

**PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE DAN  
KETERLIBATAN *INFLUENCER* TERHADAP  
LOYALITAS PENONTON**

**(Studi Pada Penonton YouTube *Channel* Ria SW)**

**SKRIPSI**

Disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan mencapai  
derajat Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi



Oleh

**JENNIVER RESTHA JUJUR**

**07031282126109**

**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS SRIWIJAYA  
2025**

## HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI

**"PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE DAN KETERLIBATAN  
INFLUENCER TERHADAP LOYALITAS PENONTON  
(STUDI PADA PENONTON YOUTUBE CHANNEL RIA SW)"**

### SKRIPSI

**Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana S-1  
Ilmu Komunikasi**

Oleh

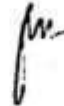
**Jenniver Restha Jujur  
07031282126109**

**Pembimbing I**

**1. Oemar Madri Hafadhal, S.I.Kom., M.Si**

**NIP. 199208222018031001**

**Tanda Tangan**



**Tanggal**

**3-03-2025**

**Pembimbing II**

**2. Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**

**NIP. 198607072023212056**



**3 Maret 2025**

**Mengetahui,  
Ketua Jurusan.**



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si  
NIP. 196406061992031001**

## HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

**"PENGARUH TERPAAN KONTEN YOUTUBE DAN  
KETERLIBATAN *INFLUENCER* TERHADAP LOYALITAS  
PENONTON  
(STUDI PADA PENONTON YOUTUBE *CHANNEL RIA SW*)"**

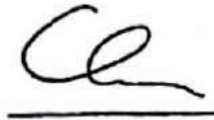
Skripsi

Oleh  
**JENNIVER RESTHA JUJUR**  
07031282126109

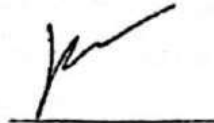
Telah dipertahankan di Depan Komisi Penguji  
Pada tanggal 13 Maret 2025  
Dan dinyatakan telah memenuhi syarat

### KOMISI PENGUJI

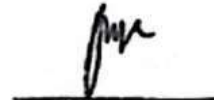
**Galih Priambodo, S.Pd., M.I.Kom**  
NIP. 198908312023211021  
Ketua



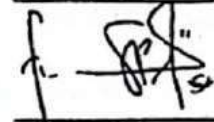
**Ryan Adam, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198709072022031003  
Anggota



**Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si**  
NIP. 199208222018031001  
Anggota



**Feny Selvy Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056  
Anggota



Mengetahui,

Dekan FISIP UNSRI,



**Prof. Dr. Alfitri, M.Si**  
NIP. 196601221990031004

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi,



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Jenniver Restha Jujur  
NIM : 07031282126109  
Tempat dan Tanggal Lahir : Palembang, 27 Januari 2004  
Jurusan : Ilmu Komunikasi  
Judul Skripsi : Pengaruh Terpaan Konten YouTube dan Keterlibatan *Influencer* Terhadap Loyalitas Penonton (Studi Pada Penonton YouTube *Channel* Ria SW)

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa :

1. Seluruh data, informasi serta pernyataan dalam pembahasan dan kesimpulan yang disajikan dalam karya ilmiah ini, kecuali yang disebutkan sumbernya adalah merupakan hasil pengamatan, penelitian, pengolahan serta pemikiran saya dengan pengarahannya dari pembimbing yang ditetapkan.
2. Karya ilmiah yang saya tulis ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik baik di Universitas Sriwijaya maupun di perguruan tinggi lainnya.

Demikianlah pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan apabila di kemudian hari ditemukan bukti ketidak benaran dalam pernyataan ini, maka saya bersedia menerima sanksi akademis berupa pembatalan gelar yang saya peroleh melalui pengajuan karya ilmiah ini.

