



**PENGARUH KONTEN VLOGGER TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP  
KREATIF REMAJA DI JAKARTA BARAT**

*(Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi  
Regular 1 Angkatan 2016)*



Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Strata Satu (S-1) Komunikasi Bidang Studi *Public Relations*

UNIVERSITAS  
Disusun Oleh:  
**MERCU BUANA**

**Rizka Juliani**

**44216010180**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2020**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Rizka Juliani  
NIM : 44216010180  
Bidang Studi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul: **Pengaruh Konten Vlogger Terhadap Pembentukan Sikap Kreatif Remaja di Jakarta Barat (Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Regular I Angkatan 2016)** adalah murni hasil karya yang telah saya buat sendiri untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi ini bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan atau tidak, kecuali bagian kutipan yang sumbanya dicantumkan sebagaimana mestinya.

Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan sebagai Sarjana Ilmu Komunikasi dan melakukan proses penyusunan skripsi dari awal.

Jakarta, 14 Juli 2020



Rizka Juliani



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KONTEN VLOGGER TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KREATIF REMAJA DI JAKARTA BARAT** (*Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Regular 1 Angkatan 2016*)

Nama : Rizka Juliani  
NIM : 44216010180  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

UNIVERSITAS  
Jakarta, 14 Juli 2020  
**MERCU BUANA**  
Mengetahui,  
Pembimbing



(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KONTEN VLOGGER TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KREATIF REMAJA DI JAKARTA BARAT** (*Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Regular 1 Angkatan 2016*)

Nama : Rizka Juliani  
NIM : 44216010180  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 14 Juli 2020

UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**   
(.....)

**Ketua Sidang,**  
Anindita., S.Pd, M.Ikom

  
(.....)

**Penguji Ahli,**  
Rika Yessica Rahma., M.Ikom

  
(.....)

**Pembimbing,**  
Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH KONTEN VLOGGER TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP KREATIF REMAJA DI JAKARTA BARAT** (*Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Regular 1 Angkatan 2016*)

Nama : Rizka Juliani  
NIM : 44216010180  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : *Public Relations*

Jakarta, 14 Juli 2020  
Disetujui dan diterima oleh,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Public Relations

(Dr. Juwono Tri Atmodjo, M.Si)

(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi      Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

(Ponco Budi Sulistyo, M.Comn, Ph.D)

(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana  
Bidang Studi Public Relations  
Rizka Juliani  
44216010180

Pengaruh Konten Vlogger Terhadap Pembentukan Sikap Kreatif Remaja di Jakarta Barat (*Survey pada Mahasiswa Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi Regular 1 Angkatan 2016*)

Jumlah Halaman : 120 Halaman + 9 Lampiran  
Bibliografi : 49 buku + 5 jurnal + 3 internet

## ABSTRAK

Perekembangan media sosial saat ini sudah semakin maju, salah satu contohnya dengan munculnya media sosial YouTube. YouTube dapat memudahkan seseorang untuk menonton dan meng-upload video dengan durasi yang lama. Berkembangnya media sosial ini memberikan warna baru kepada masyarakat sehingga semakin banyak orang-orang menyajikan berbagai macam konten video unik dan kreatif.

Teori Uses and Gratifications adalah teori tentang bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial kalayak. Khalayak mempunyai kewenangan dalam memperlakukan media, bagaimana khalayak menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Karena dari itu teori ini disebut dengan teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan.

Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan menggunakan paradigma positivisme. Teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarluaskan kuesioner pada mahasiswa dan mahasiswi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana Angkatan 2016 sebanyak 172 orang. Teknik pengambilan sampel pada penelitian ini adalah simple random sampling.

Berdasarkan hasil dari penelitian dan analisis data yang telah dilakukan, diperoleh hasil bahwa konten vlogger berpengaruh positif dan signifikan terhadap pembentukan sikap kreatif remaja di Jakarta Barat.

**Kata Kunci:** Konten Vlogger, YouTube, Sikap, Sikap Kreatif



Mercu Buana University  
Faculty of Communication Science  
Public Relations Studies  
Rizka Juliani  
44216010180

The Effect of Vlogger Content on the Formation of Youth Creative Attitudes in West Jakarta (*Survey on Mercu Buana University Students, Regular Communication Faculty 1 Batch 2016*)

Number of pages : 120 page + 9 attachments  
Bibliography : 120 things + 49 books + 5 journals + 3 intenet

## ABSTRACT

The development of social media is now increasingly advanced, one example with the emergence of YouTube social media. YouTube can make it easier for someone to watch and upload videos with a long duration. The development of social media gives a new color to the community so that more and more people present a variety of unique and creative video content.

The Uses and Gratifications Theory is a theory of how media meets personal and social needs. The public has the authority to treat the media, how the audience uses the media and how the media will affect him. Because of this theory is called the theory of use and fulfillment of needs.

