

Nomor Skripsi : 0304/UN40.F2.13/ PT/2021

**PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE *FOOD VLOGGER MGDALENAF*
TERHADAP MINAT BERKULINER**

(Studi Korelasional Pada Subscribers Channel Youtube Mgdalenaf)

SKRIPSI

Diajukan untuk Memenuhi Sebagian dari Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi



Oleh:

Siski Apriliani

NIM 1606224

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL

UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA

BANDUNG

2021

Siski Apriliani, 2021

PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE FOOD VLOGGER MGDALENAF TERHADAP MINAT BERKULINER
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

**PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE *FOOD VLOGGER MGDALENAF*
TERHADAP MINAT BERKULINER**

(Studi Korelasional Pada Subscribers Channel Youtube Mgdalenaf)

Oleh:

Siski Apriliani

Sebuah Skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh
gelar Sarjana pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Siski Apriliani

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

Hak Cipta dilindungi Undang Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian,

Dengan dicetak ulang, difotocopy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

Siski Apriliani, 2021

PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE *FOOD VLOGGER MGDALENAF* TERHADAP MINAT BERKULINER
Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

SISKI APRILIANI

**PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE *FOOD VLOGGER* MGDALENAF
TERHADAP MINAT BERKULINER**

(Studi Korelasional Pada Subscribers Channel Youtube Mgdalenaf)

disetujui dan disahkan oleh :

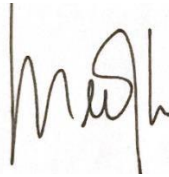
Pembimbing I,



Prof. Dr. Elly Malihah, M.Si

NIP.196604251992032022

Pembimbing II,



Heni Nuraeni Zaenudin, M.Ikom

NIP. 19840322014042001

Mengetahui,

**Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial
Universitas Pendidikan Indonesia,**



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si

NIP. 198507172014041001

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perkembangan teknologi berupa media baru (media sosial) yang begitu pesat dan semakin mumpuni. Serta perkembangan sektor kuliner yang diakibatkan oleh perkembangan zaman. Media sosial Youtube menjadi fokus pada penelitian ini. Dengan kehadiran *food vlogger* khalayak cenderung terpengaruh atau terkena terpaan media setelah menyaksikan tayangan di Youtube. Pada penelitian ini mengkaji tentang pengaruh tayangan youtube *food vlogger* Mgdalenaf terhadap minat berkuliner pada *subscriber channel* Youtube Mgdalenaf. Merujuk pada teori Jarum Hipodermik dimana komunikator, pesan dan media amat perkasa dalam mempengaruhi komunikasi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tayangan youtube *food vlogger* Mgdalenaf yang dilihat dari tiga sub variabel atau faktor yaitu durasi, frekuensi dan atensi terhadap minat berkuliner pada *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, metode deskriptif kuantitatif dengan menyebarkan kuisioner kepada 384 responden yaitu *subscribers channel* Youtube Mgdalenaf. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan pada dua subvariabel yaitu durasi dengan nilai $t = 5,013 > 2,82352$, atensi memiliki nilai $t = 9,194 > 2,82352$, sedangkan untuk frekuensi memiliki nilai $t = 2,446 < 2,82352$ tidak memiliki pengaruh yang signifikan.

Kata Kunci : Pengaruh Tayangan, *Food Vlogger*, Youtube, Terpaan Media, Minat Berkuliner

ABSTRACT

This research is motivated by the development of technology in the form of new media (social media) which is so fast and increasingly capable. As well as the development of the culinary sector due to the times. The social media Youtube is the focus of this research. With the presence of food vloggers, the public tends to be influenced or exposed to media exposure after watching shows on Youtube. This study examines the effect of Mgdalenaf's YouTube food vlogger on culinary interest in Mgdalenaf's YouTube channel subscribers. Referring to the Hypodermic Needle theory where the communicator, message and media are very powerful in influencing the communicant. The purpose of this study was to determine the relationship between Mgdalenaf's YouTube food vlogger impressions as seen from three sub-variables or factors, namely duration, frequency and attention to culinary interests on the subscribers of the Mgdalenaf Youtube channel. This research uses a quantitative approach, quantitative descriptive method by distributing questionnaires to 384 respondents, namely the subscribers of the Mgdalenaf Youtube channel. The results showed that there was a significant effect on two subvariables, namely duration with a value of $t = 5.013 > 2.82352$, attention has a value of $t = 9.194 > 2.82352$, while for frequency has a value of $t = 2.446 < 2.82352$ does not have a significant effect.

