



**PENGARUH PODCAST YOUTUBE SEBAGAI
MEDIA PROMOSI FILM MODAL NEKAD (2024)
TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON**

LAPORAN TUGAS AKHIR SKRIPSI

VANESHA ADELIA PUTRI

44321110012

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCUBUANA JAKARTA
2025**

ABSTRAK

Nama : Vanesha Adelia Putri
NIM : 44321110012
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Laporan Skripsi : Pengaruh Podcast YouTube sebagai Media Promosi Film
Modal Nekad (2024) terhadap Keputusan Menonton
Pebimbing : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.

Penelitian dilakukan untuk mengkaji pengaruh promosi film *Modal Nekad* (2024) melalui podcast YouTube terhadap keputusan menonton audiens. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar promosi yang dilakukan melalui media podcast digital khususnya di kanal YouTube Raditya Dika dapat memengaruhi kesadaran, minat, keinginan, dan tindakan audiens dalam memutuskan untuk menonton film tersebut. Penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan sebagai salah satu studi yang mendukung penggunaan podcast sebagai media untuk mempromosikan produk, terutama dalam industri film.

Peneliti menggunakan studi milik Katzenberg (2022) mengenai podcast sebagai media promosi yang mencakup dimensi penempatan konten, keterlibatan host, kemampuan narasi, dan keterlibatan audiens, serta teori AIDA (Awareness, Interest, Desire, Action) yang digunakan sebagai dasar dalam menganalisis proses pengambilan keputusan menonton. Kedua teori digunakan untuk membuktikan adanya pengaruh dari promosi film melalui media podcast terhadap Keputusan menonton audiensnya.

Adapun paradigma penelitian ini adalah positivistik dengan pendekatan kuantitatif. Pengumpulan data primer dilakukan melalui kuesioner berbasis Google Form kepada 271 responden, serta data sekunder berupa dokumentasi konten podcast, statistik kanal YouTube, dan literatur akademik terkini. Hasil penelitian menunjukkan bahwa promosi film melalui podcast YouTube memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menonton. Hasil uji regresi sederhana menunjukkan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,670, yang berarti promosi dalam podcast mampu menjelaskan 67% variasi dalam keputusan menonton. Strategi promosi yang memanfaatkan storytelling, kredibilitas host, dan interaksi audiens terbukti efektif membentuk tahapan AIDA secara komprehensif.

Kata Kunci: Promosi Film, Podcast YouTube, Keputusan Menonton, AIDA, Komunikasi Pemasaran Digital

ABSTRACT

Name : Vanesha Adelia Putri
NIM : 44321110012
Study Program : Marketing Communication Science, Communication and Advertising
Title : *The Influence of YouTube Podcasts as a Promotional Medium for the Film Modal Nekat (2024) on Viewing Decisions*
Conselor : Dr. Santa Margaretha Niken Restaty, M.Si.

This study aims to examine the influence of Modal Nekat (2024) film promotion through YouTube podcasts on audience viewing decisions. The research investigates how podcast-based digital promotion—especially through Raditya Dika’s YouTube channel—impacts audience awareness, interest, desire, and action in deciding to watch the film. This research is important as it supports the use of podcasts as a medium for promoting products, particularly in the film industry.

The researcher utilizes Katzenberg’s (2022) study on podcasts as promotional media, which covers content placement, endorsement host, storytelling, and engagement audience, along with the AIDA theory (Awareness, Interest, Desire, Action) used as the basis for analyzing the decision-making process for watching. These two theories are employed to demonstrate the influence of film promotion via podcast media on the audience’s decision to watch.

The research follows a positivistic paradigm using a quantitative approach. Primary data were obtained from 271 respondents via Google Form questionnaires, while secondary data included podcast content documentation, YouTube channel analytics, and recent scholarly literature. The findings reveal that film promotion through YouTube podcasts significantly influences the audience’s decision to watch. The simple linear regression test shows a coefficient of determination (R^2) of 0.670, indicating that podcast-based promotion accounts for 67% of the variation in viewing decisions. Promotional strategies involving storytelling, host credibility, and audience interaction effectively facilitate the AIDA stages in the digital environment.

Keywords: *Film Promotion, YouTube Podcast, Viewing Decision, AIDA, Digital Marketing Communication*

KATA PENGANTAR

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua. Atas segala pertolongan dan kasih sayang-Nya, Peneliti dapat melakukan penelitian untuk kemudian Menyusun Laporan Skripsi ini yang dibuat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata 1 (S1) Ilmu Komunikasi dengan judul “Pengaruh Podcast YouTube sebagai Media Promosi Film Modal Nekat (2024) terhadap Keputusan Menonton”

Dalam penyusunan Laporan Skripsi ini, peneliti menyadari sepenuhnya bahwa hasil penelitian ini masih jauh dari kesempurnaan karena pengalaman dan pengetahuan peneliti yang terbatas. Oleh karena itu, kritik dan saran dari semua pihak sangat diharapkan demi terciptanya Laporan Skripsi yang lebih baik lagi untuk masa mendatang.

