



**PENGARUH TAYANGAN *FOOD VLOGGER CHANNEL YOUTUBE*  
MGDALENAF TERHADAP MINAT KULINER**

( Survei pada Komunitas Kuliner Jakarta)

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh  
Gelar Sarjana Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh:

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA  
Fiis Mulyani

**44116010193**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**UNIVERSITAS MERCU BUANA**

**JAKARTA**

**2022**



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

### LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Fiis Mulyani

Nim : 44116010193

Konsentrasi : Broadcasting

Judul Skripsi : **PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER CHANNEL  
YOUTUBE MDGALENAF TERHADAP MINAT  
KULINER** (Survei Pada Komunitas Kuliner Jakarta)

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penelitian skripsi yang telah saya buat merupakan hasil karya sendiri yang benar akan keasliannya dan merupakan hasil dari studi Pustaka yang di damping oleh dosen pembimbing yang telah ditetapkan keputusannya dari pihak Universitas Mercu Buana. Penulisan skripsi ini bukan merupakan hasil dari plagiarism atau penjiplakan terhadap karya orang lain, semua informasi, dokumenstasi, data dan hasil yang digunakan didapatkan dan dinyatakan dengan jelas sumbernya. Semua informasi dan data yang disajikan dapat diperiksa akan kebenarannya.

Demikianlah pernyataan yang saya buat ini dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan.

Jakarta, 3 September 2022



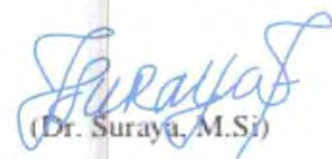
(Fiis Mulyani)

Mengetahui,

Pembimbing

  
(Dr. Suraya, M.Si)

Ketua Bidang Studi

  
(Dr. Suraya, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Mercu Buana

**LEMBAR PESETUJUAN SKRIPSI**

Judul : **PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER CHANNEL  
YOUTUBE MDGALENAF TERHADAP MINAT KULINER**  
(Survei Pada Komunitas Kuliner Jakarta)

Nama : Fiis Mulyani

Nim : 44116010193

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting



UNIVERSITAS  
Jakarta, 3 September 2022  
MERCU BUANA

Mengetahui,  
**Pembimbing**

*Suraya*  
(Dr. Suraya, M.Si)

**LEMBAR TANDA LULUS SIDANG**

Judul : **PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER CHANNEL  
YOUTUBE MDGALENAF TERHADAP MINAT KULINER**  
(Survei Pada Komunitas Kuliner Jakarta)

Nama : Fiis Mulyani

Nim : 44116010193

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting



Jakarta, 3 September 2022

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

**Ketua Sidang**

Sofia Aunul, M.Si

( Sofia Aunul )

**Penguji Ahli**

Christina Arsi Lestari, M.I.Kom

( Christina Arsi )

**Pembimbing**

Dr. Suraya, M.Si

( Suraya )

**LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR**

Judul : **PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER CHANNEL  
YOUTUBE MDGALENAF TERHADAP MINAT KULINER**  
(Survei Pada Komunitas Kuliner Jakarta)

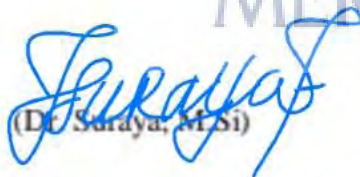
Nama : Fiiis Mulyani  
Nim : 44116010193  
Fakultas : Ilmu Komunikasi  
Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 3 September 2022

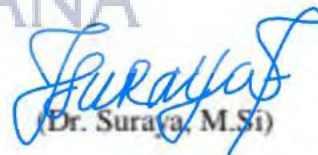
Disetujui dan diterima oleh,

Ketua Bidang Studi Broadcasting

Pembimbing



(Dr. Suraya, M.Si)



(Dr. Suraya, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliatwati, M.Si)



(Dr. Farid Hamid, M.Si)

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah* rabbil'alamin. Puji syukur atas kehadiran Allah SWT Tuhan yang Maha Esa, atas berkah rahmat dan karunianya yang melimpah, serta memberikan banyak kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "**Pengaruh Food Vlogger Channel Youtube Mgdalenaf Terhadap Minat Kuliner** (Studi Pada Komunitas Kuliner Jakarta)" dengan baik.

