

No Daftar FPIPS: 2848/UN40.F2.13/PT/2021

PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE TRAVEL VLOGGER* ADINDA  
THOMAS TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM

(Studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh  
gelar Sarjana Ilmu Komunikasi



Oleh:

Meilida Jamiaturohmah

1705157

DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL  
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA  
BANDUNG

2021

Meilida jamiaturrohmah, 2021

*PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE TRAVEL ADINDA THOMAS TERHADAP MOTIVASI BERWISATA  
ALAM*

Universitas Pendidikan Indonesia | [repository.upi.edu](https://repository.upi.edu) | [perpustakaan.upi.edu](https://perpustakaan.upi.edu)

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI  
Meilida Jamiaturrohmah

PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE* TRAVEL VLOGGER ADINDA THOMAS  
TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM

(studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

**Pembimbing I,**



**Prof. Dr. H. Johar Permana, M.A**  
**NIP 19590814 198550 3 104**

**Pembimbing II,**



**Dr. Welsi Damayanti, S.pd., M.pd**  
**NIP 19821222 200912 2 001**

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



**Dr. Ahmad Fahrul Muchtar A, M.Si**  
**NIP 19850717 201404 1 001**

PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE* TRAVEL VLOGGER ADINDA THOMAS  
TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM

(studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)

Oleh

Meilida Jamiaturrohmah

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

© Meilida Jamiaturrohmah

Universitas Pendidikan Indonesia

2021

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang,  
difotokopi, atau cara lainnya tanpa seizin dari penulis.

## LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa skripsi/ tesis/ disertasi dengan judul “PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE TRAVEL VLOGGER* ADINDA THOMAS TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM (studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri. Saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku dalam masyarakat keilmuan. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung risiko/ sanksi apabila di kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini.

Bandung, September 2021

Yang membuat pernyataan,



Meilida Jamiaturrohmah

NIM. 1705157

## KATA PENGANTAR

Puji serta syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, atas berkah rahmat serta rida-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE TRAVEL VLOGGER* ADINDA THOMAS TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM (studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)” ini dengan baik. Skripsi ini merupakan perhatian penulis terhadap perkembangan media baru. Dengan perkembangan internet yang kini sudah menjadi bagian dari kehidupan masyarakat. Di era ini, tidak dapat dipungkiri masyarakat tidak bisa terlepas dari genggaman sosial media, dan perlu diperhatikan pula segala komponen yang ada pada sosial media bisa menimbulkan beberapa pengaruh terhadap pengguna. Dengan begitu, di tengah terpaan segala konten hiburan, edukasi maupun informasi di dalam sosial media, masyarakat harus bijak dalam memanfaatkan sosial media. Skripsi ini merupakan upaya bagi penulis untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, suatu gelar yang akan didapat jika telah menyelesaikan jenjang pendidikan Strata-1 non-kependidikan di Universitas Pendidikan Indonesia. Skripsi ini merupakan bentuk tanggung jawab penulis yang dilakukan selama perkuliahan delapan semester. Penulis berharap, skripsi ini bisa memberi kontribusi nyata bagi perkembangan ilmu Komunikasi. Serta dapat memberi manfaat dan pengetahuan untuk pihak-pihak terkait.

Bandung, September 2021

Meilida Jamiaturrohmah



NIM. 1705157

## UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi “PENGARUH TAYANGAN *YOUTUBE TRAVEL VLOGGER ADINDA THOMAS TERHADAP MOTIVASI BERWISATA ALAM* (studi korelasi pada *subscriber* berusia 17-25 tahun)” ini masih terdapat keterbatasan pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis, maka dari itu, segala kritik dan saran menjadi masukan untuk perbaikan pada skripsi ini. Semoga skripsi ini bisa memberikan pengetahuan bagi pembaca. Selesaiannya penyusunan skripsi ini tidak terlepas dari motivasi, bantuan dan bimbingan dari banyak pihak. Maka dari itu, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat serta karunianya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., MA. Selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia, beserta segenap civitas akademika Universitas Pendidikan Indonesia.
3. Bapak Dr. Agus Mulyana, M.Hum. Selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial (FPIPS), beserta segenap jajarannya.
4. Prof. Dr.H. Johar Permana, M.A. selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan ilmu serta waktu luangnya untuk membimbing dengan penuh kesabaran dan memberi masukan kepada penulis dalam membuat dan menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
5. Dr.Welsi Damayanti S.pd.,M.pd. Selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa memberikan waktu luangnya untuk membimbing dan memberi arahan dalam menyusun dan menyelesaikan skripsi ini dengan penuh kesabaran.
6. Keluarga besar yang telah memberikan semangat, motivasi, doa yang tidak pernah putus, serta dukungan matril dan moril kepada penulis.
7. Prof.Dr.H, Suwatno, M.si selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang selalu mendukung penulis khususnya pada saat pelaksanaan pendidikan akademis Program Studi Ilmu Komunikasi UPI.

