



## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### A. Landasan Teoritis

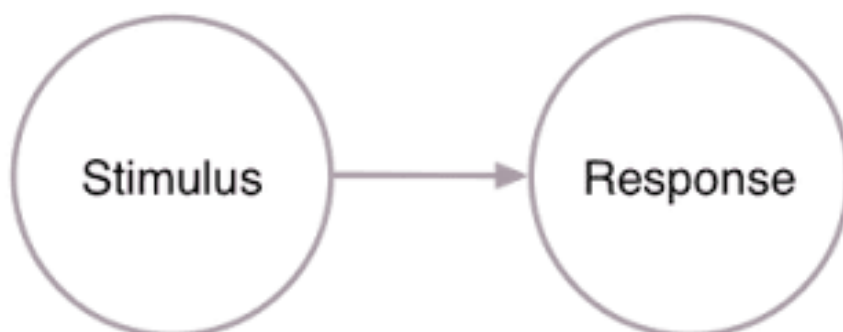
Pada bab ini peneliti akan memaparkan teori yang digunakan untuk melandasi topik penelitian terkait Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018.

##### 1. Teori Stimulus - Respons (S-R)

Teori Stimulus Respons (S-R) adalah model dasar komunikasi. Teori ini dipengaruhi oleh disiplin psikologi yang berkaitan dengan Stimulus Respons. Teori ini berasumsi bila komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sederhana, dimana sebuah kata-kata lisan, tanda-tanda non-verbal, gambar-gambar, serta tindakan-tindakan khusus dapat memicu seseorang untuk mengutarakan pendapat. Proses ini bersifat timbal-balik dan mempunyai efek , sesuai dengan metode tertentu menurut (Mulyana, 2008: 143).

Gambar 2. 1

Teori Stimulus Response



Sumber: Seni Komunikasi



Metode ini menggambarkan perubahan dalam pemindahan informasi yang bersifat timbal balik, dan memiliki dampak yang dimana setiap dampak tersebut dapat mengubah tindakan komunikasi berikutnya. Teori Stimulus - Respons (SR) berpendapat bahwa sikap (Respons) setiap individu dapat diperkirakan, akibatnya komunikasi dianggap statis atau tetap. Setiap individu dapat merespon dikarenakan terdapatnya rangsangan dari luar (Stimulus), bukan berdasarkan kehendak, kemauan, atau keinginan dari individu tersebut. Teori Stimulus Respons ini mengukur atau memperkirakan bila suatu pesan yang telah dirancang serta didistribusikan secara sistematis dalam skala yang besar bersama dengan pesan yang disampaikan kepada beberapa orang, serta bukan dipusatkan terhadap per-orang menurut Effendy (dalam Novi Savira, 2022: 11). Komunikasi Massa awalnya sering kali digambarkan sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan secara satu arah saja. Hal ini disebabkan karena adanya khalayak yang masih sangat pasif dalam menerima seluruh pesan yang diinformasikan.

Model Stimulus Respons dalam komunikasi massa dibagi menjadi 2, yakni media massa dan juga khalayak. 2 komponen model Stimulus Respons, antara lain:

- a) Stimulus: (Rangsangan) suatu isi pesan dari komunikator yang tertuju kepada komunikan, yang dalam penelitian ini yaitu pengaruh konten Mukbang Tanboy Kun di dalam *YouTube* tersebut .
- b) Respons: terdapat pesan yang diperoleh khalayak yang diharapkan dapat membuat perubahan dalam penelitian ini, seperti timbulnya sebuah minat menonton mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018 terhadap konten mukbang Tanboy kun.

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.



## 2. Media Online

Menurut Romli (2012) media online disebut digital media yang disajikan secara online dengan situs *web (website)* internet. Media *online* secara umum disebut sebagai jenis atau format media yang dapat diakses dengan internet yang berisikan teks, foto, video dan suara. Media *online* juga dapat diartikan sebagai sarana komunikasi secara online. Adanya pengertian secara umum ini, maka *website*, aplikasi, media sosial, dan sebagainya termasuk dalam kategori media *online*. Media *online* secara khusus dengan konteks komunikasi massa. Media adalah singkatan dari media komunikasi massa di bidang ilmu komunikasi yang mempunyai karakteristik tertentu.

