



**PENGARUH TAYANGAN KONTEN VLOG SAAIH HALILINTAR
DENGAN JUDUL “28 JUTA BUAT SARAPAN PAGI” TERHADAP GAYA
HIDUP HEDONISME MAHASISWA**

(Survey Terhadap Mahasiswa Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana)

SKRIPSI

Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 (S-1)

Komunikasi Bidang Studi Broadcasting

Disusun Oleh :

Eva Yolanda

44116010155

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS MERCU BUANA

JAKARTA

2020



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PERNYATAAN HASIL KARYA SENDIRI

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Eva Yolanda
NIM : 44116010155
Jurusan : Broadcasting
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGARUH TAYANGAN VLOG SAIH HALILINTAR DENGAN JUDUL 28 JUTA BUAT SARAPAN PAGI TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA**

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



Eva yolanda



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TAYANGAN VLOG SAIH HALILINTAR
DENGAN JUDUL 28 JUTA BUAT SARAPAN PAGI
TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA**

Nama : Eva Yolanda

NIM : 44116010155

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 04 Agustus 2020

Mengetahui,

Dosen Pembimbing

UNIVERSITAS
Rika Jessica
MERCU BUANA

(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TAYANGAN VLOG SAIH HALILINTAR
DENGAN JUDUL 28 JUTA BUAT SARAPAN PAGI
TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA**

Nama : Eva Yolanda

NIM : 44116010155

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 04 Agustus 2019

Ketua Sidang
Rahmadya Putra Nugraha, M.Si

()

Penguji Ahli
Eka Perwitasari, M.Ed

UNIVERSITAS
MERCU BUANA ()

Pembimbing
Rika Yessica Rahma, M.Ikom

()



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN SKRIPSI

Judul : **PENGARUH TAYANGAN VLOG SAIH HALILINTAR
DENGAN JUDUL 28 JUTA BUAT SARAPAN PAGI
TERHADAP GAYA HIDUP HEDONISME MAHASISWA**

Nama : Eva Yolanda

NIM : 44116010155

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Bidang Studi : Broadcasting

Jakarta, 25 Juli 2020

Disetujui dan diterima oleh

Pembimbing

Ketua Bidang Studi Broadcasting


(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)


(Dr. Afdal Makkuraga, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi


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


(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Fakultas Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Broadcasting
Eva Yolanda
44116010155

Pengaruh Tayangan Konten Vlog Saaih Halilintar Dengan Judul "28 Juta Buat Sarapan Pagi" Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa
Jumlah Halaman : X lembar + 93 halaman + 11 lampiran
Bibliografi : 5 Bab 93 hal + 11 Lampiran + 18 Buku + 4 Internet

ABSTRAK

Youtube adalah salah satu penyedia layanan video terbesar saat ini dan youtube juga merupakan media untuk upload secara gratis. Youtube dijadikan sebagai wadah untuk berekspresi bagi para youtuber salah satunya Saaih Halilintar. Isi konten yang disajikan oleh Saaih Halilintar berupa Video vlog dengan tema daily life pada umumnya tampak menunjukkan gaya hidup sehari-hari yang cukup mewah dengan selalu melakukan kegiatan-kegiatan yang membutuhkan biaya cukup tinggi.

Dampak komunikasi dari penelitian ini berkaitan dengan Teori Uses and Effect. Dimana teori ini menjelaskan bagaimana media digunakan dan menimbulkan efek dari penggunaan media sebagai sumber informasi. Khalayak menerima dampak yang ditimbulkan setelah menonton vlog Saaih Halilintar di media sosial Youtube. Dampak yang diterima berupa Attention, Interest, dan Desier. Sejauh mana khalayak memberi perhatian, minat dan tindakan. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan tipe penelitian eksplanatif. Metode yang digunakan yaitu metode survey dengan kuesioner sebagai instrument untuk mendapatkan dari responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori Uses and Effect dan Teori AIDDA.

Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa tingkat probabilitas sebesar 0,000 yaitu jauh lebih kecil dari nilai taraf signifikan sebesar 0,05 (taraf signifikan $\alpha = 5\%$) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima yang memiliki arti terdapat pengaruh yang signifikan antara pengaruh tayangan konten vlog clickbait saaih halilintar dengan judul 28 juta buat sarapan pagi terhadap gaya hidup hedonisme mahasiswa dengan angka korelasi sebesar 0,428 yang menunjukkan hubungan pada peneliti tergolong cukup kuat.