This research is quantitative by using the positivism paradigm. Data collection techniques were carried out by distributing questionnaires to the students of the Faculty of Communication Studies, Mercu Buana Angkatan University 2016, as many as 172 people. Sampling technique in this study was simple random sampling.

Based on the results of the research and data analysis that has been done, the results show that the vlogger content has a positive and significant effect on the formation of the creative attitude of adolescents in West Jakarta.

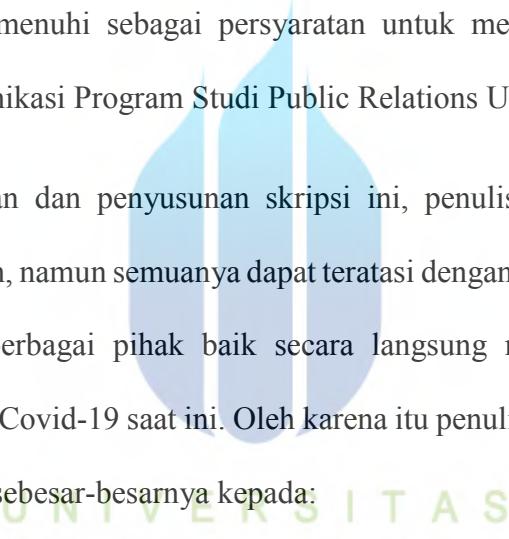
**Keywords:** Vlogger Content, YouTube, Attitude, Creative Attitudes

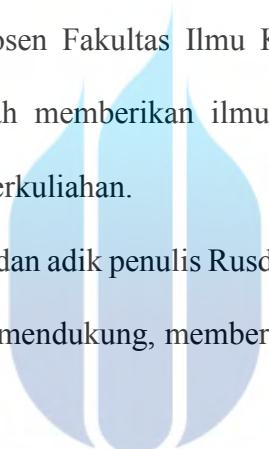
## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kehadirat Allah SWT, atas limpahan Rahmat dan Karunia-nya. Shalawat serta salam tak lupa tercurahkan kepada baginda Nabi Besar Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya.

Sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini yang mengambil judul “*Pengaruh Konten Vlogger Terhadap Pembentukan Sikap Kreatif Remaja Di Jakarta Barat*” Guna memenuhi sebagai persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata (S1) Komunikasi Program Studi Public Relations Universitas Mercu Buana.

Dalam penulisan dan penyusunan skripsi ini, penulis senantiasa mengalami kesulitan-kesulitan, namun semuanya dapat teratasi dengan bantuan, semangat serta bimbingan dari berbagai pihak baik secara langsung maupun tidak langsung ditengah pandemi Covid-19 saat ini. Oleh karena itu penulis tak lupa mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

- 
1. **Bapak Dr. Juwono Tri Atmodjo, S.Sos, M.Si** selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberikan waktu, pikiran, tenaga, dan dorongan semangat sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini.
  2. **Ibu Yuliawati, S.Sos, M.Ikom** selaku Dosen Pembimbing Akademik yang telah membimbing, dan memberikan masukan dari awal semester hingga akhir semester.
  3. **Bapak Ponco Budi Sulistyо, S.Sos M.Comn, Ph.D** selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Univesitas Mercu Buana.

- 
- UNIVERSITAS  
MERCUBUANA
4. **Bapak Dr. Abdul Rahman HI, M.Si** selaku Wakil Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
  5. **Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si** selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana.
  6. **Ibu Dr. Elly Yuliawati, M.Si** selaku Ketua Bidang Studi Public Relations.
  7. **Ibu Suryaning Hayati, S.E, M.Si dan Ibu Anindita, S.Pd, M.Ikom** selaku Sekretaris Bidang Studi Public Relations.
  8. Kepada Seluruh Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Studi Public Relations yang telah memberikan ilmu dan bimbingan kepada penulis selama mengikuti perkuliahan.
  9. Kepada Orang Tua, dan adik penulis Rusdi Ramlil, Enita dan Muhammad Faishal yang selalu mendukung, memberikan semangat, dan do'a di setiap waktunya.
  10. Kepada sahabat SMA Ramah Kamalla Sari, Ayu Pratiwi, dan Refi Yuniar dari awal SMA hingga saat ini yang selalu menemani penulis dalam situasi apapun dan tetap setia terimakasih banyak.
  11. Kepada sahabat-sahabat penulis di kampus Lulu Rama Dianti, Putri Yulanda, Shaqilla Dellaneira, Devita Fauziah Syafitri, Yuni Liestia Utari, dan Faridinah Azzah terimakasih telah menjadi sahabat yang baik, memberi semangat dan dukungan setiap penulis membutuhkan bantuan hingga skripsi ini selesai.
  12. Kepada seluruh teman-teman Public Relations 2016 yang tidak bisa disebutkan satu persatu. Terimakasih atas semangat, bantuan, dan dukungan

kalian semua. Semoga impian kita masing-masing bisa tercapai setelah bangku kuliah ini selesai. See you and miss you.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna, dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki penulis. Oleh karena itu penulis berusaha untuk memperbaiki diri dengan mengharapkan segala bentuk saran dan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Harapan penulis semoga skripsi ini dapat bermanfaat dan menambah pengetahuan khususnya bagi penulis, pembaca, dan untuk peneliti selanjutnya.