Palembang, 5 Maret 2025  
Yang membuat pernyataan,



Jenniver Restha Jujur  
NIM. 07031282126109

## **MOTTO DAN PERSEMBAHAN**

### **MOTTO**

“Janganlah hendaknya kamu kuatir tentang apapun juga, tetapi nyatakanlah dalam segala hal keinginanmu kepada Allah dalam doa dan permohonan dengan ucapan syukur.”

(Filipi 4:16)

### **PERSEMBAHAN**

Skripsi ini penulis persembahkan atas kebaikan dan kemuliaan Sang Juru Selamat, Tuhan Yesus Kristus yang selalu merencanakan segala yang terbaik bagi-Nya. Penulis percaya bahwa apapun yang terjadi akan selalu sesuai dengan rancangan-Nya termasuk penulisan skripsi ini. Lalu, skripsi ini penulis persembahkan untuk kedua orang tua, adik, kakek nenek, serta seluruh keluarga dan kerabat penulis yang selalu memberikan dukungan, hiburan, dan doa hingga penulis dapat sampai pada titik ini.

## ABSTRACT

The presence of social media platforms, especially YouTube, has brought significant changes to how society consumes information and entertainment, one of which is through video content. This study focused on how the exposure to YouTube content and the involvement of influencers influenced the loyalty of viewers of the Ria SW YouTube channel. The theory used in this research was the media dependency theory. The research method applied was a quantitative approach with non-probability sampling and purposive sampling techniques. The population in this study was the viewers of the Ria SW YouTube channel, which was infinite, and the sample size obtained was 384 respondents. The data collected were then processed using IBM SPSS 21. The results of the study showed that the content exposure variable partially had a positive effect on viewer loyalty with a  $t$ -value of 4.300 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . The influencer involvement variable also had a partial positive effect on viewer loyalty with a  $t$ -value of 9.731 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ . Furthermore, both content exposure and influencer involvement variables simultaneously had a positive effect on viewer loyalty with an  $F$ -value of 386.983 and a significance value of  $0.000 < 0.05$ .

**Keywords:** Content Exposure, Influencer Involvement, Ria SW YouTube Channel, Viewer Loyalty

Advisor I



**Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si**  
NIP. 199208222018031001

Advisor II



**Fevy Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056



**Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si**  
NIP. 196406061992031001

## ABSTRAK

Kehadiran *platform* media sosial khususnya YouTube memberikan banyak perubahan pada cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan hiburan, salah satunya melalui konten video. Pada penelitian ini, berfokus tentang bagaimana terpaan konten YouTube dan keterlibatan *influencer* berpengaruh terhadap loyalitas penonton YouTube *channel* Ria SW. Teori yang digunakan dalam penelitian ini ialah teori ketergantungan media. Metode pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan metode pengambilan sampel menggunakan metode *non-probability sampling* dengan teknik *purposive sampling*. Populasi dalam penelitian ini ialah penonton YouTube *channel* Ria SW dengan jumlah yang tak terhingga dan jumlah sampel yang diperoleh sebanyak 384 responden. Data yang diperoleh lalu diolah menggunakan bantuan IBM SPSS 21. Hasil penelitian ini menunjukkan variabel terpaan konten secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas penonton dengan *t* hitung sebanyak 4,300 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Lalu variabel keterlibatan *influencer* secara parsial berpengaruh positif terhadap loyalitas penonton dengan *t* hitung sebanyak 9,731 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ . Serta variabel terpaan konten dan keterlibatan *influencer* secara simultan berpengaruh positif terhadap loyalitas penonton dengan *F* hitung sebanyak 386,983 dan nilai signifikansi  $0,000 < 0,05$ .

**Kata Kunci:** Keterlibatan *Influencer*, Loyalitas Penonton, Terpaan Konten, YouTube Channel Ria SW

Pembimbing I



**Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si**  
NIP. 199208222018031001

Pembimbing II



**Fevy Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP. 198607072023212056



## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala berkat dan pertolongan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini dengan judul “Pengaruh Terpaan Konten YouTube dan Keterlibatan *Influencer* Terhadap Loyalitas Penonton (Studi Pada Penonton YouTube *Channel* Ria SW)”. Penyusunan skripsi ini diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana pada jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.