Kata kunci: Media Sosial, Youtube, Audiens, Saaih Halilintar



Mercu Buana University
faculty of Communication
Broadcasting Field of Study
Eva Yolanda
44116010155

The Effect of Vlog Content Impressions with Lightning Title with the Title "28 Million for Breakfast" on the Lifestyle of Student Hedonism

Number of pages : X sheets + 93 pages + 11 attachments

Bibliography: 5 Chapter 93 pages + 11 Appendices + 18 Books + 4 Internet

ABSTRACT

Youtube is one of the largest video service providers today and YouTube is also a medium for uploading for free. Youtube is used as a forum for expression for YouTubers, one of them Saaih Halilintar. The contents of the content presented by Saaih Halilintar in the form of video vlogs with the theme of daily life generally appear to indicate a fairly luxurious everyday lifestyle by always doing activities that require quite high costs.

The communication impact of this research is related to the Theory of Uses and Effect. Where this theory explains how media is used and the effects of using media as a source of information. The audience received the impact after watching Saaih Halilintar's vlog on YouTube social media. The impact received in the form of Attention, Interest, and Desier. The extent to which the audience gives attention, interest and action.

This study uses a quantitative approach to the type of explanatory research. The method used is a survey method with a questionnaire as an instrument to get from respondents. Theories used in this research are Uses and Effect theory and AIDDA Theory.

This study shows the results that the probability level of 0,000 is much smaller than the significant level of 0.05 (significant level $\alpha = 5\%$) which means H_0 is rejected and H_a is accepted which means there is a significant influence between the effect of clickbait vlog content impressions. lightning with the title 28 million for breakfast on the lifestyle of student hedonism with a correlation number of 0.428 which shows the relationship to researchers is quite strong.

Keywords: Social Media, Youtube, Audience, Saaih Halilintar

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan usulan penelitian yang berjudul "Pengaruh Tayangan Konten Vlog Clickbait Saaih Halilintar Dengan Judul 28 Juta Buat Sarapan Pagi Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Mahasiswa (Survey Terhadap Mahasiswa Broadcasting 2016 Universitas Mercu Buana)."

Penulisan usulan penelitian ini bertujuan untuk memenuhi salah satu syarat dalam penyusunan skripsi pada Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Selama penulisan skripsi ini tentunya penyusun mendapat banyak bantuan dari berbagai pihak yang telah mendukung dan membimbing penulis. Kasih yang tulus serta penghargaan yang setinggi-tingginya kepada:

- Ibu Rika Yessica, M.Ikom selaku Dosen Pembimbing skripsi penulis. Terimakasih atas waktu, bimbingan, saran dan ilmu yang telah banyak di berikan kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
- Bapak Ponco Budi Sulistyono, M.com, Ph.d, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- Bapak Dr. Afdal Makkugara Putra, M.Si, selaku Kaprodi Broadcasting Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

- Bapak Rahmadya Putra Nugraha M.Si, Selaku Sekbid I Program Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
- Ibu Mardhiyyah, S.Ikom, M.Ikom, Selaku Sekbid II Program Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana.
- Seluruh dosen pengajar dan staff tata usaha dilingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.
- Ibunda (alm) Yuliana, Ayahanda Bahrin Akib, Kakak-kakak penulis Merry, Mami Ara, linda, koko budi, Adik saya Cika dan Mimi.
- Terimakasih kepada teman-teman saya yang sudah mendukung saya selama saya mengerjakan skripsi ini.

Rasa hormat dan terima kasih bagi semua pihak atas segala dukungan dan doanya semoga Allah SWT., membalas segala kebaikan yang telah mereka berikan kepada penulis. Amin.

Akhir kata penusun ucapkan terima kasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan semoga Allah SWT melimpahkan karunianya dalam setiap amal kebaikan kita dan diberikan balasan. Amin.