Media *online* adalah sebutan yang umum bagi sebuah bentuk media yang berbasis telekomunikasi dan multimedia. Dimana didalamnya terdapat portal, *website* (situs web), *TV-online*, dan sebagainya dengan karakteristik yang dimiliki masing-masing sesuai dengan fasilitas user untuk memanfaatkannya. Kehadiran media online ini membuat munculnya generasi baru menurut Rozanah, Anna (2013:36) .

## 3. Media Sosial

Menurut Nasrullah (2016) Media Sosial adalah media platform yang memfokuskan kepada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam melakukan sebuah aktivitas maupun berkolaborasi. Oleh karena itu media sosial dapat dijadikan sebagai medium (penyedia) online yang memperkuat hubungan antar para pengguna sekaligus sebuah hubungan sosial.

### 1. YouTube

*YouTube* merupakan situs video sharing membagikan berbagai video.

*YouTube* didirikan oleh mantan pekerja Paypal, Steve Chen, Chad Hurley

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

dan Jawed Karim pada Februari 2005, namun pada akhir 2006 situs ini menjadi milik *Google* hingga saat ini. Video dalam situs *YouTube* sebagian besar diunggah oleh individu. Namun beberapa perusahaan media besar seperti *CBS*, *BBC*, *Vevo*, *Hulu*, dan beberapa perusahaan lain yang ikut serta dalam penayangan materi mereka melalui situs ini sebagai bentuk program kerjasama. Steve Chen dan Chad Hurley merupakan pencetus situs ini didirikan pertama kali karena mereka pernah mengalami kesulitan untuk membagikan video.

*YouTube* merupakan bagian dari situs berbagi media (media sharing). Salah satu jenis media sosial yang berguna untuk berbagi media audio visual. Menurut Saxena (dalam supriyatman, Nugroho, 2019: 1430) menyatakan bahwa media sharing adalah situs media sosial yang penggunaannya dapat dibagi menjadi gambar, podcast, dan video secara *online*.

Munculnya *YouTube* memiliki pengaruh yang luar biasa terhadap masyarakat, khususnya pada masyarakat yang memiliki bakat atau kelebihan dalam bidang pembuatan video atau konten tetapi tidak memiliki “wadah” untuk mempublikasikan karyanya tersebut. *YouTube* sangat mudah dalam penggunaannya, tidak memerlukan biaya yang tinggi, serta dapat digunakan dimanapun dan kapanpun. Konten-konten yang sudah dibuat dapat di unggah atau dipublikasikan dengan bebas. Semakin video yang dibuat menarik atau mampu mendapat sambutan yang baik, jumlah *viewers* akan bertambah. Banyaknya *viewers* itu dapat menarik pengiklan yang akan memasang iklannya dalam video atau

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.



konten *channel* tersebut. Sebab itu, semakin menarik kontennya akan semakin banyak *viewers*.

*YouTube* merupakan salah satu media sosial yang muncul karena perkembangan teknologi dan banyaknya masyarakat yang menggunakan digital sebagai media berkomunikasi serta media untuk memperoleh berita atau informasi. *YouTube* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengunggah, menonton dan membagikan video dengan cara membuat *Channel* atau akun pribadi. Karena *YouTube* diasumsikan oleh masyarakat karena dapat menimbulkan respon audiens menurut (Rini & Imran, 2017).

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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

### 4. Konten Mukbang

#### a. Konten

Konten merupakan istilah yang merujuk pada media online atau media internet. Menurut (KBBI,2019 diakses pada 3 Mei 2022), konten merupakan informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium, seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah dapat melalui handphone. Konten adalah komponen yang penting dalam suatu media. Konten berhubungan erat terhadap apa yang akan kita tayangkan atau pertunjukkan kepada penonton. Terkadang konten yang digunakan atau ditayangkan tidak diperhatikan. Banyak orang memberikan perhatian terhadap metode, media, bahkan terhadap strategi yang digunakan di dalam konten tersebut, tetapi isi konten tersebut menjadi kurang diperhatikan. Konten dibagi menjadi tiga:

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.



### 1) Kuliner

Memberikan sebuah ulasan sebuah menu makanan, memasak, atau pertunjukan makan besar. Hal ini dapat membantu para audiensnya untuk menentukan sebuah pilihan terkait dengan makanan, minuman ataupun restoran.

