

Pengaruh Tayangan Review Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV Terhadap Minat Beli Masyarakat Jakarta

Oleh :

Nama : Shane Vincent Sutanto

NIM : 62180086

Skripsi

Diajukan sebagai salah satu syarat

Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Marketing Communication



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

FEBRUARI 2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



PENGESAHAN

Pengaruh Tayangan Review Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV Terhadap Minat Beli Masyarakat Jakarta

Diajukan Oleh

Nama : Shane Vincent Sutanto

NIM : 62180086

Jakarta, Februari 2022

Disetujui Oleh :

Dosen Pembimbing

(Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si)

INSTITUT BISNIS dan INFORMATIKA KWIK KIAN GIE

JAKARTA

2022

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



KWIK KIAN GIE
SCHOOL OF BUSINESS

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

ABSTRAK

Shane Vincent Sutanto / 62180086 / Pengaruh Tayangan YouTube Otodriver, Autonetmagz Dan Motomobi TV Terhadap Minat Beli Masyarakat Jakarta / Pembimbing : Deavvy M.R. Y Johassan S.Sos., M.Si

Internet dan media sosial terutama YouTube merupakan salah satu media utama yang digunakan dalam pendistribusian informasi pada saat ini. Oleh sebab itu internet dan media sosial telah mengubah perspektif pada media tersebut secara keseluruhan. Dengan adanya internet, perkembangan akan teknologi dapat membawa banyak perubahan yang terjadi pada kehidupan manusia pada zaman modern saat ini. Penggunaan akan internet menjadi sebuah jembatan yang memudahkan dalam mencari berbagai informasi sehingga akses terhadap informasi akan semakin cepat, dapat memudahkan pekerjaan serta memudahkan sistem pembelajaran terlebih pada masa pandemi Covid-19 saat ini dan juga berbagai keunggulan lainnya.

Penelitian ini menggunakan teori ketergantungan atau *Dependency Theory* sebagai teori dasar penelitian ini. Teori ketergantungan media merupakan teori tentang komunikasi massa yang menyatakan bahwa semakin seseorang tergantung pada suatu media untuk memenuhi kebutuhannya, maka media tersebut menjadi semakin penting untuk orang itu. Ketergantungan merupakan hal yang sangat esensial yang ada dalam naluri Freud. Karena merupakan suatu fitur yang sangat mencolok dalam proses pembangunan budaya itu, dan apa yang memungkinkan untuk kegiatan psikis yang lebih tinggi, ilmiah, *artistic* maupun ideologis, untuk memainkan peran penting dalam kehidupan beradab.

Metode penelitian yang digunakan yaitu metode kuantitatif dengan sifat asosiatif. Peneliti menggunakan kuesioner sebagai teknik pengumpulan data yang dibagikan kepada 100 responden yang merupakan *subscribers* dari kanal YouTube Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV. Selain itu, Peneliti menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik, uji analisis regresi linear sederhana, uji T, dan uji F sebagai teknik analisis data.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa model regresi sederhana memenuhi asumsi, yang dimana nilai normalitas berdistribusi normal dan linear. Selain itu, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa *channel* YouTube memiliki pengaruh positif terhadap minat beli masyarakat Jakarta.

Kesimpulan dari penelitian ini adalah tayangan *channel* YouTube Otodriver, Autonetmagz dan Motomobi TV memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli dan dampak positif berupa informasi yang bermanfaat mengenai kendaraan roda empat bagi masyarakat Jakarta.

Kata Kunci: YouTube, Teori Ketergantungan Media (*Dependency Theory*), Otomotif

ABSTRACT





Shane Vincent Sutanto / 62180086 / *The Effect of YouTube Shows Otodriver, Autonetmagz and Motomobi TV on Buying Interests of Jakarta People* / Advisor: Deavvy M.R.Y Johassan S.Sos., M.Si

Internet and social media, especially YouTube is one of the main media used in the distribution of information at this time. Therefore the internet and social media have changed the perspective on the media as a whole. With the internet, the development of technology can bring many changes that occur in human life in modern times today. The use of the internet becomes a bridge that makes it easier to find various information so that access to information will be faster, can facilitate work and facilitate the learning system, especially during the current Covid-19 pandemic and also various other advantages.