Jakarta, 6 Juli 2020

Eva Yolanda

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN KARYA SENDIRI	i
LEMBAR PERSETUJUAN	ii
LEMBAR TANDA LULUS.....	iii
LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	6
1.3 Tujuan Penelitian	6
1.4 Manfaat Penelitian	6
1.4.1 Manfaat Akademis	6
1.4.2 Manfaat Praktis	6
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	7
2.1 Penelitian Terdahulu	7
2.2 Komunikasi Massa.....	15
2.2.1 Efek Komunikasi Massa	17
2.3 New Media.....	19
2.3.1 Pengertian New Media.....	19
2.3.2 Kelebihan dan Kekurangan New Media	20
2.4 Media Sosial	21
2.4.1 Pengertian Media Sosial	21

2.4.2 Jenis-Jenis Media Sosial	22
2.4.3 Efek Media Sosial	23
2.5 Terpaan Media	24
2.6 Youtube.....	26
2.7 Video Blogg (VLOG).....	27
2.7.1 Konten	29
2.8 Clickbait.....	29
2.9 Khalayak.....	30
2.9.1 Jenis-Jenis Khalayak	31
2.10 Gaya Hidup.....	31
2.10.1 Fakta Mempengaruhi Gaya Hidup	33
2.11 Teori Uses and Effect	34
2.12 Teori AIDDA.....	36
2.13 Hipotesis	37
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	42
3.1 Paradigma Penelitian	42
3.2 Metode Penelitian	42
3.3 Populasi dan Sampel.....	41
3.3.1 Populasi.....	41
3.3.2 Sampel.....	42
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	43
3.4 Definisi Konsep dan Operasionalisasi Konsep.....	44
3.4.1 Definisi Konsep	44
3.4.2 Operasionalisasi Konsep.....	46
3.5 Uji Validitas dan Uji Reliabilitas.....	48

3.5.1 Uji Validitas	48
3.5.2 Uji Reliabilitas	52
3.6 Teknik Pengumpulan Data	53
3.6.1 Data Primer	54
3.6.2 Data Sekunder	54
3.7 Teknik Analisis Data	54
3.7.1 Uji Regresi Linier Sederhana	55
3.7.2 Uji Korelasi	56
3.7.3 Koefisien Determinasi	58
3.8 Hipotesis Statistik	58
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	61
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	61
4.1.1 Youtube	63
4.1.2 Channel Youtube Saaih Halilintar	65
4.2 Hasil Penelitian	65
4.2.1 Karakteristik Responden	65
4.2.2 Hasil Penelitian Variabel X	67
4.2.3 Hasil Penelitian Variabel Y	69
4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana	76
4.4 Uji Korelasi	78
4.4.1 Signifikan Hasil Uji Korelasi	78
4.4.2 Kekuatan Hubungan (Korelasi) Variabel	78
4.4.3 Arah Hubungan Korelasi	80
4.5 Koefisien Determinasi	80
4.6 Uji Hipotesis	80

4.7 Pembahasan	83
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	88
5.1 Kesimpulan	88
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	93



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	7
Tabel 3.1 Operasional Konsep	45
Tabel 3.2 Hasil Uji Validitas Variabel X	49
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Variabel Y	49
Tabel 3.4 Indeks Reliabilitas	51
Tabel 3.5 Hasil Uji Reliabilitas	52
Tabel 3.6 Interpretasi Terhadap Nilai r Hasil Analisis Korelasi	56
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	61
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan Usia	62
Tabel 4.3 Hasil Penelitian Pertanyaan 1 Variabel X	63
Tabel 4.4 Hasil Penelitian Pertanyaan 2 Variabel X	64
Tabel 4.5 Hasil Penelitian Pertanyaan 3 Variabel X	65
Tabel 4.6 Hasil Penelitian Pertanyaan 4 Variabel X	66
Tabel 4.7 Hasil Penelitian Pertanyaan 5 Variabel X	67
Tabel 4.8 Hasil Penelitian Pertanyaan 6 Variabel X	68

Tabel 4.9 Hasil Penelitian Pertanyaan 1 Variabel Y	69
Tabel 4.10 Hasil Penelitian Pertanyaan 2 Variabel Y	70
Tabel 4.11 Hasil Penelitian Pertanyaan 3 Variabel Y	71
Tabel 4.12 Hasil Penelitian Pertanyaan 4 Variabel Y	72
Tabel 4.13 Hasil Penelitian Pertanyaan 5 Variabel Y	73
Tabel 4.14 Hasil Penelitian Pertanyaan 6 Variabel Y	74
Tabel 4.15 Tabel Variables Entered/Removed	75
Tabel 4.16 Tabel Coefficients	76
Tabel 4.17 Tabel Correlation	77
Tabel 4.18 Tabel Model Summary	79
Tabel 4.19 Tabel ANOVA	80