Pada proses penyusunan skripsi ini, tentunya penulis mengalami berbagai kesulitan, namun berkat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak maka semua hal tersebut dapat penulis lalui. Maka dari itu, pada kesempatan ini penulis dengan rasa bangga dan sukacita menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Taufik Marwa, S.E., M.Si selaku Rektor Universitas Sriwijaya.
2. Bapak Prof. Dr. Alfitri, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sriwijaya.
3. Bapak Dr. Muhammad Husni Thamrin, M.Si selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya.
4. Bapak Oemar Madri Bafadhal, S.I.Kom., M.Si selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sriwijaya dan Dosen Pembimbing I serta Ibu Feny Selly Pratiwi, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan arahan



serta bantuan yang tak dapat terlupakan kepada penulis sejak awal penulisan skripsi ini.

5. Ibu Annisa Rahmawati, S.I.Kom., M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Akademik yang senantiasa memberikan arahan kepada penulis dalam dunia perkuliahan ini.
6. Mbak Elvira Humairah selaku Administrasi Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah memberikan informasi dan arahan serta membantu penulis dalam urusan administrasi.
7. Sosok laki-laki pertama di hidupku, Papi Peres Jujur yang selalu senantiasa memberikan dukungan kepada penulis baik dalam segi moral maupun materil sehingga penulis mendapatkan kelancaran dari kesulitan yang dihadapi.
8. Ibunda tercinta, Mami Niken Agustiana yang tak luput memanjatkan doa kepada penulis dan dukungan dari berbagai segi sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan penuh cinta.
9. Kedua adik penulis, Jerrico Restha Jujur dan Jocelyn Restha Jujur yang senantiasa menemani dan mendengarkan penulis serta memberikan riang tawa dan kebahagiaan kepada penulis.
10. Nenek tersayang, Ama Renate Menni dan Oma yang selalu memberikan dukungan kepada penulis dengan kasih sayang sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan sukacita.
11. Kakek tersayang, Engkong (Alm) Hubertus Hendra dan Opa yang selalu bangga dengan prestasi cucunya di dunia pendidikan sehingga penulis yakin bahwa semangat yang dimiliki penulis dalam penyusunan skripsi ini

tak luput dari rasa sayang dan bangga tersebut.

12. Seluruh keluarga penulis yang telah memberikan dukungan hingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Terutama kepada tante cerewetku, Ii Margaretha Apriliana yang selalu siap sedia memberikan bantuan kepada penulis sehingga penulis mendapatkan kemudahan saat penulisan skripsi ini.
13. *Partner* penulis, M. Cadtri Bagus Maulana yang tak kenal lelah senantiasa menemani dan membantu penulis dalam suka dan duka dari awal perkuliahan hingga bersama-sama berjuang untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Sriwijaya ini. Juga tak lupa penulis ucapkan rasa terima kasih kepada keluarga Cadtri yang juga selalu mendukung dalam penulisan skripsi ini.
14. Teman-teman seperjuangan penulis, Virta dan Yensi yang sedia membantu penulis dan memberikan saran sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan.
15. Kerabat penulis yang namanya tidak dapat disebutkan satu per satu, terima kasih karena telah memberikan dukungan kepada penulis karena sekecil apapun dukungan tersebut sangatlah berarti di dalam proses ini.
16. Responden penelitian yaitu penonton YouTube *channel* Ria SW yang telah menyediakan waktu dan tenaganya untuk membantu penulis dalam pengisian kuisioner serta turut membantu menyebarkan kuisioner kepada yang lain. Tanpa adanya dukungan tersebut, penulis akan kesusahan dalam pengumpulan 384 responden di penelitian ini.
17. Dan yang terakhir, kepada Jenniver Restha Jujur yakni diri sendiri. Terima

kasih karena telah sampai di titik ini, terima kasih karena sudah selalu berharap kepada Tuhan, semua ini tidak akan terjadi bila bukan karna berkat Tuhan yang sungguh luar biasa. Semangat untuk penulis atas apa yang akan dijalani kedepan.