Jakarta, 14 Juli 2020

Peneliti



## DAFTAR ISI

<b>SURAT PERNYATAAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....</b>	<b>iii</b>
<b>LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I.....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	7
1.3 Tujuan Penelitian .....	7
1.4 Manfaat Penelitian .....	7
1.4.1 Manfaat Akademis .....	7
1.4.2 Manfaat Praktis .....	7
<b>BAB II .....</b>	<b>9</b>
<b>TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>9</b>
2.1 Penelitian Terdahulu .....	9
2.2 Komunikasi .....	11
2.2.1 Pengertian Komunikasi .....	11
2.2.2 Fungsi Komunikasi .....	13
2.3 Komunikasi Massa.....	14
2.3.1 Pengertian Komunikasi Massa.....	14
2.3.2 Efek Komunikasi Massa .....	14
2.4 New Media.....	19
2.5 Sikap .....	22

2.5.1 Pengertian Sikap .....	22
2.5.2 Fungsi Sikap.....	24
2.5.3 Komponen Sikap.....	25
2.5.4 Pembentukan Sikap.....	26
2. 6 Kreativitas .....	27
2.7 Teori Pesan.....	28
2.7.1 Struktur Pesan .....	29
2.7.2 Imbauan Pesan .....	30
<b>BAB III.....</b>	<b>32</b>
<b>METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>32</b>
3.1 Paradigma Penelitian.....	32
3.2 Metode Penelitian .....	32
3.3 Populasi dan Sampel .....	33
3.3.1 Populasi.....	33
3.3.2 Sampel.....	34
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	36
3.4 Definisi dan Operasionalisasi konsep .....	36
3.4.1 Definisi Konsep .....	36
3.4.2 Operasionalisasi Konsep .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	38
3.5.1 Data Primer .....	38
3.5.2 Data Sekunder .....	40
3.5.3 Uji Validitas dan Reliabilitas .....	40
3.6 Teknik Analisis Data.....	46
<b>BAB IV .....</b>	<b>50</b>
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian .....	50
4.1.1 YouTube.....	50
4.1.2 Universitas Mercu Buana .....	51
4.1.3 Konten Vlogger .....	53
4.2 Hasil Penelitian .....	55

4.2.1 Data Responden .....	55
4.2.2 Variabel X (Konten Vlogger) .....	61
4.2.3 Variabel Y (Pembentukan Sikap Kreatif Remaja) .....	82
4.3 Teknik Analisis Data.....	107
4.3.1 Uji Regresi Linear Sederhana .....	107
4.4 Pembahasan.....	110
<b>BAB V .....</b>	<b>119</b>
<b>KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>119</b>
5.1 Kesimpulan .....	119
5.2 Saran.....	119
5.2.1 Saran Akademis .....	119
5.2.2 Saran Praktis.....	120