Penelitian ini merupakan syarat dalam rangka menyelesaikan studi untuk menempuh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dengan peminatan Komunikasi Pemasaran & Periklanan. Adapun selama pembuatan Laporan Skripsi ini peneliti juga mendapatkan banyak dukungan dan juga bantuan dari berbagai pihak, maka dari itu peneliti juga ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada :

1. Ibu Dr. S. Margaretha Niken Restaty, S.Sos, yang telah bersedia menjadi Dosen Pembimbing dalam menyelesaikan penyusunan skripsi penelitian ini yang mana telah banyak membimbing, mengajarkan dan memberikan motivasi, memberikan saran dan arahan serta dukungan kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan Laporan Skripsi ini.
2. Dewan penguji , saat seminar proposal Bapak Ridho Azlam Ambo Asse, S.Ikom., M.I.Kom., saat sidang akhir Ibu Dewi Sad Tanti, S. Sos., M.I.Kom, Ibu Dra. Tri Diah Cahyowati, M.Si. Terimakasih banyak atas masukan perbaikan yang berharga dalam melengkapi Tugas Akhir ini.
3. Bapak Dr. Farid Hamid Umarella, M.Si selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah banyak membimbing dan memberikan arahan

kepada peneliti selama menjalani aktivitas studi di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana.

4. Bapak dan Ibu Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi di Universitas Mercu Buana yang telah banyak memberikan ilmu, bimbingan, dukungan, saran, dan motivasi kepada peneliti selama di dalam maupun luar perkuliahan.
5. Kepada Seluruh Staf Pegawai Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana yang turut serta mendukung dan membantu Laporan Skripsi ini.
6. Peneliti menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada Ibu tercinta, Ibu Novianti S., atas segala kasih sayang, doa, dan dukungan yang tak pernah putus sepanjang perjalanan peneliti hingga sampai pada tahap ini. Terima kasih juga kepada Kakak tercinta, Kak Nadia Rahmah Yanti dan Kak Ahmad Fauzi, yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan dukungan penuh selama proses penyusunan skripsi ini. Ucapan terima kasih yang mendalam juga peneliti sampaikan kepada Bibi tersayang, Bi Sukarni, yang senantiasa hadir dengan doa dan perhatian. Tak lupa untuk keponakan kecil yang selalu menghibur di tengah kepenatan, Ahmad Fauzan Fawwaz terima kasih telah menjadi sumber senyum dan kebahagiaan sederhana yang begitu berarti di setiap proses yang peneliti jalani.
7. Sahabat terdekat, Desi Liyani, Zhalika Novia dan Revina Destariani yang selalu hadir memberi semangat, mendengar keluh kesah, dan menemani perjuangan akademik ini hingga garis akhir.
8. Terima kasih kepada teman seperjuangan peneliti Khoiril Mubarak, Azkha Verena Diaz, dan Auriel Rinjani Rachman di dalam kampus yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti selama menyusun Laporan Skripsi ini.

Peneliti mempunyai harapan semoga Laporan Skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi banyak pihak.

Jakarta, 14 Agustus 2025

Peneliti

DAFTAR ISI

HALAMAN PERNYATAAN KARYA SENDIRI	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PERNYATAAN PUBLIKASI.....	iv
TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.4.1 Manfaat Teoritis	11
1.4.2 Manfaat Praktis	12
BAB II	13
KAJIAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Kajian Teoritis.....	17
2.2.1 Podcast Sebagai Media Promosi	17
2.2.2 Promosi Digital dalam Industri Film.....	18
2.2.3 Keputusan Menonton dengan Model AIDA	24
2.3 Hipotesis Penelitian	26
2.4 Kerangka Pemikiran.....	26
BAB III.....	28
METODOLOGI PENELITIAN	28
3.1 Paradigma Penelitian.....	28

3.2 Metode Penelitian.....	28
3.3 Populasi dan Sampel.....	29
3.3.1 Populasi.....	29
3.3.2 Sampel.....	31
3.3.3 Teknik Penarikan Sampel	31
3.3.4 Alokasi Sample	31
3.4 Operasionalisasi Konsep.....	32
3.5 Teknik Pengumpulan Data.....	34
3.5.1 Data Primer	34
3.5.2 Data Sekunder	34
3.6 Teknik Analisa Data	34
3.6.1 Uji Validitas	35
3.6.2 Uji Reliabilitas	38
3.6.3 Analisis Statistik Deskriptif	39
3.6.4 Uji Korelasi Pearson	39
3.6.5 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	40
3.6.6 Uji Hipotesis.....	41
BAB IV	42
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	42
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	42
4.2 Hasil Penelitian dan Pembahasan.....	45
4.2.1 Variable Promosi Film	46
4.2.2 Variable Y Keputusan Menonton.....	52
4.2.3 Uji Korelasi Pearson	58
4.2.4 Uji Regresi Linear Sederhana	59
4.2.5 Uji Hipotesis.....	61
BAB V.....	62
KESIMPULAN DAN SARAN	62
5.1 Kesimpulan	62
5.2 Saran.....	64
5.2.1 Saran Akademik	64
5.2.2 Saran Praktis.....	64
DAFTAR PUSTAKA	66
LAMPIRAN.....	68