8. Seluruh Dosen Program Studi Ilmu Komunikasi UPI beserta jajaran staf yang telah memberikan ilmu, bantuan, dan pengalaman yang sangat bermanfaat, sehingga penulis dapat membuat dan menyelesaikan skripsi ini
9. Firman Ridwana yang selalu mendengarkan keluh kesah penulis selama mengerjakan skripsi ini. Terimakasih selalu memberikan semangat dan motivasi agar peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
10. Seluruh responden penelitian ini, yaitu *subscribers channel youtube* Adinda Thomas yang sudah meluangkan waktunya untuk membantu mengisi kuesioner penelitian ini dengan baik.
11. Rekan seperjuangan, Wafa Aprilia Malik, Karonina Br. Ketaren, Nuncikal Fitria A, Lulu Luthfia Zahra, Pangestuti Yolanda EP, Jasmine Desvintha A, yang selalu menjadi tempat bagi penulis untuk berbagi cerita, keluh kesah, pengalaman hidup sedari awal perkuliahan dikelas *broadcasting* hingga mengguratkan berbagai kenangan manis, asam, pahit pada akhir perkuliahan, saling mendukung untuk terus maju, berbagi ilmu dan pengalaman bersama, juga saling bantu dan bertukar pikiran dalam segala hal termasuk skripsi ini

## ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan melihat bahwa internet khususnya *Youtube* pada masa kini menjadi salah satu media utama bagi masyarakat di Indonesia. *Youtube* merupakan media massa yang membawa pengaruh besar apalagi bagi kalangan remaja. Remaja cenderung lebih mudah terpengaruh oleh apa yang dilakukan oleh *Youtubers* daripada apa yang dilakukan oleh Artis/selebritis di televisi. *Youtubers* dianggap memiliki korelasi yang cukup tinggi dalam pemberian motivasi dikalangan remaja. Tiap khalayak, mengidentifikasi dan mengadopsi perilaku mereka sesuai dengan nilai-nilai, keyakinan dan sikap yang mereka yakini. Adanya kemudahan dalam mengakses media sosial seperti *Youtube* bisa memberi kebebasan bagi siapa saja untuk menonton tayangan konten youtube diantaranya yaitu konten *travel vloger*. Salah satu youtuber yang mengusung tema *travel vlog* yaitu kanal youtube Adinda Thomas. Hal ini dapat berpotensi menimbulkan rasa ingin atau timbulnya motivasi untuk mengunjungi tempat wisata tersebut setelah menonton tayangan youtube *travel vloger*. Motivasi melakukan wisata juga dipengaruhi oleh dua faktor yaitu faktor tarik dan faktor dorong. Maka dari itu tujuan penelitian ini adalah mengetahui apakah terdapat hubungan yang signifikan antara objek yang menjadi fokus penelitian. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan penyebaran angket atau kuesioner. Populasi pada penelitian ini yaitu *subscribers* akun youtube Adinda Thomas yang berusia 17-25 tahun (remaja akhir) Kuesioner dibagikan kepada 100 responden. Penelitian ini memakai sampel purposive sampling dengan kriteria yang telah ditentukan oleh peneliti. Hasil penelitian menunjukkan nilai koefisien determinasi variabel menonton tayangan youtube travel Adinda Thomas terhadap motivasi berwisata alam sebesar 46,2% dan 54,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti oleh peneliti atau variabel luar selain menonton tayangan yang dapat mempengaruhi motivasi melakukan wisata alam.