This research uses dependency theory as the basic theory of this research. Media dependence theory is a theory of mass communication which states that the more a person depends on a medium to fulfill his needs, the more important the media becomes to that person. Dependence is a very essential thing that is in Freud's instincts. For it is a very conspicuous feature in the process of cultural development, and what allows for higher psychic activities, scientific, artistic as well as ideological, to play an important role in civilized life.

The research method used is a quantitative method with associative properties. The researcher used a questionnaire as a data collection technique which was distributed to 100 respondents who are subscribers of the Otodriver, Autonetmagz and Motomobi TV YouTube channels. In addition, the researcher used validity test, reliability test, classical assumption test, simple linear regression analysis test, T test, and F test as data analysis techniques.

The results showed that the simple regression model met the assumptions, where the normality values were normally distributed and linear. In addition, the results of the study also show that the YouTube channel has a positive influence on the buying interest of the people of Jakarta.

The conclusion of this study is that the Otodriver, Autonetmagz and Motomobi TV YouTube channels have a positive and significant impact on buying interest and have a positive impact on the people of Jakarta.

Keywords: *YouTube, Media Dependency Theory, Automotive*

KATA PENGANTAR



Segala puji dan syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas rahmat, berkat, dan bimbingan yang diberikan kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini tidak lepas dari kesalahan dan jauh dari kata sempurna sehingga penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun sehingga dapat berguna baik penulis sendiri maupun pembaca pada umumnya.

Dalam menyelesaikan skripsi ini, penulis telah banyak mendapatkan bantuan dan dukungan, baik secara moril maupun materil. Untuk itu dalam kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu, khususnya kepada:

1. Bapak Imam Nuraryo, S.Sos., MA(Comms) Selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi yang telah memberikan arahan serta mendengar masukan dari mahasiswa/i jurusan ilmu komunikasi.
2. Bapak Deavvy M.R.Y. Johassan, S.Sos., M.Si selaku dosen pembimbing skripsi penulis yang senantiasa membantu penulis dari awal hingga akhirnya mampu menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terima kasih sebesar-besarnya dikarenakan telah sabar meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk membimbing dan mengarahkan penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, serta ilmu yang telah bapak berikan bagi penulis baik sebagai dosen pengajar maupun dosen pembimbing skripsi.
3. Ibu Glorya Agustiningsih, S.Sos., ibu Siti Meisyaroh, S.Sos., M.Soc.Sc., bapak RTS Masli, Drs., MBA, ibu Tanty Dewi Permassanty serta dosen – dosen pada jurusan ilmu komunikasi lainnya yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.



4. Orang tua yang sudah mendukung baik dari segi moral dan finansial selama kuliah hingga akhir penyusunan skripsi ini.

5. Teman – teman seperjuangan Angkatan 2018 terutama Dewi Wijaya Teguh, Sherly Wijaya, Lishiella, Helen Margaretha, Angelina, Evi Muliasari, Weng Yunna, Calvin yang selalu menjadi teman seperjuangan setiap tugas dalam mata kuliah hingga membantu dan mendukung penyusunan skripsi ini hingga akhir.

Penulis menyadari terdapat kekurangan dalam penulisan skripsi ini, disebabkan keterbatasan waktu, tenaga dan pengetahuan yang dimiliki oleh penulis. Penulis juga meminta maaf yang sebesar-besarnya atas kesalahan dalam penulisan skripsi ini baik yang disengaja maupun tidak. Penulis berharap dalam penulisan skripsi ini dapat berguna dan bermanfaat bagi semua pihak yang membacanya.

Jakarta, Februari 2022

Penulis,

Shane Vincent Sutanto

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN	i
ABSTRAK	ii
ABSTRACT	iii
KATA PENGANTAR	iv
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR GAMBAR	ix
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR LAMPIRAN	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	8
C. Identifikasi Masalah	8
D. Tujuan Penelitian	8
E. Manfaat Penelitian	9
1. Manfaat Akademis.....	9
2. Manfaat Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	10
A. Landasan Teoritis	10
1. Komunikasi Massa.....	10
2. Teori Ketergantungan (<i>Dependency Theory</i>).....	12
3. YouTube.....	17





