



**PENGARUH VIDEO YOUTUBE “WONDERLAND INDONESIA”  
ALFFY REV TERHADAP MINAT BERWISATA  
MASYARAKAT INDONESIA**

**TUGAS AKHIR SKRIPSI**

Skripsi Ini Disusun Sebagai Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana  
Strata 1 (S1) Komunikasi bidang studi Advertising & Marketing Communication

Disusun Oleh:

Muhammad Abkal Fulingga  
(44319010037)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS MERCU BUANA  
JAKARTA  
2023**

## HALAMAN PENYATAAN KARYA SENDIRI

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Abkal Fulingga  
NIM : 44319010037  
Program Studi : Advertising & Marketing  
Communication  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Video Youtube  
"Wonderland Indonesia Alffy Rev  
Terhadap Minat Berwisata  
Masyarakat Indonesia

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.

Jakarta, 16 Febuari 2023

Materai dan ttd

Muhammad Abkal Fulin:



## HALAMAN PENGESAHAN

Laporan Skripsi ini diajukan oleh:

Nama : Muhammad Abkal Fulingga  
NIM : 44319010037  
Program Studi : Advertising & Marketing  
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Video Youtube “Wonderland  
IndonesiaAlffy Rev Terhadap Minat Berwisata Masyarakat Indonesia

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

Disahkan oleh:

Pembimbing 1 : Riki Arswendi M.Ikom (  )

Ketua Penguji : Yuni Tresnawati, M.Ikom (  )

Penguji Ahli : Kurniawan Prasetyo, M.Ikom (  )

Menyetujui,  
Ketua Bidang  
Studi

Eka Perwitasari Fauzi, M.Ed

Jakarta, 16 Februari 2023

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



Dr. Elly Yuliyawati, M.Si



Dr. Farid Hamid Umarela, M.Si

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga Penulis dapat menyelesaikan tugas makalah yang berjudul " Pengaruh video youtube “wonderland Indonesia” Alffy Rev Terhadap Minat Berwisata di Indonesia” ini tepat pada waktunya.

Adapun tujuan dari penulisan dari makalah ini adalah untuk memenuhi tugas akhir. Selain itu, skripsi ini juga bertujuan untuk menambah wawasan tentang " Pengaruh video youtube “wonderland Indonesia” Alffy Rev Terhadap Minat Berwisata di Indonesia” bagi para pembaca dan juga bagi penulis.

Dalam penyusunan laporan tugas akhir ini, tidak sedikit kesulitan dan hambatan yang penulis alami. Namun, dikarenakan banyak sekali dukungan dari berbagai lingkungan dan pihak membuat penulis mampu menyelesaikan laporan tugas akhir ini. Oleh karena itu penulis pada kesempatan ini ingin mengucapkan terima kasih sedalam - dalam kepada:

1. Bapak Riki Arswendi, S. Sos, M. Ikom selaku dosen pembimbing dalam membuat laporan tugas akhir ini yang sudah membimbing penulis dengan sabar serta memberikan dukungan, tenaga, waktu, pikiran serta pengajaran dalam menyelesaikan laporan tugas akhir ini.
2. Bapak Dr. Farid Hamid, M. Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
3. Dr. Elly Yuliawati, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana, yang melaksanakan kewajibannya sebagai pemimpin yang amanah sehingga kami sebagai mahasiswa bisa belajar dengan nyaman.
4. Ibu Eka Perwitasari, M. Ed selaku ketua bidang Studi Advertising and Marketing Communication Universitas Mercubuana, yang telah memberikan dukungan, motivasi, dan pengajaran yang baik selama penulis menyelesaikan tugas akhir.
5. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberi sebagian pengetahuannya sehingga Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
6. Seluruh Bapak/Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Jurusan Periklanan dan Marketing Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah memberikan ilmu dan pengetahuan yang sangat bermanfaat selama masa perkuliahan.

7. Terutama rekan seperjuangan Raihan Hilmi dan Shabriansyah Raidurasyid tetap semangat ya kalian.
8. Segenap staf pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang telah banyak membantu penulis selama ini.
9. Orangtua saya, ibu dan Ayah yang selalu mendoakan dan memberikan semangat selama penyelesaian penyusunan tugas akhir.
10. Teman terhebat Indy Helena dan Rachma Dissa yang selalu mendukung, memberikan semangat dan pengalaman berharga dalam ilmu komunikasi sehingga penulisan tugas akhir ini dapat diselesaikan tepat waktu.
11. Seluruh pihak pihak yang tidak dapat disebutkan satu persatu yang telah membantu penulis selama penyusunan tugas akhir.

Penulis menyadari, skripsi yang Penulis tulis ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun akan Penulis nantikan demi kesempurnaan makalah ini.