**Kata kunci:** *Youtube*, Tayangan *Travel vloger*, Motivasi berwisata alam.



## ABSTRACT

*This research was conducted by seeing that the internet, especially Youtube, has now become one of the main media for people in Indonesia. Youtube is a mass media that has a big influence especially for teenagers. Teenagers tend to be more easily influenced by what Youtubers do than what Artists/celebrities do on television. Youtubers are considered to have a fairly high correlation in providing motivation among teenagers. Each audience, identify and adopt their behavior in accordance with the values, beliefs and attitudes that they believe in. The ease of accessing social media such as Youtube can give anyone the freedom to watch YouTube content, including travel vlogger content. One of the YouTubers who carries the travel vlog theme is Adinda Thomas' youtube channel. This can potentially create a sense of desire or the emergence of motivation to visit these tourist attractions after watching the travel vloger youtube show. Motivation to travel is also influenced by two factors, namely the pull factor and the push factor. Therefore, the purpose of this study is to find out whether there is a significant relationship between the objects that are the focus of research. This study uses quantitative methods by distributing questionnaires or questionnaires. The population in this study is Adinda Thomas' youtube account subscribers aged 17-25 years (late teens). Questionnaires were distributed to 100 respondents. This study used a purposive sampling sample with the criteria determined by the researcher. The results showed that the coefficient of determination of the variable watching Adinda Thomas' youtube travel shows on the motivation to travel nature was **46,2% and other 54,8%** was influenced by factors not examined by researchers or external variables other than watching shows that could affect motivation to do nature tourism.*

*Keywords: Youtube, Travel vloger Impressions, Motivation to travel nature.*

## DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI .....	i
LEMBAR PERNYATAAN .....	iii
KATA PENGANTAR .....	iv
UCAPAN TERIMAKASIH .....	v
ABSTRAK .....	vii
DAFTAR TABEL .....	x
DAFTAR GAMBAR .....	xi
BAB I .....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian .....	1
1.2 Rumusan masalah .....	9
1.3 Tujuan penelitian .....	10
1.4 Manfaat Penelitian .....	10
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	10
1.4.2 Manfaat Praktis .....	10
1.5 Struktur organisasi penelitian .....	11
BAB II .....	13
2.1 Media Digital .....	13
2.2 Sosial media .....	14
2.3 <i>Youtube</i> .....	15
2.4 Komunikasi Pariwisata .....	18
2.5 Konten travel vloger .....	21
2.6 Motivasi berwisata .....	22
2.7 Teori S-O-R .....	23
2.8 Frekuensi, Atensi, dan Durasi .....	26
2.9 Penelitian Terdahulu .....	28
2.10 Kerangka berfikir .....	34
2.11 Hipotesis .....	35
BAB III .....	37
3.1 Desain penelitian .....	37
3.2 Populasi dan sampel .....	37
3.2.1 Populasi .....	37

3.2.2 Sampel.....	38
3.3 Instrumen penelitian .....	31
3.3.1 Kuesioner (Angket).....	31
3.3.2 Studi kepustakaan.....	31
3.3.3 Skala pengukuran.....	31
3.3.4 Operasional variabel.....	32
3.4 Pengujian instrument penelitian.....	40
3.4.1 Uji validitas .....	40
3.4.2 Uji reabilitas .....	44
3.5 Prosedur penelitian .....	45
3.6 Teknik analisis data .....	45
3.6.1 Metode analisis data deskriptif.....	45
3.7 Pengujian Analisis Data.....	46
3.7.1 Uji Normalitas .....	46
3.7.2 Uji Multikolinieritas.....	47
3.7.3 Uji Heteroskedasitas.....	47
3.8 Uji hipotesis .....	47
3.8.1 Uji korelasi.....	47
3.8.2 Pengujian Secara Parsial (Uji T).....	48
3.8.3 Uji Stimulan (Uji f).....	48
3.8.4 Koefisien Determinasi.....	49
3.8.5 Uji Autokorelasi.....	49
BAB IV.....	48
4.1 Gambaran Channel youtube Adinda Thomas.....	48
4.2 Profil Responden.....	49
4.3 Karakteristik Responden.....	50
4.3.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	50
4.3.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir.....	51
4.3.3 karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	51
4.4 Analisa Tanggapan Responden.....	52
4.4.1 Kriteria Kategorisasi.....	52
4.4.2 Distribusi Frekuensi.....	53
4.4.3 Deskripsi Kriteria Kategorisasi .....	53

