini memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian komunikasi pemasaran digital, khususnya dalam penerapan teori S-O-R pada konteks konten YouTube independen di sektor otomotif. Selain itu, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi *content creator* dan pelaku industri mobil bekas agar lebih memperhatikan kualitas konten, kredibilitas pesan, serta relevansi informasi sebagai strategi *Marketing Public Relations* dalam membangun kepercayaan dan meningkatkan minat beli audiens secara berkelanjutan.

Kata Kunci : Motomobi, *Marketing Public Relations*, Minat Beli, Mobil Bekas, S-O-R.

**THE INFLUENCE OF *MOTOMOB* YOUTUBE CHANNEL CONTENT
ON INTEREST IN BUYING USED CAR AMONG *MOTOMOB* YOUTUBE
SUBSCRIBERS**

MUHAMMAD RIZKY DARMAWAN

ABSTRACT

This study aims to determine the influence of content on the Motomobi YouTube channel on subscribers' purchase interest in used cars. Motomobi was selected because it presents honest, informative, credible, and relevant automotive reviews, while also reflecting Marketing Public Relations (MPR) practices through the delivery of information that builds trust and a positive image.

Using the Stimulus– Organism–Response (S-O-R) theory and MPR concepts, this study explains how information quality, delivery style, visual–audio elements, and content relevance affect viewers' psychological processes and shape their purchase interest.

This research employs a quantitative method with an explanatory approach. Data were collected from 100 active Motomobi subscribers through questionnaires and analyzed using validity and reliability tests, Pearson correlation, simple linear regression, the coefficient of determination, and the t-test. The results show a strong and significant relationship between Motomobi's content and purchase interest in used cars. The t- test results indicate that H_a is accepted and H_o is rejected.

The coefficient of determination (R^2) is 0.534, meaning Motomobi's content explains 53.4% of the variation in purchase interest, while the remaining 46.6% is influenced by other factors. These findings highlight that automotive review content on YouTube functions not only as an effective stimulus but also as a form of MPR strategy capable of shaping consumer interest and purchase decisions.

Implicitly, the findings of this study contribute to the development of digital marketing communication studies, particularly in the application of the Stimulus– Organism–Response (S-O-R) theory within the context of independent YouTube content in the automotive sector. In addition, this research provides practical implications for content creators and used car industry practitioners to emphasize content quality, message credibility, and information relevance as part of an effective Marketing Public Relations strategy in building trust and enhancing audiences' purchase interest in a sustainable manner.

Keywords : *Motomobi, Marketing Public Relations, Purchase Interest, Used Cars, S-O-R.*

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	0
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN SURAT KETERANGAN HASIL UJI TURNITIN	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
KATA PENGANTAR	v
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR DI REPOSITORY UMB	vi
ABSTRAK	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4 Manfaat Penelitian	13
1.4.1 Manfaat Teoritis.....	13
1.4.2 Manfaat Praktis	13
BAB II TINJAUAN PUSAKA	14
2.1 Penelitian Terdahulu.....	14
2.2 Kajian Teoritis.....	26
2.2.1 Teori S.O.R.....	26
2.2.2 Teori Komunikasi	27
2.2.3 Teori Komunikasi Digital	29
2.2.4 Media Baru.....	31
2.2.5 Isi Pesan	34

2.2.6 Konten Youtube.....	34
2.2.7 Minat Beli	36
2.2.8 <i>Marketing Public Relation</i>	37
2.2.9 Hipotesis	42
BAB III METODE PENELITIAN	43
3.1 Paradigma Penelitian.....	43
3.2 Metode Penelitian	44
3.3 Populasi dan Sampel	44
3.3.1 Populasi	44
3.3.2 Sampel	45
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	46
3.4 Definisi konsep dan Operasional Konsep	47
3.4.1 Definisi konsep	47
3.4.2 Operasional Konsep	48
3.5 Teknik pengumpulan data	50
3.5.1 Data Primer.....	50
3.5.2 Data Sekunder.....	51
3.6 Teknik Analisa Data	52
3.6.1 Uji Validitas.....	52
3.6.2 Uji Realibilitas	55
3.7 Teknik Analisa Data	56
3.7.1 Uji Korelasi.....	57
3.7.2 Uji Regresi Linier Sederhana	58
3.7.3 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	58
3.7.4 Uji Hipotesis	59
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	61
4.2 Hasil Penelitian	64
4.2.1 Karakteristik Responden	64
4.2.2 Tabulasi Data Frekuensi.....	67
4.2.3 Hasil Transformasi Data Ordinal ke Data Interval (<i>Method of</i>	

