



Mercu Buana University
Faculty of Communication Science
Broadcasting Studies
Mohammad Faiz Ldvely Ydnaliz
44118010030

*Influence of Tiktok and Youtube Exposure on Interest in Learning Videography
(Survey of Young Generation 20-30 Years Old in West Jakarta)*

Number Of Pages: XII + 125 Pages + 12 Attachments

Bibliography: 5 Chapter + 125 Pages + 52 Books + 11 Journals + 18 website data

ABSTRACT

This study aims to determine which of the Tiktok and Youtube applications are most widely used in the interest in learning to video the young generation in West Jakarta. This study uses independent variables, namely Tiktok and Youtube. The dependent variable is video learning interest.

Theories used in this study include the theory of New Media, Stimulus-Response, Social Media, TikTok, Youtube, Young Generation, Videography, Interest in Learning and Media Effects.

This study uses a positivism paradigm, with a quantitative approach and the type of research uses a causal type, while the method used is a survey of the young generation in West Jakarta, amounting to 199,613 people. Researchers collected data by distributing questionnaires to 100 respondents with a simple random sampling technique.

The results of the cognitive test show that respondents know more about TikTok than about Youtube. From the results of the calculation of the coefficient of determination that the Effect of TikTok Exposure is 45.8% stronger than Youtube Exposure is 13.4% on Interest in Learning Videography. For the correlation test, TikTok Media Exposure has a stronger relationship of 0.670 than Youtube Media Exposure of 0.364 on Interest in Learning Videography. there is an influence of TikTok and Youtube exposure on Videography Learning Interest, this is evident from the TikTok significance value of $0.000 < 0.05$ and T-count $8.462 > T\text{-table } 1.987$ and Youtube significance value of $0.000 < 0.05$ and T-count $3.865 > T\text{-table } 1,987$. From the mean results, it shows that from Variable X, TikTok exposure got a total mean of 3.38 and Youtube exposure was 3, while the Y variable, Interest in Learning Videography TikTok got a total mean of 3.57 and Interest in Learning Youtube Videography at 4.05.

Keywords: *New Media, Social Media, TikTok, Youtube, Media Exposure, Young Generation, Videography, Interest in Learning, Media Effects, Stimulus-Response Theory.*



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Program Studi Broadcasting
Mohammad Faiz Ldvely Ydnaliz
44118010030

Pengaruh Terpaan Tiktok Dan Youtube Pada Minat Belajar Videografi
(Survei Pada Generasi Muda Umur 20-30 Tahun di Jakarta Barat)
Jumlah Halaman : XII + 125 Halaman + 12 Lampiran
Bibliografi : 5 Bab + 125 Halaman + 52 Buku + 11 Jurnal + 18 Data Website

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk Untuk mengetahui manakah dari Aplikasi Tiktok dan Youtube yang paling banyak dipakai dalam Minat Belajar Videografi Generasi Muda di Jakarta Barat. Penelitian ini menggunakan variabel independent yaitu Terpaan Tiktok dan Youtube. Variabel dependennya yaitu minat belajar videografi.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini mencakup teori *New Media*, *Stimulus-Respons*, Terpaan Media, Media Sosial, *TikTok*, *Youtube*, Generasi Muda, Videografi, Minat Belajar dan Efek Media.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, dengan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitiannya menggunakan jenis kausal sedangkan metode yang digunakan adalah survei pada generasi muda di Jakarta Barat yang berjumlah 199.613 jiwa. Peneliti mengumpulkan data yaitu menyebarkan kuesioner kepada responden sebanyak 100 orang dengan teknik sampling random sederhana.

Hasil penelitian dari uji kognitif, menunjukkan bahwa responden lebih banyak dalam mengetahui tentang Tiktok dari pada tentang Youtube. Dari hasil perhitungan nilai koefisien determinasi bahwa Pengaruh Terpaan Tiktok sebesar 45,8% lebih kuat dari pada Terpaan Youtube sebesar 13,4% pada Minat Belajar Videografi. Untuk uji korelasi Terpaan Media Tiktok memiliki hubungan yang lebih kuat sebesar 0,670 dari pada Terpaan Media Youtube sebesar 0,364 pada Minat Belajar Videografi. terdapat pengaruh Terpaan Tiktok dan Youtube pada Minat Belajar Videografi, hal ini terbukti dari nilai signifikansi Tiktok sebesar $0,000 < 0,05$ dan T-hitung $8,462 > T\text{-tabel } 1,987$ dan nilai signifikansi Youtube sebesar $0,000 < 0,05$ dan T-hitung $3,865 > T\text{-tabel } 1,987$. Dari hasil mean menunjukkan dari Variabel X, Terpaan Tiktok mendapatkan total mean sebesar 3,38 dan Terpaan Youtube sebesar 3, sedangkan variabel Y, Minat Belajar Videografi Tiktok mendapatkan total mean sebesar 3,57 dan Minat Belajar Videografi Youtube sebesar 4,05.

Kata Kunci: *New Media*, Media Sosial, *TikTok*, *Youtube*, Terpaan Media, Generasi Muda, Videografi, Minat Belajar, Efek Media, Teori *Stimulus-Respons*.