4.4.4	Tanggapan Responden Terhadap Tayangan <i>Youtube Travel</i> Adinda Thomas	54
4.4.5	Deskripsi Terpaan Konten <i>Youtube Traveler</i> Adinda Thomas Per-Sub Variabel 57	
4.4.6	Tanggapan Responden Terhadap Motivasi Melakukan Wisata Alam	61
4.5	Uji Asumsi Klasik	63
4.5.1	Uji Normalitas	63
4.5.2	Uji Multikolinearitas	65
4.5.3	Uji heteroskedastisitas	65
4.5.4	Uji Autokorelasi	66
4.6	Uji Hipotesis	67
4.6.1	Statistik deskriptif variabel penelitian	67
4.6.2	Uji regresi linier berganda	68
4.6.3	Uji Koefesien determinasi	69
4.6.4	Uji-T	69
4.6.5	Uji-F	70
4.8	Pembahasan	70
4.8.1	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Frekuensi tayangan konten Youtube Adinda Thomas terhadap Motivasi berwisata alam	71
4.8.2	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Durasi Tayangan <i>Youtube</i> Adinda Thomas Terhadap Motivasi Melakukan wisata alam	72
4.8.3	Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Atensi Tayangan Youtube	73
4.8.4	Hasil Penelitian Pengaruh Variabel Tayangan Youtube Adinda Thomas Terhadap Motivasi Melakukan Wisata Alam	74
BAB V		75
5.1	Simpulan	75
5.2	Implikasi	76
5.2.1	Implikasi Teoritis	77
5.2.2	Implikasi Praktis	78
5.2.3	Rekomendasi	79
DAFTAR PUSTAKA		80

## DAFTAR TABEL

tabel 2. 1 penelitian terdahulu .....	28
tabel 3. 1 <i>kriteria Bobot Penilaian</i> .....	32
tabel 3. 2 <i>Operasional Variabel</i> .....	33
tabel 3. 3 <i>Hasil uji validitas variabel X</i> .....	40
tabel 3. 4 <i>Hasil uji validitas variabel Y</i> .....	41
tabel 3. 5 <i>Hasil Uji Reabilitas</i> .....	42
tabel 3. 6 <i>Kategori Variabel Distribusi Frekuensi</i> .....	44
Tabel 4. 1 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin</i> .....	50
Tabel 4. 2 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir</i> .....	51
Tabel 4. 3 <i>Karakteristik Responden Berdasarkan Usia</i> .....	51
Tabel 4. 4 <i>Kategori Distribusi Frekuensi</i> .....	53
Tabel 4. 5 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Terpaan Konten Youtube traveler (n=100)</i> .....	55
Tabel 4. 6 <i>Distribusi Frekuensi Terpaan Konten youtube traveler (n=100)</i> .....	55
Tabel 4. 7 <i>Rekapitulasi variabel tayangan youtube Adinda Thomas (n=100)</i> .....	56
Tabel 4. 8 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Durasi (n=100)</i> .....	58
Tabel 4. 9 <i>Distribusi frekuensi aspek durasi (n=100)</i> .....	58
Tabel 4. 10 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Frekuensi (n=100)</i> .....	59
Tabel 4. 11 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Frekuensi (n=100)</i> .....	59
Tabel 4. 12 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Atensi (n=100)</i> .....	60
Tabel 4. 13 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata Atensi (n=100)</i> .....	61
Tabel 4. 14 <i>Skor Rata-Rata, Simpangan Baku dan Interval Estimasi Skor Rata-Rata motivasi melakukan wisata alam</i> .....	61
Tabel 4. 15 <i>Distribusi Frekuensi Variabel motivasi berwisata alam (n=100)</i> .....	62
Tabel 4. 16 <i>tabel hasil uji normalitas</i> .....	63
Tabel 4. 17 <i>hasil uji multikolinieritas</i> .....	65
Tabel 4. 18 <i>Hasil Uji Autokorelasi</i> .....	66
Tabel 4. 19 <i>Matriks Korelasi (n=100)</i> .....	66
Tabel 4. 20 <i>interpretasi koefisien korelasi</i> .....	67
Tabel 4. 21 <i>ringkasan hasil uji hipotesis menggunakan metode regresi linier berganda</i> .....	68
Tabel 4. 22 <i>Diagram jalur regresi berganda</i> .....	75

## DAFTAR GAMBAR

gambar 1.1 channel youtube Adinda Thomas .....	5
gambar 1.2 komentar penonton mengenai travel vlog Adinda.....	6
gambar 2.1 kerangka Berfikir.....	32
Gambar 4.1 Channel Youtube Adinda Thomas .....	48
Gambar 4.2 Grafik Normalitas P-P lot.....	64
Gambar 4.3 grafik normalitas histogram.....	64
Gambar 4.4 hasil uji heteroskedastisitas .....	65