<i>Successive Interval</i>)	82
4.2.4 Hasil Uji Kualitas Data	84
4.3 Pembahasan.....	90
BAB V PENUTUP	96
5.1 Kesimpulan	96
5.2 Saran.....	97
5.2.1 Saran Akademis	97
5.2.2 Saran Praktis	97
DAFTAR PUSTAKA	98
LAMPIRAN	102



DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	18
Tabel 3. 1 Tabel Operasional Konsep	48
Tabel 3. 2 Validitas Variabel X.....	53
Tabel 3. 3 Rangkuman Validitas Variabel Konten Channel Youtube (X).....	54
Tabel 3. 4 Validitas Variabel Y	54
Tabel 3. 5 Tabel Rangkuman Validitas Variabel Minat Beli (Y)	55
Tabel 3. 6 Hasil Reliabilitas Variabel X.....	56
Tabel 3. 7 Hasil Reliabilitas Variabel Y.....	56
Tabel 3. 8 Nilai Koefisien Korelasi.....	58
Tabel 4. 1 Durasi Mengikuti Channel Youtube Motomobi	65
Tabel 4. 2 Ketertarikan Responden dalam Membeli Mobil Bekas Kijang Innova 2015	65
Tabel 4. 3 Usia Responden.....	66
Tabel 4. 4 Pernyataan Dimensi Kualitas Informasi 1	67
Tabel 4. 5 Pernyataan Dimensi Kualitas Informasi 2	68
Tabel 4. 6 Pernyataan Dimensi Kualitas Informasi 3	68
Tabel 4. 7 Pernyataan Dimensi Gaya Penyampaian 1	69
Tabel 4. 8 Pernyataan Dimensi Gaya Penyampaian 2	69
Tabel 4. 9 Pernyataan Dimensi Gaya Penyampaian 3	70
Tabel 4. 10 Pernyataan Dimensi Visual dan Audio 1	70
Tabel 4. 11 Pernyataan Dimensi Visual dan Audio 2.....	71
Tabel 4. 12 Pernyataan Dimensi Visual dan Audio 3.....	71
Tabel 4. 13 Pernyataan Dimensi Relevansi Konten 1	72
Tabel 4. 14 Pernyataan Dimensi Relevansi Konten 2	73
Tabel 4. 15 Pernyataan Dimensi Visual dan Audio 3.....	73
Tabel 4. 16 Tabel Rata – rata Skor Variabel X (Konten Channel Youtube Motomobi)	74
Tabel 4. 17 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 1	76
Tabel 4. 18 Pernyataan Dimensi Minat Transaksional 2	76

Tabel 4. 19 Pernyataan Dimensi Minat Referensial 1	77
Tabel 4. 20 Pernyataan Dimensi Minat Refensial 2	78
Tabel 4. 21 Pernyataan Dimensi Minat Prefensial 1	78
Tabel 4. 22 Pernyataan Dimensi Minat Prefensial 2	79
Tabel 4. 23 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif 1.....	79
Tabel 4. 24 Pernyataan Dimensi Minat Eksploratif 2	80
Tabel 4. 25 Tabel Rata – rata Skor Variabel Y (Minat Beli Mobil Bekas).....	81
Tabel 4. 26 Hasil Transformasi Skala Likert ke Skala Interval Menggunakan <i>Method of Successive Interval</i> (MSI).....	83
Tabel 4. 27 Hasil Uji Korelasi Pearson Product Moment.....	84
Tabel 4. 28 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	86
Tabel 4. 29 Hasil Uji Koefisien Determinasi (Uji R^2)	87
Tabel 4. 30 Hasil Uji Hipotesis (Uji T)	89



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Perkembangan Digital.....	1
Gambar 1. 2 Pengguna Media Sosial	2
Gambar 1. 3 Channel Youtube Motomobi	5
Gambar 1. 4 Channel Youtube Mas Wahid.....	7
Gambar 1. 5 Channel Youtube Ridwan Hanif.....	8
Gambar 3. 1 <i>Review</i> Mobil Bekas Channel Youtube Motomobi	48
Gambar 4. 1 Review Mobil Bekas Channel Youtube Motomobi	62
Gambar 4. 2 Review Mobil Bekas Channel Youtube Motomob	62
Gambar 4. 3 Review Mobil Bekas Channel Youtube Motomobi	63



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian	102
Lampiran 2 Tabulasi Data 1-50 Reseponden	105
Lampiran 3 Skala Interval.....	108
Lampiran 4 Hasil Pengolahan Data IMB SPSS 26	109
Lampiran 5 <i>Curriculum Vitae</i>	112