Keywords : *Influence of Impressions, Food Vlogger, Youtube, Media Exposure, Culinary Interest*

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
DAFTAR ISI	iv
DAFTAR TABEL	vii
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	11
1.3 Tujuan Penelitian	11
1.4 Manfaat Penelitian	11
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	12
BAB II	14
KAJIAN PUSTAKA	14
2.1 Terpaan Media	14
2.2 Minat	15
2.3 Youtube, <i>Channel</i> Mgdalenaf	16
2.4 Teori Jarum Hipodermik	18
2.5 Model S-R (Stimulus-Respon)	19
2.6 <i>New Media</i>	19
2.7 Penelitian Terdahulu	21
2.8 Kerangka Berpikir	28
2.9 Hipotesis	28
BAB III	30
METODE PENELITIAN	30
3.1 Desain Penelitian	30
3.2 Populasi dan Sampel	31
3.2.1 Populasi	31
3.2.2 Sampel	31
3.3 Instrumen Penelitian	34
3.3.1 Kuesioner (Angket)	34
3.3.2 Studi Kepustakaan	35

3.3.3 Skala Pengukuran	35
3.5 Operasional Variabel	36
3.6 Pengujian Instrumen Penelitian	44
3.6.1 Uji Validitas	44
3.6.2 Uji Reabilitas	47
3.7 Prosedur Penelitian	48
3.8 Teknik Analisis Data	49
3.8.1 Model Analisis Deskriptif	49
3.9 Uji Asumsi	51
3.9.1 Uji Normalitas	51
3.9.2 Uji Multikolinieritas	51
3.9.3 Uji Heteroksiditas	52
3.10 Uji Hipotesis	52
3.10.1 Uji Korelasional	52
3.10.2 Uji T	53
3.10.3 Uji F	54
3.10.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	54
3.10.5 Uji Regresi Linier Berganda	55
4.1 Profil Responden	56
4.2 Karakteristik Responden	57
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	59
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	60
4.3.1 Gambaran Umum Tayangan <i>Food Vlogger</i> Mgdalenaf	62
4.3.2 Gambaran Umum Minat Berkuliner	70
4.4 Uji Asumsi Klasik	86
4.4.1 Uji Normalitas	86
4.4.2 Uji Multikolinieritas	88
4.4.3 Uji Heteroksiditas	89
4.5 Uji Hipotesis	90
4.5.1 Uji Korelasional	90
4.5.2 Uji F	95
4.5.3 Uji T	96
4.5.4 Uji Koefisien Determinasi (R^2)	98
4.5.5 Uji Regresi Linier Berganda	99

4.6 Pembahasan	101
4.6.1 Pembahasan Durasi Tayangan Youtube <i>Food Vlogger</i> Mgdalenaf Terhadap Minat Berkuliner.....	102
4.6.2 Pembahasan Frekuensi Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdalenaf Terhadap Minat Berkuliner.....	103
4.6.3 Pembahasan Atensi Tayangan Youtube <i>Food Vlogger</i> Mgdalenaf Terhadap Minat Berkuliner.....	104
4.6.4 Pembahasan Pengaruh Tayangan Youtube <i>Food Vlogger</i> Mgdalenaf Terhadap Minat Berkuliner.....	105
BAB V.....	108
KESIMPULAN, IMPLIKASI DAN REKOMENDASI.....	108
5.1 Kesimpulan.....	108
5.2 Implikasi.....	108
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	109
5.2.2 Implikasi Praktis	109
5.3 Rekomendasi	110
DAFTAR PUSTAKA	111
LAMPIRAN.....	115