Jakarta, 19 Januari 2023

UNIVERSITAS  
MERCU BUANA

Penulis,  
Muhamad Abkal Fulingga

## HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASITUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

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

Nama : Muhammad Abkal Fulingga

NIM : 44319010037

Program Studi : Advertising & Marketing  
Communication

Judul Laporan Magang/Skripsi/Tesis/Disertasi : Pengaruh Video Youtube  
"Wonderland Indonesia Alfyy Rev Terhadap Minat Berwisata Masyarakat Indonesia

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, 16 Febuari 2023

Yang menyatakan,



(Muhammad Abkal Fulingg)

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL.....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI.....</b>	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN.....</b>	<b>iii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>iv</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI</b>	
<b>TUGAS AKHIR KEPENTINGAN AKADEMIS.....</b>	<b>vi</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>vii</b>
<b>ABSTRACT.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL.....</b>	<b>xii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	13
1.3 Tujuan Penelitian.....	14
1.4 Manfaat Penelitian.....	14
1.4.1. Manfaat Akademis.....	14
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA .....</b>	<b>15</b>
2.1. Peneliti Terdahulu .....	15
2.2 Kajian Teoritis .....	18
2.2.1 Komunikasi.....	18
2.2.2. Komunikasi Massa .....	22
2.2.3 Media Baru .....	25
2.2.4 Media Sosial .....	26
2.2.5 Youtube .....	26

2.2.6 Video Klip .....	26
2.2.7 Model AISAS .....	27
2.2.8 Konsep Minat .....	28
2.2.9 Hipotesis Penelitian .....	30
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN .....</b>	<b>31</b>
3.1 Paradigma Penelitian .....	31
3.2 Metode Penelitian .....	31
3.3 Populasi dan Sampel .....	32
3.3.1. Populasi .....	32
3.3.2 Sampel .....	33
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel .....	34
3.4. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep .....	34
3.4.1 Definisi Konsep .....	34
3.4.2. Operasional Konsep .....	35
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	37
3.6 Teknik Analisis Data .....	42
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>45</b>
4.1. Gambaran Umum Objek Penelitian .....	45
4.1.1. Wonderland Indonesia I .....	45
4.1.2. Konten kreator Alffy Rev .....	46
4.2 Hasil Penelitian .....	48
4.2.1 Identitas Responden .....	48
4.2.2 Pengguna Aktif Youtub .....	49
4.3 Hasil Penelitian Pengaruh Video X .....	51
4.4 Hasil Penelitian Minat Berwisata Y .....	56
4.5 Hasil Regresi Linier Sederhana .....	60
4.5.1. Tabel Uji Regresi Linier Sederhana .....	60
4.5.2. Tabel Uji Regresi Linier Sederhana .....	61
4.5.3 Tabel Uji Regresi Linier Sederhana .....	61
4.6 Pembahasan .....	62



<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>65</b>
5.1 Kesimpulan.....	65
5.2 Saran.....	66
5.2.1 Saran Akademis .....	66
5.2.2 Saran Praktis .....	67
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>68</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>70</b>



## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Peneliti terdahulu .....	15
Tabel 3. 1 Variabel Operasionalisasi Konsep .....	35
Tabel 3. 2 Daftar Tabel Skala Likert Data Primer .....	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Validitas.....	40
Tabel 3. 4 Hasil Alpha Cronbach's .....	41
Tabel 4. 1 Umur .....	49
Tabel 4. 2 Frekuensi Akses Youtube .....	50
Tabel 4. 3 Menonton Wonderland Indonesia I.....	50
Tabel 4. 4 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	51
Tabel 4. 5 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	51
Tabel 4. 6 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	52
Tabel 4. 7 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	52
Tabel 4. 8 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	53
Tabel 4. 9 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	53
Tabel 4. 10 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	54
Tabel 4. 11 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	54
Tabel 4. 12 Data Deskriptif Pengaruh Video .....	55
Tabel 4. 13 Data Deskriptif Minat .....	56
Tabel 4. 14 Data Deskriptif Minat .....	56
Tabel 4. 15 Data Deskriptif Minat .....	57
Tabel 4. 16 Data Deskriptif Minat .....	57
Tabel 4. 17 Data Deskriptif Minat .....	58
Tabel 4. 18 Data Deskriptif Minat .....	59
Tabel 4. 19 Data Deskriptif Minat .....	59

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Persentase akses media sosial oleh pengguna internet usia 16-64 tahun di Indonesia 2020 .....	7
Gambar 1. 2 Video Youtube Wonderland Indonesia ( <a href="https://www.youtube.com/watch?v=aKtb7Y3qOck">https://www.youtube.com/watch?v=aKtb7Y3qOck</a> ) .....	9
Gambar 1. 3 Komentar netizen terhadap video Wonderland Indonesia .....	10
Gambar 1. 4 Wonderland Indonesia di liput trending di Kompas.com .....	10
Gambar 1. 5 Wonderland Indonesia di liput trending di Serambinews.com .....	11
Gambar 1. 6 Video reaction Wonderland Indonesia I .....	12
Gambar 1. 7 Video reaction Wonderland Indonesia I oleh konten kreator Indonesia .....	12

