



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

**PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER DARI CHANNEL
YOUTUBE NEX CARLOS TERHADAP MINAT KULINER
(SURVEY TERHADAP WANITA BERUSIA 15-34 TAHUN DI JAKARTA
BARAT)**

TUGAS AKHIR SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1
(S-1) Komunikasi Broadcasting

MERCU BUANA

Disusun oleh:

DHIFA RAMADHAN

44116010078

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dhifa Ramadhan
NIM : 44116010078
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH TAYANGAN FOOD VLOGGER DARI CHANNEL YOUTUBE NEX CARLOS TERHADAP MINAT KULINER (SURVEY TERHADAP WANITA BERUSIA 15-34 TAHUN DI JAKARTA BARAT).**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan 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, dokumentasi, 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, 04 Agustus 2020



LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Tayangan Food Vlogger Dari Channel Youtube Nex
Carlos Terhadap Minat Kuliner (Survey Terhadap Wanita Berusia
15-34 Tahun Di Jakarta Barat)

Nama : Dhifa Ramadhan

NIM : 44116010078

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 4 Agustus 2020

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Mengetahui,

Pembimbing



(Dadan Iskandar, M.Si)

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : Pengaruh Tayangan Food Vlogger Dari Channel Youtube Nex
Carlos Terhadap Minat Kuliner (Survey Terhadap Wanita Berusia
15-34 Tahun Di Jakarta Barat)

Nama : Dhifa Ramadhan

NIM : 44116010078

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 4 Agustus 2020

Ketua Sidang,

Sofia Aunul, M.Si

(*Sofia Aunul*)

Penguji Ahli,

Nindyta Aisyah Dwityas, M.Si

(*Nindyta*)

Pembimbing,

Dadan Iskandar, M.Si

(*Dadan Iskandar*)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : Pengaruh Tayangan Food Vlogger Dari Channel Youtube Nex
Carlos Terhadap Minat Kuliner (Survey Terhadap Wanita Berusia
15-34 Tahun Di Jakarta Barat)

Nama : Dhifa Ramadhan

NIM : 44116010078

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 4 Agustus 2020

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing



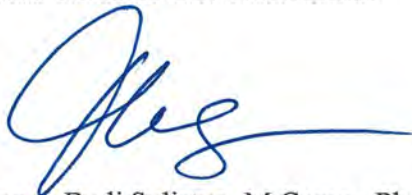
(Dadan Iskandar, M.Si)

Ketua Bidang Studi Broadcasting



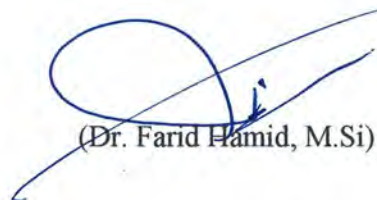
(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



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

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Dhifa Ramadhan

44116010078

Pengaruh Tayangan *Food Vlogger* Dari *Channel* YouTube Nex Carlos Terhadap Minat Kuliner (Survei Terhadap Wanita Berusia 15-34 Tahun Di Jakarta Barat).

Jumlah Halaman : Cover + 71 halaman + lampiran

Bibliografi : 41 Buku, 5 Jurnal, 14 Website

ABSTRAK

Skripsi ini membahas tentang Pengaruh Tayangan *Food Vlogger* Dari *Channel* YouTube Nex Carlos Terhadap Minat Kuliner (Survei Terhadap Wanita Berusia 15-34 Tahun Di Jakarta Barat). Perkembangan teknologi yang semakin canggih membuat manusia semakin mudah untuk berkomunikasi. Komunikasi yang sering dilakukan saat ini lebih sering dilakukan melalui internet, yaitu media sosial. *YouTube* merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai naik daun sejak 5 tahun lalu. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh tayangan *food vlogger* channel YouTube Nex Carlos terhadap minat kuliner pada wanita berusia 15-34 tahun di Jakarta Barat.

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

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode yang digunakan adalah metode survei, dengan teknik penarikan sampel menggunakan *Nonprobability Sampling*. Penelitian ini menunjukkan nilai t hitung yang diperoleh yaitu t hitung (6,679) > t tabel (1,661) maka H_0 ditolak dan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ yang artinya *food vlogger* berpengaruh signifikan terhadap minat kuliner. dengan nilai korelasi menunjukkan hubungan sedang antara *Food Vlogger* terhadap Minat Kuliner yaitu sebesar 0,599 dan nilai koefisien determinasi sebesar 31,3%.

Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh tayangan *food vlogger* channel YouTube Nex Carlos terhadap minat kuliner.

Kata Kunci : YouTube, *Food Vlogger*, Minat Kuliner



Universitas Mercu Buana

Fakultas Ilmu Komunikasi

Bidang Studi Broadcasting

Dhifa Ramadhan

44116010078

The Effects of Food Vlogger Impressions on the YouTube Channel Nex Carlos on Culinary Interests (Survey of Women 15-34 Years Old in West Jakarta).

Number of Pages : Cover + 71 pages + attachments

Bibliography : 41 Books, 5 Journals, 14 Websites

ABSTRACT

This thesis discusses the influence of Food Vlogger Impressions from the YouTube Channel Nex Carlos on Culinary Interests (Survey of Women Aged 15-34 Years in West Jakarta). The development of increasingly sophisticated technology makes it easier for humans to communicate. Communication is often done now more often through the internet, namely social media. YouTube is a form of video-based social media that began to rise since 5 years ago. This study aims to analyze the effect of Nex Carlos's YouTube food vlogger channel on culinary interests in women aged 15-34 in West Jakarta.

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

This research uses a quantitative approach with the method used is a survey method, with sampling techniques using Nonprobability Sampling. This study shows the t value obtained is $t_{\text{count}} (6.679) > t_{\text{table}} (1.661)$ then H_0 is rejected and with a significance value of $0.000 < 0.05$ which means that food vlogger has a significant effect on culinary interest. the correlation value indicates a moderate relationship between Food Vlogger and Culinary Interests that is equal to 0.599 and the coefficient of determination equal to 31.3%.

From this study it can be concluded that there is an influence on the food channel YouTube vlogger Nex Carlos on culinary interests.

Keywords: YouTube, Food Vlogger, Culinary Interests

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena dengan segala rahmat, taufik, dan hidayah-Nya penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini dengan sebaik-baiknya dan tepat pada waktunya.

Dalam Skripsi yang berjudul “Pengaruh Tayangan *Food Vlogger channel YouTube Nex Carlos* Terhadap Minat Kuliner Wanita Berusia 15-34 Tahun di Jakarta Barat” ini, penulis mengalami berbagai macam masa yang sulit dalam penyelesaiannya, namun semangat serta dukungan dari sekitar memotivasi penulis untuk segera menyelesaikan Skripsi ini.

Di dalam proses pembuatan Skripsi ini, penulis merasa masih jauh dari kesempurnaan. Untuk itu, penulis merasa masih memerlukan bantuan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.Comn, Ph.D. selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi yang melaksanakan kepemimpinan dalam proses pembelajaran.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M.Si. selaku Ketua Progam Studi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
3. Bapak Dr. Afdal Makkuraga Putra, M.Si. selaku Ketua Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana yang telah memberikan arahan, saran, serta nasihat yang sangat bermanfaat yang telah diberikan kepada penulis.
4. Bapak Drs. Dadan Iskandar, M.Si. Selaku dosen pembimbing, Terima kasih atas bimbingan, masukan, arahan serta kesabarannya kepada penulis sehingga penulis bisa menyelesaikan Skripsi ini dengan tepat waktu.
5. Seluruh dosen-dosen dan staf Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
6. Kepada kedua orang tua tercinta, terkasih, tersayang, terimakasih selalu

memberikan dukungan dan dorongan dari segi materi, mental, dan moral serta do'a yang tiada henti dipanjatkan.

7. Terimakasih kepada saudara kandung saya Fajri Maulana Ridwan, S.T. yang selalu memberikan dukungan, serta do'a agar saya selalu berjuang dan tidak mudah menyerah.
8. Terimakasih Kepada sang kekasih Siti Adila Hayi, S.Ikom yang selalu membantu saya serta memberikan dukungan serta motivasi agar saya tidak mudah menyerah dalam pembuatan skripsi ini.
9. Terimakasih Kepada Sahabat saya Yaitu Halim, S.M yang selalu membantu saya serta memberikan dukungan serta motivasi agar saya tidak mudah menyerah dalam pembuatan skripsi ini.
10. Terimakasih kepada teman-teman seperjuangan kuliah saya yaitu, garibaldi, S.Ikom, Faisal Witjaksono, S.ikom, Aji Saputra, S.Ikom, serta teman-teman Broadcasting Angkatan 2016 yang tidak bisa diucapkan satu-persatu. Tanpa kalian masa-masa dibangku kuliah saya tidak akan berkesan.