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar Video Dengan Viewers Terbanyak.....	9
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu Vita Brilliana,dkk	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu Dewa Ayu Adrini,dkk.....	22
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu Alka Pandey,dkk.....	24
Tabel 2. 4 Penelitian Terdahulu Nurul Imam & Izzat Zulfikry.....	26
Tabel 3. 1 Skala Likert	36
Tabel 3. 2 Definisi Operasional Variabel Tayangan Youtube Food Vlogger	38
Tabel 3. 3 Definisi Operasional Variabel Minat Berkuliner	40
Tabel 3. 4Tabel Hasil Uji Variabel.....	45
Tabel 3. 5 Hasil Uji Variabel Y.....	46
Tabel 3. 6 Klasifikasi Metode Alpha Cronbach.....	47
Tabel 3. 7 Hasil Uji Reabilitas	48
Tabel 3. 8 Pearson's Moment	53
Tabel 4. 1 Jumlah Sampel dan Tingkat Pengambilan Sampel	56
Tabel 4. 2 Karakteristik partisipan Berdasarkan Jenis Kelamin	58
Tabel 4. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 4. 4 Kategori Interpretasi Skor	61
Tabel 4. 5 Durasi Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdalenaf (n = 384)	63
Tabel 4. 6 Frekuensi Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdalenaf (n=384)	64
Tabel 4. 7 Atensi Tayangan Youtube Food Vlogger Mgdaleaf (n=384).....	66
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Presentase Skor Variabel X	68
Tabel 4. 9 Rekapitulasi Presentase Perasaan Senang (n=484)	71
Tabel 4. 10 Rekapitulasi Presentse Skor Respponden (n=384)	73
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Presentase Skor Responden (n=384).....	75
Tabel 4. 12 Rekapitulasi Presentase Skor Responden (n=384).....	77
Tabel 4. 13 Rekapitulasi Presentase Skor Responden (n=384).....	79
Tabel 4. 14 Makna Minat Berkuliner	81
Tabel 4. 15 Hasil Uji Normalitas Menggunakan Kolmogrov-Smirnov	87
Tabel 4. 16Uji Multikolinieritas	89
Tabel 4. 17 Kategori Derajat Hubungan.....	91
Tabel 4. 18 Hasil Uji Korelasi Pearson Durasi Terhadap Minat Berkuliner	92
Tabel 4. 19 Hasil Uji Korelasi Pearson Frekuensi Terhadap Minat Berkuliner	93
Tabel 4. 20 Hasil Uji Korelasi Pearson Atensi Terhadap Minat Berkuliner.....	94
Tabel 4. 21 Hasil Uji F.....	95
Tabel 4. 22 Hasil Uji T.....	97
Tabel 4. 23 Tabel Hasil Uji Determinasi (R2).....	98
Tabel 4. 24 Tabel Hasil Uji Linier Regresi Berganda.....	100
Tabel 4. 25 Hasil Nilai Regresi Subvariabel Durasi	102
Tabel 4. 26 Hasil Nilai Regresi Subvariabel Frekuensi	103
Tabel 4. 27 Hasil Nilai Regresi Subvariabel Atensi	104

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Beberapa Komentar Pada Video Mgdalenaf	10
Gambar 2. 1 Profile Channel Youtube Mgdalenaf	16
Gambar 2. 2 Kerangka Berpikir	28
Gambar 3. 1 Data Presentase Usia Penonton Channel Mgdalenaf	32
Gambar 3. 2 Tabel Krejcie	33
Gambar 3. 3 Hubungan Antar Variabel.....	37
Gambar 4. 1 Uji Normalitas	88
Gambar 4. 2 Uji Heteroksiditas	90

DAFTAR PUSTAKA

- Ardriani, Lubis & Utami. 2020. I want what they're eating: College students experience in watching food content on Youtube. *Public Health and Preventive Medicine Arhive (PHPMA)*. Vol.8 No.1 (11-16)
- Andrius Aditya. 2013. *Social Media Nation*. Prasetya Muliya Publishing. Jakarta. hlm 13-14
- Ardianto, E. (2011). *Metodologi Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, E., Komala, L., & Karlinah, S. (2014). *Komunikasi Massa : Suatu Pengantar*. Simbiosis Rekatama Media..
- Brilliana, V., Ruswidiono & Deitiana. 2020. Do Millenials Believe in Food Vlogger Reviews? A Study of Food Vlogs as a Source of Information. *Journal of Management and Marketing Review*.
- Brilliana, V., 2019. What Do Millenials see in Indonesia? An analysis of Generation Y travel intentions throught Social Media. *Africa Journal of Hospitality, Tourism and Leisure, GCBSS Special Edition*. ISSN:2223,814
- Creswell, John W. (2012). *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. Thousand Oaks.
- Creswell, John W. (2014). *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Coates, Hardman, dkk. 2019. Food Beverage Cues Featured in Youtube Videos of Social Media Influencers Popular With Children: An Explotory Study. *Frontiers in Psychology*. Vol.10
- De Vreese, C.H., % Neijens, P. (2016). Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2-3), 69-80. <https://doi.org/10.1080/19312458.2016.1150441>
- Effendy, Onong uchjana. (2003). Ilmu, Teori, Filsafat Komunikasi. Bandung: PT.

