



**PENGARUH KONTEN YOUTUBE *GOING SEVENTEEN*
TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR BOYBAND K-POP
SEVENTEEN**

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S1) Komunikasi Bidang Studi Advertising & Marketing
Communication

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

Disusun Oleh:

Indy Helena Putri

44319010041

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2023



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indy Helena Putri
NIM : 44319010041
Program Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN YOUTUBE *GOING SEVENTEEN* TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR BOYBAND K-POP SEVENTEEN

Menyatakan bahwa Laporan Skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan bukan plagiat, serta semua sumber baik yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila ternyata ditemukan di dalam Laporan Skripsi saya terdapat unsur plagiat, maka saya siap mendapatkan sanksi akademis yang berlaku di Universitas Mercu Buana.

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Jakarta, Jumat, 10 Februari 2023



Indy Helena Putri



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Indy Helena Putri
NIM : 44319010041
Program Studi : Advertising and Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : PENGARUH KONTEN YOUTUBE GOING SEVENTEEN TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR BOYBAND K-POP SEVENTEEN

Telah berhasil dipertahankan pada sidang di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 pada Bidang Studi Advertising and Marketing Communication, Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom
NIDN : 0316129201
Ketua Penguji : Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed
NIDN : 0316088201
Penguji Ahli : Melly Ridaryanthi, Ph.D
NIDN : 0324128202

Menyetujui,

Ketua Bidang Studi

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Jakarta, Jumat, 10 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Dr. Elly Yuliyawati, M.Si

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul Pengaruh Konten YouTube Going Seventeen Terhadap Loyalitas Penggemar Boyband K-pop Seventeen. Sholawat serta salam juga semoga selalu tercurahkan kepada Nabi besar Muhammad SAW, beserta sanak keluarga dan para sahabatnya.

Skripsi ini dibuat dan diajukan sebagai syarat untuk dapat memenuhi gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi dengan konsentrasi Advertising & Marketing Communication, Universitas Mercu Buana.

Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini ada tantangan serta perjuangan yang harus ditempuh, namun hal-hal tersebut dapat terlewati berkat bimbingan, nasehat, dan saran dari berbagai pihak yang terlibat sehingga pembuatan tugas akhir skripsi ini dapat diselesaikan sesuai dengan yang diharapkan. Pada kesempatan ini izinkan penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Bapak Kurniawan Prasetyo, S.Ikom., M.Ikom selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, serta pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Seluruh responden yang meluangkan waktunya untuk mengisi kuesioner penelitian.

3. Bapak Dr. Farid Hamid., M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang saya hormati.
4. Ibu Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed selaku Ketua Bidang Studi Advertising & Marketing Communication yang saya hormati.
5. Seluruh dosen dan tenaga pengajar di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang saya hormati.
6. Keluarga yang selalu memberi doa, dukungan, serta semangat selama pengerjaan tugas akhir skripsi.
7. Devi, Elsa, Erika, Febri, Gemas, Hani, Jullio selaku teman-teman Meja Payung Kantin yang selalu mendukung dan saling memberi semangat satu sama lain selama perkuliahan dan pengerjaan skripsi ini.
8. Kak Nadhifa Ayusha yang selalu memberi dukungan dan semangat untuk peneliti.
9. Seventeen yang telah menjadi inspirasi dan menjadi penghibur.
10. Serta seluruh pihak terlibat yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dari skripsi yang dibuat tidak luput dari kekurangan dan ketidaksempurnaan, namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi para pembacanya nanti.

Jakarta, 10 Februari 2023

Indy Helena Putri



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademik Universitas Mercu Buana, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Indy Helena Putri
NIM : 44319010041
Program Studi : Advertising & Marcomm
Judul Laporan Skripsi : *PENGARUH KONTEN YOUTUBE GOING SEVENTEEN TERHADAP LOYALITAS PENGGEMAR BOYBAND K-POP SEVENTEEN*

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, dengan ini memberikan izin dan menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Mercu Buana **Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-exclusive Royalty-Free Right*)** atas karya ilmiah saya yang berjudul di atas beserta perangkat yang ada (jika diperlukan).

Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Universitas Mercu Buana berhak menyimpan, mengalihmedia/format-kan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Laporan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Jakarta, Jumat, 10 Februari 2023

Yang menyatakan,



Indy Helena Putri

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
KATA PENGANTAR.....	iv
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	vi
ABSTRAK.....	vii
ABSTRACT	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Perumusan Masalah.....	14
1.3 Tujuan Penelitian.....	15
1.4 Manfaat Penelitian.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	16
2.1 Penelitian Terdahulu	16
2.2 Kajian Teoritis.....	24

2.2.1 Komunikasi Pemasaran.....	24
2.2.2 New Media	25
2.2.3 Media Sosial.....	26
2.2.4 <i>Social Media Content Marketing</i>	33
2.2.5 Loyalitas Penggemar	39
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	44
3.1 Paradigma Penelitian	44
3.2 Metode Penelitian.....	44
3.3 Populasi dan Sampel.....	45
3.3.1 Populasi.....	45
3.3.2 Sampel.....	46
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	47
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep	48
3.4.1 Definisi Konsep.....	48
3.4.1.1 <i>Social Media Content Marketing</i>	48
3.4.1.2 Loyalitas Penggemar.....	49
3.4.2 Operasionalisasi Konsep	50
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	52
3.5.1 Data Primer	52
3.5.2 Data Sekunder	52
3.6 Uji Validitas dan Reliabilitas	53

3.6.1 Uji Validitas	53
3.6.2 Uji Reliabilitas.....	55
3.7 Teknik Analisis Data	58
3.8 Analisis Regresi Linier Sederhana	59
3.9 Uji Hipotesis.....	60
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	62
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	62
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1 Karakteristik Data Responden.....	66
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X (Konten YouTube <i>Going Seventeen</i>)	68
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y (Loyalitas Penggemar Boyband K-Pop SEVENTEEN)	80
4.3 Analisis Statistik.....	88
4.3.1 Uji Korelasi	88
4.3.2 Uji Hipotesis (Uji T).....	89
4.3.3 Uji Regresi Linier Sederhana	90
4.3.4 Uji Koefisien Determinasi	91
4.4 Pembahasan.....	92
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	98
5.1 Kesimpulan	98
5.2 Saran	100

5.2.1 Saran Akademis.....	100
5.2.2 Saran Praktis.....	100
DAFTAR PUSTAKA.....	101
LAMPIRAN.....	106



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Penelitian Terdahulu	16
Tabel 3.1 Tabel Operasionalisasi Konsep	50
Tabel 3. 2 Tabel Hasil Uji Validitas	54
Tabel 3.3 Kriteria untuk tingkat reliabilitas.....	57
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Konten YouTube Going Seventeen.....	57
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Loyalitas Penggemar Boyband K-Pop Seventeen.....	57
Tabel 4.1 Frekuensi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	66
Tabel 4.2 Frekuensi Responden Berdasarkan Usia	67
Tabel 4.3 Frekuensi Responden Berdasarkan Pekerjaan	67
Tabel 4.4 Pertanyaan Dimensi Reader Cognition 1.....	68
Tabel 4.5 Pertanyaan Dimensi Reader Cognition 2.....	69
Tabel 4.6 Pertanyaan Dimensi Reader Cognition 3.....	69
Tabel 4.7 Penilaian Dimensi Reader Cognition	70
Tabel 4.8 Pertanyaan Dimensi Sharing Motivation 1.....	70
Tabel 4.9 Pertanyaan Dimensi Sharing Motivation 2.....	71
Tabel 4.10 Penilaian Dimensi Sharing Motivation	71
Tabel 4.11 Pertanyaan Dimensi Persuasions 1	72
Tabel 4.12 Pertanyaan Dimensi Persuasions 2	72
Tabel 4.13 Pertanyaan Dimensi Persuasions 3	73

