

Nama : Muhammad Abkal Fulingga
NIM : 44319010037
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Video Youtube “Wonder land Indonesia Alffy Rev Terhadap Minat Berwisata Masyarakat Indonesia
Pembimbing : Riki Arswendi M.Ikom

ABSTRAK

Alffy Rev menjadi salah satu konten kreator yang terkenal di platform youtube, salah satu karyanya yang viral adalah video wonderland Indonesia tujuan dari video tersebut adalah untuk mengenalkan budaya, lagu keindahan alam yang dimiliki oleh Indonesia artinya Indonesia kaya akan budaya. Serta, tujuan dari Alffy Rev sendiri adalah untuk membuat nama Indonesia dapat dipandang berkelas di mata dunia. kemajuan peradaban umumnya berjalan dengan perkembangan dunia. Kehadiran internet ditengah tengah kehidupan masyarakat merupakan awal dari munculnya media baru seperti media sosial. Youtube menjadi salah satu platform yang digunakan. Terutama Minat berwisata yang menjadi fokus dalam penelitian yang dimana terdapat dalam video Wonderland Indonesia.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh video Wonderland Indonesia terhadap minat masyarakat Indonesia berwisata.

Teori yang terdapat dalam penelitian ini antara lain Model AISAS terdapat 5 tahap dari Model AISAS diantara lainnya adalah (attention, interest, search, action and share). Selain itu ada konsep Minat dimana terdapat tiga tahap diantaranya ada pengetahuan, sikap dan perilaku serta

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah positivisme dan metode yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif survei, peneliti melakukan pendekatan dengan membuat kuesioner untuk responden bisa memberikan tanggapan terhadap video youtube wonderland Indonesia. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 Responden.

Berdasarkan hasil penelitian kuesioner, dalam penelitian ini disimpulkan bahwa 61.9% video wonderland Indonesia memiliki pengaruh cukup besar dalam aspek minat berwisata. Artinya, Responden dalam penelitian ini setuju dengan video wonderland Indonesia yang dibuat oleh Alffy Rev dapat berpengaruh untuk berkunjung ke objek wisata yang ada di wonderland Indonesia.

Kata Kunci: Youtube, Alffy Rev, Wonderland Indonesia, Minat Wisata, Kuantitatif.

Nama : Muhammad Abkal Fulingga
NIM : 44319010037
Program Studi : Advertising & Marketing Communication
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Video Youtube “Wonder land Indonesia Alffy Rev Terhadap Minat Berwisata Masyarakat Indonesia
Pembimbing : Riki Arswendi M.Ikom

ABSTRACT

Alffy Rev is one of the famous content creators on the youtube platform, one of his viral works is the Indonesian wonderland video the purpose of the video is to introduce culture, the song of natural beauty owned by Indonesia means that Indonesia is rich in culture. Also, the purpose of Alffy Rev itself is to make Indonesia's name can be seen as classy in the eyes of the world. The progress of civilization generally goes with the development of the world. The presence of the internet in the middle of people's lives is the beginning of the emergence of new media such as social media. Youtube is one of the platforms used. Especially the interest in traveling which is the focus of research which is contained in the Wonderland Indonesia video.

The purpose of this study is to find out how much influence wonderland Indonesia videos have on the interest of Indonesians in traveling.

The theories contained in this study include the AISAS Model there are 5 stages of the AISAS Model, including (attention, interest, search, action and share). In addition, there is the concept of Interest where there are three stages including knowledge, attitudes and behaviors. On this study, the paradigm used was positivism and the method used was descriptive quantitative survey, the researcher approached by making a questionnaire for respondents to be able to respond to the Indonesian wonderland youtube video. The sample used in this study was 100 respondents.

Based on the results of the questionnaire research, in this study it was concluded that 61.9% of Indonesian wonderland videos have a considerable influence in the aspect of travel interest. This means that respondents in this study agree that the Indonesian wonderland video made by Alffy Rev can be influential in visiting tourist attractions in wonderland Indonesia.

Keywords: Youtube, Alffy Rev, Wonderland Indonesia, Tourism Interest, Quantitative.