Citra Aditya Bakti

- Imran,H,A., (2012). Media Massa, Khalayak media, The audience theory, Efek isi media dan fenomena diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*.Vol.16 No.1
- Kirkwood, Katherine. (2018). *Integrating digital media into everyday culinary practices*. <https://doi.org/10.1080/22041451.2018.1451210>
- Kusnendi (2008). *Model-model Persamaan Struktural: Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta.
- Kusnendi (2017). *Handbook Metode Penelitian*. Bandung
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Selemba Humanika
- Lister,M.,Dovey J., Gidding S.,I.,& Kelly K. (2003). *New Media : A Critical Introduction*. New York : Routledge.
- Little John, Dennis. (2000). *Mass Communication Theory, Fouth Edition*. London: Thusands Oaks, New Delhi: Sage Publications
- McQuail, Dennis. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Selemba Humanika
- Mar'at. (1984). *Sikap Manusia, Perubahan dan Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Pandey,Kumari,Choucan. 2020.Impact of Food Vlogging on consumers perception-with special reference to Bilaspur city. *Journal of Xi'an University of Architerture & Technology*. Vol.12
- Pinto, Caesar., Carrizo.,dkk(2017). *Ewom and 2.0 Opinion Leaders in the Food Context: A Study with a Sample of Spanish Food-Related Weblogs*. <https://dx.doi.org/10.1080/10454446.2017.1266561>
- Rakhmat, Jalaluddin, (2004). *Metode Penelitian Komunikasi: Dilengkapi Contoh Analisis Statistik*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2009), *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandug: PT. Remaja Rosdakarya.

- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2012). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Razak N, I, A & Zulkifly, M I (2020). *The Impacts Of Food Vlog Attributes On Para-Social Interaction And Customers Response Behaviours*.
- Riduwan.(2005). *Skala Pengukuran Variabel Penelitian*. Bandung : Alfabeta
- Sugiyono, (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sukardi, Dewa Ketut. (1984). *Bimbingan Karier di Sekolah-Sekolah*. Jakarta:Balai Pustaka
- Sumadi Suryabrata. (1998). *Metodologi Pendidikan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryobroto. (1998). *Beberapa Aspek Dasar-dasar Kependidikan*. Yogyakarta: Bina Aksara
- Syamsul,Asep, M.Romli. (2012). *Jurnalistik Online : Panduan Praktis Mengelola Media Online*. Nuansa Cendekia
- Syaifulrokhim. (2009), 188. *Teori Komunikasi, Perspektif Ragam, Dan Aplikasi*. Jakarta: PT Asdi Mahasatya
- Vebrina & Hamzah, 2019, An Analysis Of Attitude And Graduation Of Evaluative Language Produced By Muke Chen As Food Video Blogger In Youtube, *E-Journal of English Language & Literature, Vol.8, No.3*
- Wardani,P,K. (2018). *Budaya Partisipasi (Participatory Culture) di Kalangan Vlogger*. *Mahasiswa Ilmu Informatika dan Perpustakaan*. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga

Sumber Internet :

Kompas.com (2018,06 Februari). *Industri Kuliner, Penopang Tertinggi Perekonomian Kreatif di Indonesia*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2018/02/06/185000027/industri-kuliner-penopang-tertinggi-perekonomian-kreatif-di-indonesia>

Kompas.com (2021, 24 Februari). *Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan Untuk Menonton Youtube*. Retrived from <https://www.google.com/amp/s/amp.kompas.comtekno/read/2021/02/24/17020027/pengguna-medsos-di-indonesia-habiskan-25-jam-per-bulan-untuk-nonton-youtube>

Investor.id (2012, 08 Oktober). *Industri Makanan Minuman Indonesia Peringkat ke 50*. Retrived from <https://inverstor.id/archive/industri-makanan-minuman-indonesia-di-peringkat-50>

Kemenperin.go.id (2014, 04 Oktober). *Peringkat Industri Makanan di Indonesia Rendah*. Retrived from <https://kemenperin.go.id/artikel/4664/Peringkat-industri-Makanan-Rendah>

CNN Teknologi (2019, 21 Agustus). *Youtube Ungkap 2 Tipe Video Kesukaan Penonton Indonesia* Retrived from <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190821190938-185-423530/youtube-ungkap-2-tipe-video-kesukaan-penonton-indonesia>