Tabel 4.14	Pertanyaan Dimensi Persuasions 4	73
Tabel 4.15	Pertanyaan Dimensi Persuasions 5	74
Tabel 4.16	Penilaian Dimensi Persuasions	74
Tabel 4.17	Pertanyaan Dimensi Decision Making 1	75
Tabel 4.18	Pertanyaan Dimensi Decision Making 2	76
Tabel 4. 19	Penilaian Dimensi Decision Making.....	77
Tabel 4.20	Pertanyaan Dimensi Life Factors 1	77
Tabel 4.21	Pertanyaan Dimensi Life Factors 2	78
Tabel 4.22	Pertanyaan Dimensi Life Factors 3	78
Tabel 4.23	Pertanyaan Dimensi Life Factors 4	79
Tabel 4.24	Penilaian Dimensi Life Factors	79
Tabel 4.25	Pertanyaan Dimensi Make Regular Repeat Purchase 1.....	81
Tabel 4.26	Pertanyaan Dimensi Make Regular Repeat Purchase 2.....	81
Tabel 4. 27	Penilaian Dimensi Make Regular Repeat Purchase	82
Tabel 4.28	Pertanyaan Dimensi Purchase Across Product and Service 1	82
Tabel 4.29	Pertanyaan Dimensi Purchase Across Product and Service 2	83
Tabel 4. 30	Penilaian Dimensi Purchase Across Product and Service	83
Tabel 4. 31	Pertanyaan Dimensi Refer Other 1	84
Tabel 4.32	Pertanyaan Dimensi Refer Other 2	85
Tabel 4.33	Penilaian Dimensi Refer Other	85

Tabel 4.34 Pertanyaan Dimensi Demonstrates Immunity to The Pull of The Competition 1.....	86
Tabel 4.35 Pertanyaan Dimensi Demonstrates Immunity to The Pull of The Competition 2.....	87
Tabel 4.36 Penilaian Dimensi Demonstrates Immunity to The Pull of The Competition.....	87
Tabel 4.37 Tabel Uji Korelasi.....	88
Tabel 4.38 Hasil Uji Korelasi.....	89
Tabel 4.39 Hasil Uji T.....	89
Tabel 4.40 Hasil Uji Regresi.....	90
Tabel 4.41 Hasil Uji Koefisien Determinasi.....	92



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Jumlah Pengguna Media Sosial di Indonesia	3
Gambar 1.2 Aplikasi Terpopuler di Indonesia	4
Gambar 1.3 The World's Most Used Social Platforms.....	5
Gambar 1.4 Negara dengan Twit K-Pop Paling Banyak	6
Gambar 1.5 Negara dengan Jumlah Penggemar K-Pop Paling Banyak	7
Gambar 1.6 Boyband Kpop Seventeen	8
Gambar 1.7 Channel YouTube SEVENTEEN	9
Gambar 1.8 Konten Going Seventeen.....	10
Gambar 1.9 Going Seventeen 2022.....	11
Gambar 4.1 Boyband K-Pop Seventeen.....	62
Gambar 4.2 Logo YouTube.....	63
Gambar 4.3 Konten Going Seventeen 2022	64
Gambar 4.4 Konten Going Seventeen 2022	65

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	106
Lampiran 2 Hasil Tabulasi Data Karakteristik Responden.....	113
Lampiran 3 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Social Media Content Marketing (X)	117
Lampiran 4 Tabulasi Data Instrumen Penelitian Variabel Loyalitas Penggemar (Y).....	121
Lampiran 5 Uji Validitas Variabel X.....	125
Lampiran 6 Uji Reliabilitas Variabel X.....	128
Lampiran 7 Uji Validitas Variabel Y.....	128
Lampiran 8 Uji Reliabilitas Variabel Y.....	129
Lampiran 9 Uji Korelasi.....	130
Lampiran 10 Uji Hipotesis (uji t)	130
Lampiran 11 Uji Regresi Linier.....	130
Lampiran 12 Uji Koefisien Determinasi	131
Lampiran 13 CV Peneliti.....	132