Pada kesempatan ini mengucapkan banyak terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini. Penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Suraya, M.Si selaku Ketua Program Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana dan selaku dosen pembimbing skripsi yang menjadi pedoman penulis dalam membuat skripsi, dan juga mengucapkan terima kasih atas ketersediaannya memberikan masukan dalam penyusunan skripsi ini dan juga memberi motivasi penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.
2. Ibu Dr. Elly Yuliani, M.Si selaku dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
3. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak Rahmadya Putra Nugraha, M.Si selaku dosen Pembimbing Akademik yang telah membantu penulis selama proses perkuliahan.
5. Dosen – Dosen Bidang Studi Broadcasting yang telah memberikan ilmu- ilmu selama masa perkuliahan, sehingga ilmu yang didapatkan bisa penulis aplikasikan ketika menyusun skripsi ini.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan dukungan penulis dalam mengerjakan skripsi secara moril maupun material, kehadirannya yang selalu mengingatkan penulis untuk tetap mengerjakan dengan baik.
7. Penulis sangat mengucapkan banyak sekali untuk para sahabat penulis yang sudah membantu penulis menyelesaikan skripsi ini (Aldio, Alfian, Fahmi, Albet, Luthfi, Meli, Ulan) yang selalu memberikan masukan kepada para penulis selama mengerjakan skripsi dan selalu bersedia menjadi pendengar yang baik ketika penulis merasa lelah dalam mengerjakan skripsi ini.

Penulisan skripsi ini disusun dengan sebaik-baiknya, namun penulis menyadari masih banyak kekurangan dan masih jauh dari kata sempurna, oleh karena itu kritik dan saran yang membangun dari semua pihak sangat diharapkan. Semoga skripsi ini berguna dan bermanfaat bagi pembaca dan dapat menambah ilmu pengetahuan bagi kita semua. Akhir kata penulis ingin mengucapkan terima kasih atas semua bimbingan, dan dukungan serta kesempatan yang besar ini, semoga kita semua selalu dalam lindungan Allah SWT.

Jakarta, 14 Agustus 2022

Penulis



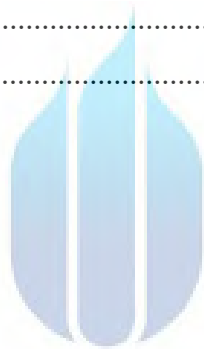
## DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA .....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG .....	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR .....	v
ABSTRAK .....	vi
<i>ABSTRACT</i> .....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	9
1.3 Tujuan Penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....	12
2.1 Penelitian Terdahulu.....	12
2.2 Kajian Teoritis .....	25
2.2.1 Komunikasi.....	25
2.2.2 Teori <i>Uses and Effect</i> .....	29
2.2.3 Media Baru ( <i>New Media</i> ) .....	31
2.2.4 Media Sosial .....	35
2.2.5 Youtube.....	36
2.2.6 Vlogger .....	38
2.2.7 <i>Food Vlogger</i> .....	41
2.2.8 Khalayak .....	46
2.2.9 Minat.....	48



BAB III	METODOLOGI PENELITIAN .....	51
3.1	Paradigma Penelitian .....	51
3.2	Metode Penelitian .....	52
3.3	Populasi dan Sampel .....	53
3.3.1	Populasi.....	53
3.3.2	Sampel.....	54
3.3.3	Teknik Penarikan Sampel .....	55
3.4	Definisi Konsep dan Operasional Konsep.....	56
3.4.1	Definisi Konsep .....	56
3.4.2	Operasional Konsep.....	59
3.5	Teknik Pengumpulan Data .....	62
3.5.1	Data Primer .....	62
3.5.2	Data Sekunder.....	63
3.5.3	Uji Validitas .....	64
3.5.4	Uji Reliabilitas .....	66
3.6	Teknik Analisis Data .....	67
3.6.4	Analisis regresi linear sederhana .....	69
3.6.5	Analisis Korelasi.....	69
3.6.6	Koefisien Determinasi ( $R^2$ ).....	71
3.6.7	Uji hipotesis statistik.....	72
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	73
4.1	Gambaran Umum Objek Penelitian .....	73
4.1.1	Sejarah Channel Youtube Mgdalenaf .....	73
4.2	Hasil Penelitian.....	76
4.2.1	Karakteristik Data Responden.....	76
4.2.1.1	Variabel X ( Food Vlogger) .....	79
4.2.4	Tabel Mean (dihitung mean perdimensi).....	95
4.2.3	Karakteristik Variabel .....	97
4.2.3.1	Variabel Konten YouTube Food Vlogger Channel Mgdalenaf... ..	97
4.2.4.2	Variabel Minat Kuliner .....	99

