

## ABSTRAK

Nama : Muhamad Helmy Zuelvan  
NIM : 44319010035  
Program Studi : *Advertising & Marketing Communication*  
Judul Skripsi : Pengaruh Youtuber Tasyi Athasyia Sebagai *Food Vlogger* Terhadap Persepsi Audiens (Survei pada video Tasyi battle basreng – seru banget! tapi yang aku suka kalah)  
Pembimbing : Dr. S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos M.si

Perkembangan teknologi internet yang mempermudah dalam hal memperoleh informasi. Pada media sosial youtube membuat banyak *food vlogger* membuat konten yang menarik pada youtube yang pada akhirnya menimbulkan persepsi dari audiens yang melihat konten dari *food vlogger*. Dengan tujuan menganalisis pengaruh youtuber Tasyi Athasyia sebagai *food vlogger* terhadap persepsi audiens.

Untuk mengukur pengaruh youtuber Tasyi Athasyia sebagai *food vlogger* dengan menggunakan teori Wu & Wang (2011) (X) sedangkan variabel (Y) berdasarkan teori persepsi menurut (Assael, 2001).

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dengan metode survei, peneliti menyebar kuesioner ke penonton chanel youtubanya Tasyi Athasyia.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh antara youtuber Tasyi Athasyia sebagai *food vlogger* terhadap persepsi audiens (Survei pada video Tasyi battle basreng – seru banget! tapi yang aku suka kalah) sebesar 43,0%. Sedangkan sisanya sebesar 57,0% dipengaruhi dari luar yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata Kunci : Youtuber, Food Vlogger, persepsi Audiens

## ABSTRACT

Name : Muhamad Helmy Zuelvan  
NIM : 44319010035  
Study Program : Advertising & Marketing Communication  
Thesis title : *The Influence of Youtuber Tasyi Athasyia as a food Vlogger Against Audience Perception (Survey on video Tasyi battle basreng – so much fun! but what I like to lose)*  
Preceptor : Dr. S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos M.si

*The development of internet technology makes it easier in terms of obtaining information. On social media, YouTube makes many food vloggers create interesting content on YouTube, which in turn raises the perception of the audience who sees the food vlogger's content. With the aim of analyzing the influence of YouTuber Tasyi Athasyia as a food vlogger on audience perception. To measure the influence of YouTuber Tasyi Athasyia as a food vlogger, the theory of Wu & Wang (2011) (X) is used, while the variable (Y) is based on perception theory according to (Assael, 2001).*

*The type of research used in this research is a quantitative approach. Using the survey method, the researcher distributed questionnaires to viewers of Tasyi Athasyia's YouTube channel.*

*The results of this study indicate that there is an influence between YouTuber Tasyi Athasyia as a food vlogger on audience perception (Survey on the Tasyi battle basreng video – really fun! but what I like to lose) is 43.0%. While the remaining 57.0% were influenced by outsiders who were not examined in this study.*

*Keywords: Youtuber, food Vlogger, Audience perception.*