



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana
Bidang Studi Broadcasting
Fiis Mulyani
44116010193

Pengaruh Tayangan Food Vlogger Channel Youtube Mgdalenaf Terhadap Minat Kuliner (Survei Komunitas Kuliner Jakarta)

ABSTRAK

Mgdalenaf merupakan sebuah kategori *channel* blog dan orang di youtube yang bersifat hiburan dengan mengunjungi dan membahas mengenai kuliner nusantara. Adapun permasalahan dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh konten youtube *food vlogger channel* Mgdalenaf terhadap minat kuliner.

Teori yang digunakan pada penelitian ini yaitu menggunakan teori *uses and effects* merupakan sebuah teori yang dijelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh tayangan *food vlogger channel* youtube Mgdalenaf terhadap minat kuliner pada komunitas kuliner Jakarta. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma postivistik dengan teori ketergantungan (*Dependency Theory*) yang membahas mengenai kekuatan media massa dalam memengaruhi khalayak audience karena adanya sifat ketergantungan audience terhadap isi media massa. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan hasil berupa angka yang diolah menggunakan program SPSS 27 dengan Teknik analisis uji korelasi dan uji regresi linear sederhana serta menggunakan Teknik probability sampling untuk penyebaran kuesionernya.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten youtube food vlogger channel youtub Mgdalenaf berpengaruh terhadap minat kuliner yang dibuktikan dengan uji regresi linier sederhana dengan variabel minat kuliner bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu $(11,722) > t_{tabel} (3,149)$. Dari hasil tersebut bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$ yang artinya (H_0) ditolak dan (H_a) diterima dan dengan nilai signifikan $0,000 < 0,05$ yang artinya food vlogger berpengaruh signifikan terhadap minat kuliner dengan nilai korelasi menunjukkan hubungan kuat antara food vlogger terhadap minat kuliner yaitu sebesar 0,767 dan nilai koefisiensi determinasi 58,9%.

Kata Kunci : *Youtube, Food Vlogger, Minat Kuliner.*



Faculty Of Communication
University Mercu Buana
Field of study broadcasting
Fiis Mulyani
44116010193

ABSTRACT

The Effect of Food Vlogger's Impressions on Mgdalenaf's Youtube Channel on Culinary Interests (Jakarta Culinary Community Survey)

Mgdalenaf is a category of blog and people channel on YouTube that is entertainment by visiting and discussing the culinary arts of the archipelago. The problem in this study is how the Mgdalenaf channel's food vlogger youtube content influences culinary interests.

The theory used in this study is to use theory and effects is a theory that explains the relationship between communication delivered through mass media, which creates an effect for users of the mass media.

This study aims to determine how much influence the Mgdalenaf YouTube channel food vlogger shows on culinary interest in the Jakarta culinary community. The paradigm used in this study is a positivistic paradigm with dependency theory which discusses the power of mass media in influencing audiences because of the nature of dependence on mass media content. This research is quantitative with the results in the form of numbers that are processed using the SPSS 27 program with correlation test analysis techniques and simple linear regression tests and using probability sampling techniques for distribution. The results of this study show that the food vlogger youtube channel Mgdalenaf's content has an effect on culinary interest as evidenced by a simple linear regression test with the culinary interest variable that $t \text{ count} > t \text{ table}$, namely $(11,722) > t \text{ table} (3.149)$. From these results, $t \text{ count} > t \text{ table}$ which means (H_0) is rejected and (H_a) is accepted and with a significant value of $0.000 < 0.05$ which means that food vloggers have a significant effect on culinary interest with the correlation value showing a strong relationship between food vloggers and culinary interests, which is equal to 0.767 and the value of the coefficient of determination is 58.9%.

Keywords: Youtube, Food Vlogger, Culinary Interests.