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Akbar, R. F. (2018). Studi Analisis Perilaku (Analisis Faktor-faktor Komitmen Organisasional dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Guru Madrasah Swasta di Jawa Tengah. *Skripsi*, 121–180.
- Amin, M. Al, & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia. *MATHunesa*, 2(6), 34. <https://media.neliti.com/media/publications/249455-none-23b6a822.pdf>
- Apuke, O. D. A. D. 2. (2013). Influence Of Television Programmes On Youth Dressing Pattern In Nigerian Tertiary Institutions. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ardianto, Erdinaya, L. K. (2005). *komunikasi masa: suatu pengantar*. Simbiosis Rektama Media.
- Area, U. M. (2018). *Perbedaan motivasi berprestasi ditinjau dari tipe kepribadian a dan b pada siswa smk tritech informatika skripsi*.
- Armando, M. (n.d.). Sikap dan Perilaku. *Komunikasi Massa Dan Efek Media Terhadap Individu, Psikologi Komunikasi*.
- Arma, M. A. (2013). Perilaku pencarian informasi pemustaka. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 1(2), 16–23. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/view/1087>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 51. <https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj>
- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence*, 24(1), 16–32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *Depok: PT Rajagrafindo Persada*, 1–239.
- Basuki, K. (2019). *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Bachtiar, M. A., & Faletehan, A. F. (2021). Self-Healing sebagai Metode Pengendalian Emosi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 6(1), 41–54. <https://doi.org/10.33367/psi.v6i1.1327>
- Besana (2010). Social Media Ερευνητικό Προγραμμα Social Media. *Media*, 58(10), 415–417.

- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana).
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Davidson, J., Liebald, B., Liu, J., Nandy, P., & Van Vleet, T. (2010). The YouTube video recommendation system. *RecSys'10 - Proceedings of the 4th ACM Conference on Recommender Systems, January*, 293–296. <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.)*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Eka, A. G., & Wuryanta, W. (2013). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 131–142.
- Elliot, S. (2016). *User-Generated Videos in Tourism Destination Marketing : Using Narrative Analysis to Deconstruct Video Travel Stories*.
- Elvinaro Ardianto, Lukiati Komala, S. K. (2007). *Komunikasi masa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Fathiyyah, R. N., & Rina, N. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Youtube Atta Halilintar*.
- Fay, D. L. (1967). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(1), 939–946.
- Fitriana, R., Nasution, D. Z., & Erlanda, T. (n.d.). *PENGARUH KONTEN TRAVEL BLOGGER TERHADAP SUMBAWA*.



- Gao, W., Tian, Y., Huang, T., & Yang, Q. (2010). Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web. *ACM Computing Surveys*, 42(4), 1–57.
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia [Digitization of Television Broadcasting in Indonesia]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91.
- Gunarsah, S., & D. Gunarsah, Y. singgih. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja ( PDFDrive ).pdf* (p. 249).
- Gupta, G., & Vohra, A. V. (2019). Social Media Usage Intensity: Impact Assessment on Buyers' Behavioural Traits. *FIIB Business Review*.
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du).
- Harsono. (2013). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu.
- Hidayat, Z. (2008). Tarik-Menarik Kekuatan Kapital Dan Perjuangan Idealisme Etika Media Dalam Persaingan Industri Televisi Di Indonesia. *Maret*, 5(1), 7.
- Hidayat, Z., Saefuddin, A., & Sumartono, S. (2017). Motivasi, Kebiasaan, dan Keamanan Penggunaan Internet. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 129.
- Holland, M. (2016). How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7(1), 53–64.
- Hoof, F., & Boell, S. K. (2019). Culture, technology, and process in 'media theories': Toward a shift in the understanding of media in organizational research.
- Irawan, R. E. (n.d.). *Televisi Di Indonesia Di Mata Penonton Televisi*. 173–180.
- Islamuddin, Ranidiah, F., & Saputra, N. (2020). Perencanaan Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Televisi Lokal (Studi Pada Rbtv Bengkulu). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1), 52–62.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan, Edisi Pertama*. kencana.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57.
- Koster, B., Manager, I. I., & Gaalen, M. Van. (2010). Social Media Update 2016. *Pew Research Center*, 1(November), 1–16.