4. Minat Beli.....	22
B. Penelitian Terdahulu.....	25
C. Kerangka Penelitian.....	28
D. Hipotesis Penelitian.....	28
BAB III METODE PENELITIAN.....	30
A. Objek Penelitian.....	30
B. Desain Penelitian.....	30
C. Variabel Penelitian.....	32
D. Teknik Pengumpulan Data.....	36
E. Teknik Pengambilan Sampel.....	37
F. Teknik Analisis Data.....	39
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Pra Kuesioner.....	45
BAB IV HASIL ANALISIS DAN PEMBAHASAN.....	50
A. Gambaran Umum.....	50
1. Otodriver.....	50
2. Autonetmagz.....	52
3. Motomobi TV.....	53
B. Analisis.....	54
1. Uji Validitas dan Reliabilitas Kuesioner.....	54
2. Uji Normalitas dan Linearitas.....	61
3. Analisis Profil Responden.....	62
4. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	65
a) Uji F.....	66
b) Uji T.....	67

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c) Koefisien determinasi	68
d) Hasil Penelitian	69

©

BAB V PENUTUP.....	71
---------------------------	-----------

A. Kesimpulan.....	71
---------------------------	-----------

B. Saran.....	71
----------------------	-----------

DAFTAR PUSTAKA.....	73
----------------------------	-----------

LAMPIRAN.....	78
----------------------	-----------

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak Cipta milik IBI KKG Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Survei pengguna sosial media berdasarkan hasil survei We Are Social	6
Gambar 1.2	Komentar YouTube Otodriver	7
Gambar 2.1	Bagan <i>Dependency Theory</i>	16
Gambar 2.2	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1	Poster YouTube Otodriver	50
Gambar 4.2	Poster Youtube Otodriver	51
Gambar 4.3	Poster Youtube Autonetmagz.....	52
Gambar 4.4	Poster Youtube Autonetmagz.....	53
Gambar 4.5	Poster Youtube Motomobi TV	54

Hak cipta milik IBI KGG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	25
Tabel 3.1 Tabel Operasional Variabel	33
Tabel 3.2 Tabel Skala <i>Likert</i>	37
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas Pernyataan Pra-Kuesioner.....	45
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas Pra-Kuesioner	49
Tabel 4.1 Hasil Uji Validitas	55
Tabel 4.2 Hasil Uji Reliabilitas	60
Tabel 4.3 Hasil Uji Normalitas.....	61
Tabel 4.4 Hasil Uji Linearitas	62
Tabel 4.5 Jenis Kelamin Responde.....	62
Tabel 4.6 Usia Responden.....	63
Tabel 4.7 Pekerjaan Reponden	63
Tabel 4.8 Antusiasme Menonton YouTube Responden	64
Tabel 4.9 Durasi Menonton YouTube Responden	64
Tabel 4.10 Analisis Regresi Sederhana.....	65
Tabel 4.11 Uji Statistik F	66
Tabel 4.12 Uji Statistik T	67
Tabel 4.13 Koefisien Determinasi	68

© Hak cipta dimiliki BIKK (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Kuesioner.....	78
Lampiran 2 Jawaban Responden Prakuesioner 30 orang Variabel X.....	83
Lampiran 3 Jawaban Responden Prakuesioner 30 orang Variabel Y.....	84
Lampiran 4 Jawaban Responden 100 orang variabel X.....	85
Lampiran 5 Jawaban Responden 100 orang variabel Y.....	87
Lampiran 6 Uji Validitas Pra Kuesioner variabel X.....	89
Lampiran 7 Uji Validitas Pra Kuesioner variabel Y.....	92
Lampiran 8 Uji Reliabilitas	93
Lampiran 9 Uji Validitas 100 Responden Variabel X.....	93
Lampiran 10 Uji Validitas 100 Responden Variabel X.....	96
Lampiran 11 Uji Reliabilitas	97
Lampiran 12 Uji Normalitas.....	97
Lampiran 13 Uji Linieritas	97
Lampiran 14 Analisis Regresi Linier Sederhana.....	98
Lampiran 15 Uji F.....	98
Lampiran 16 Uji T	98
Lampiran 17 Uji Koefisien Determinasi	98
Lampiran 18 Surat Pernyataan Originalitas	99
Lampiran 19 Kartu Bimbingan.....	99