Penulis menyadari sepenuhnya bahwa Skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dikarenakan terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena itu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Akhir kata dengan segala ketulusan dan kerendahan diri, penulis mohon maaf apabila ada kesalahan dan kelemahan dalam Skripsi ini.

Jakarta, 04 Agustus 2020

Dhifa Ramadhan

DAFTAR ISI

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI	iv
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI	v
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR LAMPIRAN	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Perumusan Masalah	8
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Kajian Teoritis	20
2.2.1 <i>New Media</i>	20
2.2.2 YouTube	25
2.2.3 <i>Food Vlogger</i>	27
2.2.4 Khalayak	30
2.2.5 <i>Teori Uses and Effects</i>	34
2.3 Hipotesis Teori	36
2.3.1 Kerangka Pemikiran	36

BAB III METODE PENELITIAN	39
3.1 Paradigma Penelitian	39
3.2 Metode Penelitian	39
3.3 Populasi dan Sampel.....	40
3.3.1 Populasi.....	40
3.3.2 Sampel	41
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	42
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	43
3.4.1 Definisi Konsep	43
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	44
3.5 Teknik Pengumpulan Data	47
3.6 Teknik Analisa data.....	49
3.6.1 Analisis Korelasi.....	50
3.6.2 Analisis Regresi Linear Sederhana	51
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	53
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	53
4.1.1 Sejarah Umum YouTube	53
4.1.2 Prestasi	54
4.1.3 Pelayanan	54
4.1.4 Logo Perusahaan.....	55
4.2 Hasil Penelitian.....	55
4.2.1 Karakteristik Data Responden	55
4.2.2 Pengolahan Data	58
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel X (Food Vlogger)	60
4.2.4 Hasil Penelitian Variabel Y (Minat Kuliner).....	63
4.2.5 Analisis Korelasi.....	64
4.2.6 Analisis Regresi Linear Sederhana	66
4.2.7 Uji Hipotesis Statistik	67
4.2.8 Koefisien Determinasi (R^2)	68
4.2.9 Uji t	68

4.3 Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN.....	72
5.1 Simpulan	72
5.2 Saran	72
5.2.1 Saran Akademis	72
5.2.2 Saran Praktis	73
DAFTAR PUSTAKA	74
LAMPIRAN.....	95



UNIVERSITAS
MERCU BUANA

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	19
Tabel 2.2 Kerangka Pemikiran	47
Tabel 3.1 Operasionalisasi Konsep	54
Tabel 3.2 Skor Skala	57
Tabel 3.3 Kriteria Indeks Reliabilitas	58
Tabel 3.4 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	60
Tabel 4. 1 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	64
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Aktivitas	65
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Hobi	65
Tabel 4.4 Frekuensi Responden Berdasarkan Kulineran	66
Tabel 4.5 Frekuensi Responden Berdasarkan Mengetahui Channel YouTube	66
Tabel 4.6 Hasil Uji Validitas Variabel X	67
Tabel 4.7 Hasil Uji Validitas Variabel Y	68
Tabel 4.8 Reliabilitas variabel X	69
Tabel 4.9 Reliabilitas variabel Y	69
Tabel 4.10 Variabel X	69
Tabel 4.11 Variabel X	70
Tabel 4.12 Variabel X	70
Tabel 4.13 Variabel X	71
Tabel 4.14 Variabel X	71

Tabel 4.15 Variabel Y	72
Tabel 4.16 Variabel Y	72
Tabel 4.17 Variabel Y	73
Tabel 4.18 Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi	74
Tabel 4.19 Tabel Korelasi	74
Tabel 4.20 Uji Regresi	75
Tabel 4.21 Tabel Uji Hipotesis	76
Tabel 4.22 Tabel Koefisien Determinasi	77
Tabel 4.23 Uji T	78



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo YouTube.....	10
Gambar 1.2 Tampilan Channel YouTube Nex Calos.....	12
Gambar 4.1 Logo Perusahaan.....	64



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	91
Lampiran 2 <i>Curriculum Vitae</i>	95
Lampiran 3 <i>Coding Sheet</i> Variabel X.....	97
Lampiran 4 <i>Coding Sheet</i> Variabel Y.....	101