### 2) Informasi

Menjelaskan tentang sekumpulan fakta yang telah diolah menjadi data, sehingga lebih dapat berguna dan menjadi informasi saat dibaca atau diketahui oleh orang yang membutuhkan informasi tersebut serta dapat digunakan untuk mengambil sebuah keputusan.

### 3) Hiburan

Menjelaskan tentang suatu kualitas hiburan yang ada pada sebuah konten yang dikonsumsi oleh audiensnya.

#### b. Mukbang

Mukbang berasal dari bahasa korea, yaitu Muk (meokneun) yang berarti dan Bang (bangsong) berarti broadcast atau siaran. Mukbang berkembang di korea sejak 2009, awalnya hanya diisi oleh orang-orang yang gemar makan dan ingin menjadi populer atau terkenal seperti artis idola mereka, namun berjalannya waktu kultur Mukbang berkembang hingga banyak orang yang sengaja melakukan siaran untuk mencari nafkah lewat acara makan online ini. Hal tersebut menurut R. Rajiv (dalam Nanda Resti, 2018: 20).

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.



## 5. Minat menonton

Minat dapat diartikan sebagai suatu kesukaan, kegemaran, atau sebuah kesenangan akan sesuatu. Minat juga diartikan sebagai suatu keinginan yang muncul setelah melihat, mengamati serta membandingkan dan mempertimbangkan dengan kebutuhan yang diinginkan. Minat memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap proses dan pencapaian hasil dari sebuah konten mukbang. Apabila konten mukbang yang dibuat tidak sesuai dengan minat para penonton, maka penonton tidak akan tertarik untuk melihat atau menonton video tersebut. Tidak ada ketertarikan bagi penonton terhadap konten tersebut dapat mengakibatkan sebuah konten menjadi hilang atau kurang peminat. Namun sebaliknya, konten yang menarik dapat menambah minat menonton.

Sedangkan menonton dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah melihat (pertunjukan, gambar) lebih dari satu kali. Jadi minat menonton adalah suatu keinginan yang kuat dan ketertarikan terhadap suatu pertunjukan yang muncul dari dalam diri seseorang setelah mengakses dan melihat.

### a. Faktor yang mempengaruhi minat menonton

Minat tidak akan muncul secara tiba-tiba dari dalam diri individu tersebut. Munculnya minat terkadang ditandai adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat disebabkan oleh beberapa faktor yaitu rasa tertarik, rasa senang dan lain-lain. Minat dapat tumbuh dan berkembang sesuai dengan faktor yang mempengaruhi. Faktor yang mempengaruhi minat menonton adalah:

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.



### 1) Kemampuan yang dimiliki seorang individu

Bagi seorang yang ingin menonton sebuah video atau tayangan *YouTube* diharuskan memiliki minat.

### 2) Motivasi

Motivasi adalah sebuah dorongan yang muncul dalam diri atau luar diri (lingkungan). Motivasi meliputi faktor kebutuhan emosional seperti kesenangan atau kenikmatan yang didapatkan saat menonton.

### 3) Kebutuhan secara informasi

Faktor utama seseorang menonton yaitu untuk mencari kebutuhan emosional dan informasi. Informasi yang didapat sangat membantu dalam menentukan pilihan.

#### b. Aspek -aspek Minat Menonton

Menurut Hurlock (2004) bahwa minat menonton mempunyai dua aspek, yaitu aspek kognitif dan aspek afektif:

#### 1) Aspek Kognitif

Aspek kognitif minat menonton didasarkan pada konsep yang dikembangkan oleh seseorang terhadap suatu bidang yang berkaitan dengan minat. Menurut (Herlock, 2004: 116) mengukur aspek kognitif dilihat dari:

##### (1) Kebutuhan akan informasi

Jika seseorang memiliki minat terhadap sesuatu maka dia akan mencari informasi sebanyak mungkin yang berkaitan dengan hal yang diminatinya.

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.





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

**Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie**

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

**(2) Rasa ingin tahu**

Rasa ingin tahu seseorang yang besar terhadap sesuatu hal dapat menentukan sebuah tingkat ketertarikannya terhadap hal tersebut. Rasa ketertarikan ingin tahu semakin besar dan rasa memperoleh informasi maka akan semakin besar pula minat mereka untuk mencari tahu.