4.2.5 Analisis Regresi Linier Sederhana .....	101
4.2.6 Uji Korelasi .....	102
4.2.7 Koefisien Determinasi .....	103
4.2.8 Uji Hipotesis .....	104
4.2.8 Pembahasan .....	105
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>111</b>
5.1 Kesimpulan.....	111
5.2 Saran.....	112
5.2.1 Saran Akademis .....	112
5.2.2 Saran Praktis .....	113
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>114</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>117</b>



UNIVERSITAS  
**MERCU BUANA**

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Statistik Data Presentase Youtube (Hootsuite) .....	2
Gambar 1.2 Gambar Socialblade Akun Channel Youtube Mgdalenaf .....	7
Gambar 3.1 Jumlah Komunitas Kuliner Jakarta .....	53
Gambar 4.1 Social Blade Mgdalenaf .....	74
Gambar 4.2 Instagram Mgdalenaf .....	75



## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	11
Tabel 3.1 Operasional Konsep .....	59
Tabel 3.2 Skor Skala .....	63
Tabel 3.3 Uji Validitas Variabel X .....	64
Tabel 3.4 Uji Validitas Variabel Y .....	66
Tabel 3.5 Reliabilitas Variabel X.....	67
Tabel 3.6 Reliabilitas Variabel Y.....	67
Tabel 3.7 Pedoman Interpretasi Koefisien Kolerasi .....	69
Tabel 3.8 Nilai Koefisien Kolerasi.....	70
Tabel 4.1 Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin .....	76
Tabel 4.2 Frekuensi Berdasarkan Usia .....	77
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	77
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Aktivitas .....	78
Tabel 4.5 Usaha Mempromosikan UMKM .....	79
Tabel 4.6 Usaha Melakukan Perubahan Sikap Penonton.....	79
Tabel 4.7 Usaha Meningkatkan Konten Tayangan.....	80
Tabel 4.8 Usaha Meningkatkan <i>Subscribers</i> .....	80
Tabel 4.9 Usaha Meningkatkan Minat Penonton.....	81
Tabel 4.10 Strategi Dalam Pemilihan Objek Penelitian. ....	81
Tabel 4.11 Usaha Menarik Perhatian Penonton Melalui Promosi.....	82
Tabel 4.12 Usaha Meningkatkan Kualitas Video .....	82

Tabel 4.13 Usaha Meningkatkan <i>Public Speaking</i> . .....	83
Tabel 4.14 Usaha Menjadi Bahan Refrensi.....	83
Tabel 4.15 Usaha Mengetahui Segmentasi Penonton. ....	84
Tabel 4.16 Usaha Menyampaikan Informasi Terkait Review Makanan.....	84
Tabel 4.17 Usaha Membuat Konten Menarik .....	85
Tabel 4.18 Usaha Penyuntingan Konten Tayangan .....	85
Tabel 4.19 Usaha Konten Tayangan Yang Terbaru.....	86
Tabel 4.20 Usaha Memberikan Konten Menarik.....	86
Tabel 4.21 Usaha Memberikan Informasi Yang Akurat.....	87
Tabel 4.22 Mampu <i>Review</i> Berbagai Macam <i>Streetfood</i> .....	87
Tabel 4.23 Usaha Pemilihan Bahan Objek Penelitian .....	88
Tabel 4.24 Usaha Menarik Kepercayaan Penonton .....	88
Tabel 4.25 Variabel X.....	90
Tabel 4.26 Usaha Meningkatkan Informasi Yang Jelas Pada Video .....	90
Tabel 4.27 Usaha Memberikan Efek Kognitif atau Pengetahuan .....	91
Tabel 4.28 Usaha Menarik <i>Feedback</i> Penonton .....	91
Tabel 4.29 Usaha Meningkatkan Visual Menarik .....	92
Tabel 4.30 Usaha Meningkatkan Penampilan Menarik .....	92
Tabel 4.31 Usaha Meningkatkan <i>Tagline</i> Yang Populer .....	93
Tabel 4.32 Usaha Menampilkan Karya Yang Berbeda .....	93
Tabel 4.33 Variabel Y .....	95
Tabel 4.34 Descriptive Statistic .....	95
Tabel 4.35 Variabel Minat Kuliner .....	96

Tabel 4.36 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel .....	97
Tabel 4.37 Statistik Deskriptif Hasil Pengukuran Variabel .....	100
Tabel 4.38 Uji Regresi .....	101
Tabel 4.39 Uji Korelasi .....	103
Tabel 4.40 Koefisien Determinasi.....	104
Tabel 4.41 ANNOVA .....	104