- Kristina, E. (2015). POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati. *POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati*, 319–350.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group
- Lie, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publication Inc.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication Models, for the study of mass communications: Second Edition*. New York: Longman.
- Morreale, J. (2014). From homemade to store bought: Annoying Orange and the professionalization of YouTube. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 113–128.
- Novikasari, I. (2016). Uji Validitas Instrumen. *Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 1–10. [https://www.academia.edu/29978868/Uji\\_Validitas\\_Instrumen](https://www.academia.edu/29978868/Uji_Validitas_Instrumen)
- Nugroho, S. (2017). Metode Kuantitatif. In *UNIB Press*.
- Paper, C., Roles, U., Configurations, C. V., & Roles, U. (2010). *www.econstor.eu*.
- Petra, U. K., Diwangsa, L. C., Aritonang, A. I., & Wijayanti, C. A. (n.d.). *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV*.
- Prasetyo, T. F., & Bastian, A. (2017). Visualisasi Edukatif Penyiaran Televisi Satelit dan Televisi Antena Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Prosiding Sintak, Mdlc*, 184–190.
- Pujihastuti, I. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Purwadi, P., Novianty, A., Deden, N., Lestari, Y. (2017). Local Tourism Promotion through Multilingual Vlog in Garut, Indonesia. *The 5th Asian Academic Society International Conference*, 1–5.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan

- Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Rustam, M. (2017). Internet dan Penggunaannya (Survei di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan ). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13–24.
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Shahniaz, R., & Zulfebriges. (2018). *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Travel Vlog terhadap Minat Berwisata* (pp. 877–881).
- Simbolon, B. R. (2018). Pengaruh Budaya Digital Terhadap Minat Travelling. *Jurnal Darma Agung*, XXVI, 448–459. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/39>
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro ( PDFDrive.com ).pdf*.
- Warnilah, A. I. (2018). *IMPLEMENTASI ALPHA CRONBACH Abstraksi Pendahuluan*. 2(1), 18–29.
- Wibawa, S. P. (2010). Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 117–130.
- Winoto, Y. (2020). Studi Tentang Perilaku Pencarian Informasi Melalui YouTube Channel Travel Vlogger Dikalangan Para Mahasiswa (Study About Behaviour of Searching Information Through YouTube Channel Travel Vlogger Among Students). *Publication Library and Information Science*, 3(2), 56. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.1909>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zimmerman, D. W. (2011). Sampling variability and axioms of classical test theory. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 36(5), 586–615. <https://doi.org/10.3102/1076998610397052>



## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101. <https://doi.org/10.24198/ptvf.v2i1.19880>
- Akbar, R. F. (2018). Studi Analisis Perilaku (Analisis Faktor-faktor Komitmen Organisasional dan Pengaruhnya terhadap Kinerja Guru Madrasah Swasta di Jawa Tengah. *Skripsi*, 121–180.
- Amin, M. Al, & Juniati, D. (2017). Klasifikasi Kelompok Umur Manusia. *MATHunesa*, 2(6), 34. <https://media.neliti.com/media/publications/249455-none-23b6a822.pdf>
- Apuke, O. D. A. D. 2. (2013). Influence Of Television Programmes On Youth Dressing Pattern In Nigerian Tertiary Institutions. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Ardianto, Erdinaya, L. K. (2005). *komunikasi masa: suatu pengantar*. Simbiosis Rektama Media.
- Area, U. M. (2018). *Perbedaan motivasi berprestasi ditinjau dari tipe kepribadian a dan b pada siswa smk tritech informatika skripsi*.
- Armando, M. (n.d.). Sikap dan Perilaku. *Komunikasi Massa Dan Efek Media Terhadap Individu, Psikologi Komunikasi*.
- Arma, M. A. (2013). Perilaku pencarian informasi pemustaka. *Ilmu Informasi Perpustakaan Dan Kearsipan*, 1(2), 16–23. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/iipk/article/view/1087>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2017). Penetrasi & Profil Perilaku Pengguna Internet Indonesia. *Apjii*, 51. <https://apjii.or.id/survei2018s/download/TK5oJYBSyd8iqHA2eCh4FsGELm3ubj>
- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence*, 24(1), 16–32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>
- Basuki, A. T., & Prawoto, N. (2015). Analisis Regresi dalam Penelitian Ekonomi dan Bisnis. *Depok: PT Rajagrafindo Persada*, 1–239.
- Basuki, K. (2019). *Jurnal Online Internasional & Nasional Vol. 7 No.1, Januari – Juni 2019 Universitas 17 Agustus 1945 Jakarta*, 53(9), 1689–1699.
- Bachtiar, M. A., & Faletehan, A. F. (2021). Self-Healing sebagai Metode Pengendalian Emosi. *Journal An-Nafs: Kajian Penelitian Psikologi*, 6(1), 41–54. <https://doi.org/10.33367/psi.v6i1.1327>
- Besana (2010). Social Media Ερευνητικό Προγραμμα Social Media. *Media*, 58(10), 415–417.

- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale and The Number of Responses in Likert Scale).
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik Diterbitkan Oleh Fakultas Ilmu Sosial & Politik, Universitas Tulungagung*.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana).
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Davidson, J., Liebald, B., Liu, J., Nandy, P., & Van Vleet, T. (2010). The YouTube video recommendation system. *RecSys'10 - Proceedings of the 4th ACM Conference on Recommender Systems, January*, 293–296. <https://doi.org/10.1145/1864708.1864770>
- Darmawan. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.)*. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (2013). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Eka, A. G., & Wuryanta, W. (2013). Digitalisasi Masyarakat: Menilik Kekuatan dan Kelemahan Dinamika Era Informasi Digital dan Masyarakat Informasi. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 131–142.
- Elliot, S. (2016). *User-Generated Videos in Tourism Destination Marketing : Using Narrative Analysis to Deconstruct Video Travel Stories*.
- Elvinaro Ardianto, Lukiat Komala, S. K. (2007). *Komunikasi masa suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Fathiyyah, R. N., & Rina, N. (2019). *Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Youtube Atta Halilintar*.
- Fay, D. L. (1967). *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952., 4(1), 939–946.
- Fitriana, R., Nasution, D. Z., & Erlanda, T. (n.d.). *PENGARUH KONTEN TRAVEL BLOGGER TERHADAP SUMBAWA*.

- Gao, W., Tian, Y., Huang, T., & Yang, Q. (2010). Vlogging: A survey of videoblogging technology on the web. *ACM Computing Surveys*, 42(4), 1–57.
- Gultom, A. D. (2018). Digitalisasi Penyiaran Televisi di Indonesia [Digitization of Television Broadcasting in Indonesia]. *Buletin Pos Dan Telekomunikasi*, 16(2), 91.
- Gunarsah, S., & D. Gunarsah, Y. singgih. (2008). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja ( PDFDrive ).pdf* (p. 249).
- Gupta, G., & Vohra, A. V. (2019). Social Media Usage Intensity: Impact Assessment on Buyers' Behavioural Traits. *FIIB Business Review*.
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). PENGARUH TERPAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE DAN INTERAKSI ANTARSOSIAL TERHADAP PERILAKU IMITASI REMAJA PUTRI (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du).
- Harsono. (2013). Motivasi Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Desa Pawan Kabupaten Rokan Hulu.
- Hidayat, Z. (2008). Tarik-Menarik Kekuatan Kapital Dan Perjuangan Idealisme Etika Media Dalam Persaingan Industri Televisi Di Indonesia. *Maret*, 5(1), 7.
- Hidayat, Z., Saefuddin, A., & Sumartono, S. (2017). Motivasi, Kebiasaan, dan Keamanan Penggunaan Internet. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 13(2), 129.
- Holland, M. (2016). How YouTube Developed into a Successful Platform for User-Generated Content. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7(1), 53–64.
- Hoof, F., & Boell, S. K. (2019). Culture, technology, and process in 'media theories': Toward a shift in the understanding of media in organizational research.
- Irawan, R. E. (n.d.). *Televisi Di Indonesia Di Mata Penonton Televisi*. 173–180.
- Islamuddin, Ranidiah, F., & Saputra, N. (2020). Perencanaan Strategi Dalam Menghadapi Persaingan Industri Media Televisi Lokal (Studi Pada Rbtv Bengkulu). *Jurnal Riset Akuntansi Dan Manajemen*, 9(1), 52–62.
- Jahja, Y. (2011). *Psikologi Perkembangan, Edisi Pertama*. kencana.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57.
- Koster, B., Manager, I. I., & Gaalen, M. Van. (2010). Social Media Update 2016. *Pew Research Center*, 1(November), 1–16.