**2) Aspek Afektif**

Aspek afektif berkembang dari pengalaman pribadi yang berasal dari orang yang penting tersebut terhadap kegiatan yang berkaitan dengan minat tersebut. Suatu emosional dari minat umumnya hendak menguatkan minat itu dalam Tindakan.

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.



## B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

### Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Annisa
Judul Penelitian	Strategi Komunikasi Stimulus Respons Humas Dinas Penanaman Modal Dan Pelayanan Terpadu Satu Pintu Dalam Meningkatkan Kepercayaan Penanaman Modal Pada Perekonomian Di Kota Palembang.
Tahun/Metode Penelitian	2019 / Kualitatif
Bentuk Penelitian	Jurnal
Hasil Penelitian	Bahwa komunikasi Stimulus Respons yang dilakukan Humas DPM-PTSP merupakan proses penyampaian pesan yang dibutuhkan pelanggan untuk lebih mengetahui persoalan investasi, pesan yang disampaikan dengan cara mensosialisasikan kepada pelanggan. Dengan komunikasi yang baik mengenai informasi investasi dengan cara melakukan sosialisasi atau seminar terhadap pelanggan merupakan strategi DPM-PTSP dalam meningkatkan Kehumasan serta kepercayaan kepada pelanggan.

© Hak cipta milik IBIKKG (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 mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

**Tabel 2.1 (Lanjutan)**  
**Penelitian Terdahulu**

Nama Peneliti	Novi Savira
Judul Penelitian	Pengaruh Konten Tayangan Podcast Deddy Corbuzier Di <i>YouTube</i> Terhadap Minat Menonton Penduduk Gang Mantri 1 RT 007 RW 010.
Tahun/Metode Penelitian	2022 / Kuantitatif
Bentuk Penelitian	Skripsi
Hasil Penelitian	Hasil menunjukkan bahwa variabel X (konten tayangan podcast) memberikan pengaruh terhadap variabel Y (minat menonton) sebesar 81,9%. Sedangkan sisanya 18,1% dipengaruhi oleh faktor yang tidak diteliti. Minat menonton Gang Mantri 1 RT 007 RW 010 sebesar 18,9%. Dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh konten tayangan podcast Deddy Corbuzier di <i>YouTube</i> terhadap minat menonton.

© 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.



Tabel 2.1 (Lanjutan)

Penelitian Terdahulu

Nama Peneliti	Natalia
Judul Penelitian	Pengaruh Terpaan Tayangan Vlog Raditya Dika “Paranormal Experience: Rumah Terseram Jogja” Dlama <i>YouTube</i> Terhadap Tingkat Kepuasan Viewers Mahasiswa Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2017.
Tahun/Metode Penelitian	2019 / Kuantitatif
Bentuk Penelitian	Skripsi
Hasil Penelitian	Pengaruh terpaan tayangan <i>Vlog</i> Raditya Dika “Paranormal <i>Experience</i> : Rumah Terseram Jogja” dalam youtube. Setelah terpaan tayangan <i>Vlog</i> tersebut, faktor lainnya yang akan menentukan tinggi rendahnya tingkat kepuasan mahasiswa.

3 Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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.



Tabel 2.1 (Lanjutan)

Penelitian Terdahulu

4	Nama Peneliti	Firdausyi , Anggraini
	Judul Penelitian	Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minta Menonton.
	Tahun/Metode Penelitian	2020 / Kuantitatif
	Bentuk Penelitian	Jurnal
	Hasil Penelitian	Dari hasil penelitian ini diperoleh data bahwa ada pengaruh antara konten program terhadap minat menonton mahasiswa STIKOM Intersrudi dengan penejelasan bahwa Ha yang menyatakan adanya pengaruh antara variabel konten program antara variabel minat menonton mahasiswa STIKOM Interstudi angkatan 2015 - 2018. Dengan demikian Ho juga menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh variabel konten program terhadap minat menonton ditolak.

