

Pengaruh Persepsi Subscriber mengenai Isi Pesan Vidio Penyamaran Sebagai Gembel terhadap Citra Diri Atta Halilintar

Jumlah Halaman dan Bibliografi: Halaman + 31 Buku + 11 Jurnal + 3 Web

ABSTRAK

Manusia di era globalisasi ini sudah bisa menikmati banyak kemajuan teknologi dengan berbagai macam bentuk. Pada saat ini, pembentukan persepsi bisa dilakukan dengan teknologi canggih yang banyak diminati oleh kalangan anak muda yaitu media sosial online. Salah satu media sosial yang saat ini sangat sedang diminati adalah Youtube, vidio yang di unggah dan di tonton oleh masyarakat pastinya akan menimbulkan persepsi yang berbeda-beda dari setiap penontonya, munculnya suatu persepsi dapat merubah citra diri seseorang dengan begitu persepsi yang muncul dapat menghasilkan citra yang positif maupun negatif.

Metode yang digunakan yaitu survei dengan pendekatan kuantitatif dan menggunakan kuesioner online sebagai instrument pengumpulan data. Variabel X pada penelitian ini yaitu Pengaruh Persepsi Subscriber mengenai Isi Pesan Vidio Penyamaran Sebagai Gembel dan variable Y pada penelitian ini yaitu Citra Diri Atta Halilintar. Paradigma yang digunakan adalah positivistic dan tipe penelitian ini adalah eksplanatif. Populasi tidak diketahui atau tak terhingga. Jumlah sampel yang telah ditentukan sebanyak 97 responden. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Teknik sampling insidental yakni Teknik pengumpulan sampel berdasarkan kebetulan.

Melalui uji regresi linier sederhana pada table koefisien determinasi didapatkan pengaruh sebesar 0,352 atau 35,2% terhadap tingkat citra diri Atta Halilintar, sedangkan sisanya sebesar 64,8% dipengaruhi factor-faktor lain, hal ini sesuai dengan pengkategorian yang telah dilakukan bahwa variable X memiliki kategori sedang dan variable Y memiliki variable sedang. Sedangkan untuk koefisien regresi sebesar 0,924 menyatakan bahwa apabila variable persepsi (X) mengalami peningkatan sebesar 1 poin akan meningkatkan variable citra diri (Y) sebesar 0,924. Koefisien regresi tersebut bernilai positif ini menyatakan arah hubungan yang searah, dimana kenaikan dan penurunan variable independen (X) akan mengakibatkan variable dependen (Y).

Kata Kunci : *Media Sosial Youtube, Persepsi, Citra Diri*



Mercu Buana University
Faculty of Communication Sciences
Majoring Public Relations
Shyfa Famelia
44215010116

The Influence of Subscriber Perceptions on the Contents of Incognito Video Messages as a Gemblance to Atta Halilintar's Self-Image
Number of Page : Pages + 31 Books + 11 Journal + 3 Web

ABSTRACT

Humans in this globalization era can already enjoy many technological advances in various forms. At this time, the formation of perception can be done with sophisticated technology that is in great demand by young people namely online social media. One of the social media that is currently in great demand is Youtube, videos uploaded and watched by the public will certainly lead to different perceptions from each audience, the emergence of a perception can change one's self-image so that the perception that emerges can produce an image positive or negative.

The method used is a survey with a quantitative approach and using an online questionnaire as a data collection instrument. The variable X in this study is the influence of the Subscriber's Perception about the Contents of the Disguised Vidio Message as a Gembel and the Y variable in this study is the Self-Image of Atil Halilintar. The paradigm used is positivistic and this type of research is explanative. Population unknown or infinite. The number of samples that have been determined are 97 respondents. The sampling technique used in this study is incidental sampling technique that is a sample collection technique based on coincidence.

Through a simple linear regression test on the coefficient of determination obtained an effect of 0.352 or 35.2% on the level of self-image of Atta Halilintar, while the remaining 64.8% is influenced by other factors, this is consistent with the categorization that has been done that the variable X has medium category and variable Y have medium variables. As for the regression coefficient of 0.924, it states that if the perception variable (X) increases by 1 point, it will increase the self-image variable (Y) by 0.924. This positive regression coefficient states the direction of a direct relationship, where the increase and decrease of the independent variable (X) will result in the dependent variable (Y).

Keywords: Social Media Youtube, Perseption, Self Image.