- Kristina, E. (2015). POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati. *POLA PENGGUNAAN INTERNET OLEH KALANGAN REMAJA DI KABUPATEN SEMARANG Ester Krisnawati*, 319–350.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: PT Kencana Prenadamedia Group
- Lie, L. (2009). Penggunaan MRA dengan Spss untuk Menguji Pengaruh Variabel Moderating terhadap Hubungan antara Variabel Independen dan Variabel Dependen. *Jurnal Teknologi Informasi DINAMIK*, XIV(2), 90–97.
- McQuail, D. (1987). *Mass Communication Theory: An Introduction*. London: Sage Publication Inc.
- McQuail, D., & Windahl, S. (1993). *Communication Models, for the study of mass communications: Second Edition*. New York: Longman.
- Morreale, J. (2014). From homemade to store bought: Annoying Orange and the professionalization of YouTube. *Journal of Consumer Culture*, 14(1), 113–128.
- Novikasari, I. (2016). Uji Validitas Instrumen. *Institut Agama Islam Negeri Purwokerto*, 1–10. [https://www.academia.edu/29978868/Uji\\_Validitas\\_Instrumen](https://www.academia.edu/29978868/Uji_Validitas_Instrumen)
- Nugroho, S. (2017). Metode Kuantitatif. In *UNIB Press*.
- Paper, C., Roles, U., Configurations, C. V., & Roles, U. (2010). [www.econstor.eu](http://www.econstor.eu).
- Petra, U. K., Diwangsa, L. C., Aritonang, A. I., & Wijayanti, C. A. (n.d.). *Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Program Mata Najwa di YouTube Channel Narasi TV*.
- Prasetyo, T. F., & Bastian, A. (2017). Visualisasi Edukatif Penyiaran Televisi Satelit dan Televisi Antena Menggunakan Metode Multimedia Development Life Cycle (MDLC). *Prosiding Sintak, Mdlc*, 184–190.
- Pujihastuti, I. (2010). Isti Pujihastuti Abstract. *Jurnal Agribisnis Dan Pengembangan Wilayah*, 2(1), 43–56.
- Purwadi, P., Novianty, A., Deden, N., Lestari, Y. (2017). Local Tourism Promotion through Multilingual Vlog in Garut, Indonesia. *The 5th Asian Academic Society International Conference*, 1–5.
- Raco, J. (2018). *Metode penelitian kualitatif: jenis, karakteristik dan keunggulannya*.
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan



- Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Rustam, M. (2017). Internet dan Penggunaannya (Survei di Kalangan Masyarakat Kabupaten Takalar Provinsi Sulawesi Selatan ). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 21(1), 13–24.
- Saleh, G.-, & Pitriani, R. (2018). Pengaruh Media Sosial Instagram dan WhatsApp Terhadap Pembentukan Budaya “Alone Together.” *Jurnal Komunikasi*, 10(2), 103. <https://doi.org/10.24912/jk.v10i2.2673>
- Shahniaz, R., & Zulfebriges. (2018). *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Travel Vlog terhadap Minat Berwisata* (pp. 877–881).
- Simbolon, B. R. (2018). Pengaruh Budaya Digital Terhadap Minat Travelling. *Jurnal Darma Agung*, XXVI, 448–459. <http://jurnal.darmaagung.ac.id/index.php/jurnaluda/article/view/39>
- Sugiyono. (n.d.). *Metode Penelitian Kombinasi (Mix Methods)*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *prof. dr. sugiyono, metode penelitian kuantitatif kualitatif dan r&d. intro ( PDFDrive.com ).pdf*.
- Warnilah, A. I. (2018). *IMPLEMENTASI ALPHA CRONBACH Abstraksi Pendahuluan*. 2(1), 18–29.
- Wibawa, S. P. (2010). Model Bisnis Penyiaran Televisi Digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(2), 117–130.
- Winoto, Y. (2020). Studi Tentang Perilaku Pencarian Informasi Melalui YouTube Channel Travel Vlogger Dikalangan Para Mahasiswa (Study About Behaviour of Searching Information Through YouTube Channel Travel Vlogger Among Students). *Publication Library and Information Science*, 3(2), 56. <https://doi.org/10.24269/pls.v3i2.1909>
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17–23. <https://doi.org/10.18592/tarbiyah.v7i1.2100>
- Zimmerman, D. W. (2011). Sampling variability and axioms of classical test theory. *Journal of Educational and Behavioral Statistics*, 36(5), 586–615. <https://doi.org/10.3102/1076998610397052>