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

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Hak Cipta Ditindungi Undang-Undang

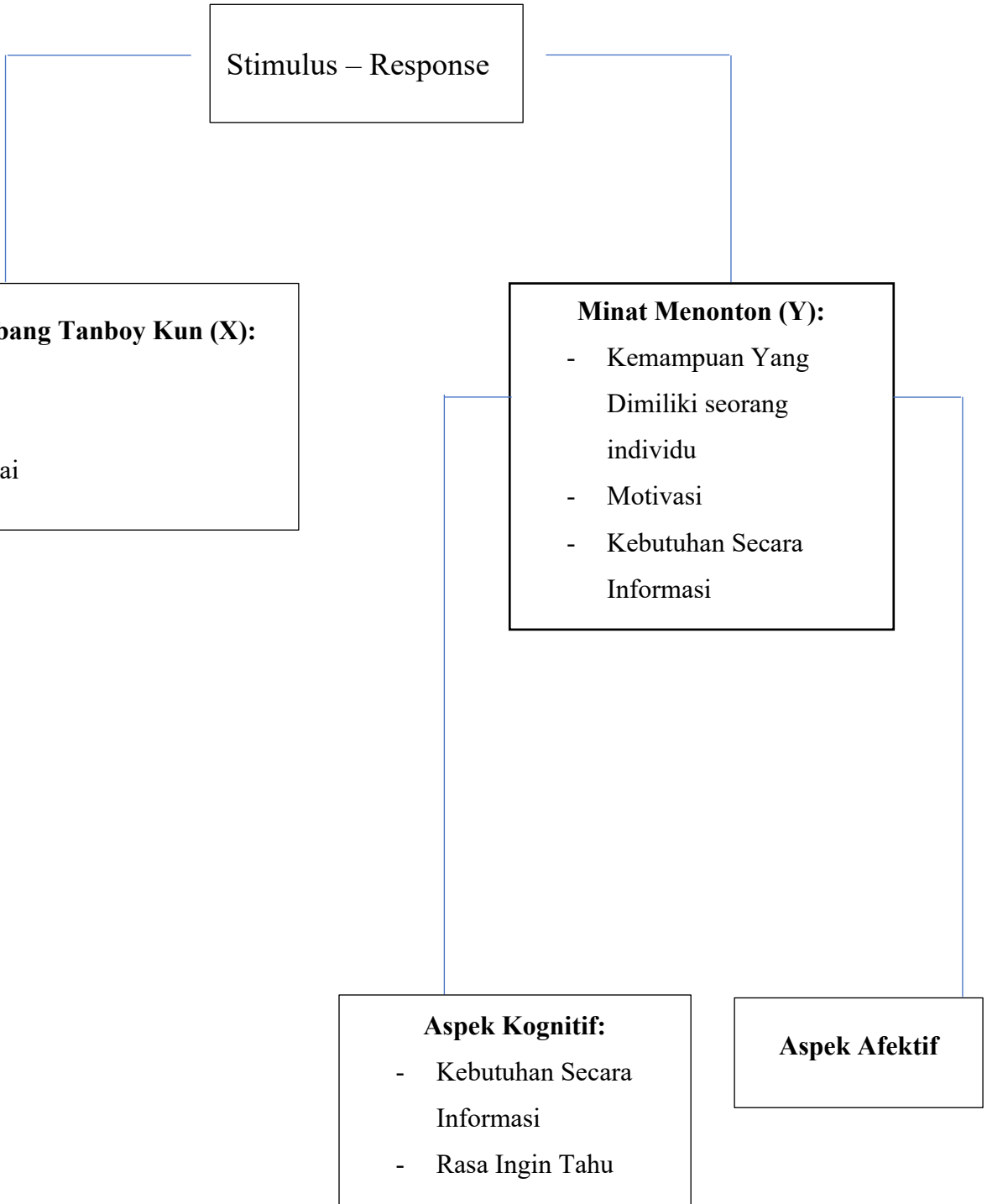
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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





Tabel 2.2

Kerangka Pemikiran



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

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Konten Mukbang Tanboy Kun (X):

- Kuliner
- Hiburan
- Informasai

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

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



#### D. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara dari masalah suatu penelitian yang perlu diuji kebenarannya dengan data yang lebih lengkap dan menunjang. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018. Berikut rumus hipotesis dari penelitian ini:

$H_a$  : Ada Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018.

$H_o$  : Tidak ada Pengaruh Konten Mukbang Tanboy Kun Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie Angkatan 2018.

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.