**DAFTAR PUSTAKA**

**LAMPIRAN**

**CV**



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
Tabel 2.2 Model Uses and Gratifications.....	17
Tabel 3.1 Mahasiswa Aktif Fikom Angkatan 2016.....	34
Tabel 3.2 Tabel Operasionalisasi Konsep.....	37
Tabel 3.3 Skor Skala Likert.....	39
Tabel 3.4 Hasil Uji Validitas Variabel X.....	41
Tabel 3.5 Hasil Uji Validitas Variabel Y .....	43
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	56
Tabel 4.2 Data Responden Berdasarkan Usia.....	56
Tabel 4.3 Data Responden Berdasarkan Kebiasaan Menonton.....	57
Tabel 4.4 Data Responden Berdasarkan Tema Vlog.....	58
Tabel 4.5 Data Responden Berdasarkan Keunikan Vlog.....	59
Tabel 4.6 Data Responden Berdasarkan Kreatifitas Vlog.....	60
Tabel 4.7 Kemampuan berkomunikasi vlogger.....	61
Tabel 4.8 Kesesuaian Suara vlogger.....	62
Tabel 4.9 Perhatian pada suara vlogger.....	62
Tabel 4.10 Kemudahan subtitle dipahami.....	63
Tabel 4.11 Gambar pada video sesuai.....	64
Tabel 4.12 Konten unik dan kreatif.....	65
Tabel 4.13 Teknik editing kreatif.....	65
Tabel 4.14 Hasil video sesuai.....	66
Tabel 4.15 Menyukai daily vlog.....	67
Tabel 4.16 Menonton daily vlog karena penampilan vlogger.....	67
Tabel 4.17 Memiliki kesamaan dengan beauty vlogger.....	68
Tabel 4.18 Menyukai beauty vlogger saat sedang mereview.....	69
Tabel 4.19 Food vlog menarik perhatian.....	69
Tabel 4.20 Tertarik mengunjungi tempat melihat travel vlog.....	70
Tabel 4.21 Konten vlogger menarik perhatian.....	71
Tabel 4.22 Kemudahan mencari informasi dari konten vlogger.....	72
Tabel 4.23 Mengakses konten vlog sesuai kebutuhan.....	72
Tabel 4.24 Kemudahan mengakses informasi dalam konten vlog.....	73
Tabel 4.25 Puas setelah menonton konten vlog.....	74
Tabel 4.26 Konsisten mengupload video.....	74
Tabel 4.27 Informasi dapat dipahami.....	75
Tabel 4.28 Gaya bicara mudah dipahami.....	76
Tabel 4.29 Menyukai tayangan konten vlogger.....	76
Tabel 4.30 Senang menonton konten vlog.....	77
Tabel 4.31 Vlogger memiliki banyak subscribers.....	78
Tabel 4.32 Informasi yang disampaikan terpercaya.....	79
Tabel 4.33 Video sedih membuat terharu.....	79
Tabel 4.34 Tampilan vlogger rapih.....	80
Tabel 4.35 Terarik membuat konten vlog jika mendapat bayaran.....	81
Tabel 4.36 Tidak tertarik memuat konen vlog.....	82
Tabel 4.37 Informasi mengenai produk elektronik.....	82
Tabel 4.38 Informasi mengenai produk mode.....	83
Tabel 4.39 Thumbnail image menarik.....	84
Tabel 4.40 Judul video menarik.....	85

Tabel 4.41 Mengenali tempat yang dikunjungi.....	85
Tabel 4.42 Mengetahui produk dalam video.....	86
Tabel 4.43 Mengetahui jenis makanan dalam video.....	87
Tabel 4.44 Mampu mengingat kembali informasi dalam video.....	88
Tabel 4.45 Isi pesan mudah dipahami.....	88
Tabel 4.46 Setting tempat menarik.....	89
Tabel 4.47 Menyukai gaya bicara vlogger.....	90
Tabel 4.48 Terdapat video lain sebelum video diputar.....	91
Tabel 4.49 Video tersebut adalah video iklan.....	91
Tabel 4.50 Mengetahui pengisi music dalam video.....	92
Tabel 4.51 Skenario tersusun rapih.....	93
Tabel 4.52 Alunan musik menarik.....	93
Tabel 4.53 Tertarik melihat kembali video.....	94
Tabel 4.54 Memahami informasi dalam video.....	95
Tabel 4.55 Terdapat iklan saat video diputar.....	95
Tabel 4.56 Mengetahui pengaturan kualitas pada video.....	96
Tabel 4.57 Pencahayaan video menarik.....	97
Tabel 4.58 Menonton kembali karena pembawaaan vlogger.....	97
Tabel 4.59 Tayangan video informatif.....	98
Tabel 4.60 Konten vlog menarik untuk dilihat.....	99
Tabel 4.61 Vlogger apa adanya.....	99
Tabel 4.62 Menonton video karena ada notifikasi.....	100
Tabel 4.63 Informasi ikemas dengan alur menarik.....	101
Tabel 4.64 Kemampuan seperti vlogger.....	101
Tabel 4.65 Attitude vlogger.....	102
Tabel 4.66 Durasi video pas.....	103
Tabel 4.67 Setuju dengan informasi yang disampaikan.....	104
Tabel 4.68 Tetap menonton jika durasi video panjang.....	104
Tabel 4.69 Tidak pernah meletakkan perkataan negatif di kolom comment.....	105
Tabel 4.70 Mengetahui warna music.....	106
Tabel 4.71 Mengetahui kreasi memasak dari vlogger.....	107

# MERCU BUANA

## **DAFTAR LAMPIRAN**

Lampiran 1	Kuesioner.....	125
Lampiran 2	Data Responden.....	131
Lampiran 3	Hasil Kuesioner Variabel X.....	135
Lampiran 4	Hasil Kuesioner Variabel Y.....	142
Lampiran 5	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	149
Lampiran 6	Hasil Uji Validitas Variabel Y.....	150
Lampiran 7	Hasil Uji Realibilitas.....	151
Lampiran 8	Hasil Analisis Data dan Uji Hipotesis.....	151
Lampiran 9	Daftar Riwayat Hidup.....	152