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PERSETUJUAN UJIAN SKRIPSI .....</b>	<b>II</b>
<b>HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....</b>	<b>III</b>
<b>PERNYATAAN ORISINALITAS.....</b>	<b>IV</b>
<b>MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>V</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>VI</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>VII</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>VIII</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>XII</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>XIV</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>XV</b>
<b>DAFTAR BAGAN.....</b>	<b>XVI</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	12
1.3 Tujuan Penelitian.....	12
1.4. Manfaat Penelitian.....	13
1.4.1 Manfaat Teoritis .....	13
1.4.2 Manfaat Praktis .....	13
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....</b>	<b>14</b>
2.1 Landasan Konseptual .....	14
2.1.1 Terpaan Konten.....	14
2.1.2 Keterlibatan <i>Influencer</i> .....	15
2.1.3 Loyalitas Penonton .....	17
2.2 Kerangka Teori .....	18
2.3 Kerangka Pemikiran .....	22
2.3 Hipotesis.....	23
2.4 Penelitian Terdahulu.....	24
<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>27</b>
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Definisi Konsep.....	27
3.3 Definisi Operasional.....	28
3.4 Unit Analisis, Populasi dan Sampel .....	31
3.4.1 Unit Analisis .....	31
3.4.2 Populasi.....	32
3.4.3 Sampel .....	32
3.5 Data dan Sumber Data.....	34
3.5.1 Data.....	34
3.5.2 Sumber Data .....	34

3.6 Teknik Pengumpulan Data .....	35
3.6.1 Kuisisioner.....	35
3.6.2 Observasi .....	36
3.6.3 Studi Dokumentasi.....	36
3.7 Teknik Analisis Data .....	37
3.7.1 Teknik Analisis Deskriptif.....	37
3.7.2 Uji Validitas .....	37
3.7.3 Uji Reliabilitas .....	38
3.7.4 Uji Korelasi.....	39
3.7.5 Uji Normalitas.....	40
3.7.6 Uji Linearitas .....	40
3.7.7 Analisis Regresi Linear Berganda .....	40
3.7.8 Analisis Koefisien Determinasi .....	41
3.7.9 Uji t.....	41
3.7.10 Uji F.....	42
<b>BAB IV GAMBARAN UMUM PENELITIAN .....</b>	<b>43</b>
4.1 Profil Ria SW .....	43
4.2 YouTube <i>Channel</i> Ria SW .....	45
<b>BAB V PEMBAHASAN .....</b>	<b>47</b>
5.1 Profil Responden .....	47
5.2 Analisis Deskriptif.....	48
5.2.1 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Terpaan Konten .....	49
5.2.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Keterlibatan <i>Influencer</i> .....	55
5.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Loyalitas Penonton .....	61
5.3 Hasil Penelitian .....	66
5.3.1 Hasil Uji Validitas .....	66
5.3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	68
5.3.3 Pengujian Persyaratan Analisis.....	70
5.3.3.1 Mengubah Data Ordinal ke Interval .....	70
5.3.4 Uji Normalitas.....	70
5.3.5 Uji Linearitas .....	71
5.4 Uji Hipotesis Penelitian.....	73
5.4.1 Korelasi <i>Product Moment (Pearson)</i> .....	73
5.4.2 Uji Korelasi Berganda .....	74
5.4.3 Koefisien Determinasi .....	74
5.4.4 Uji t.....	76
5.4.5 Uji F.....	77
5.4.6 Analisis Regresi Linear Berganda .....	79
5.4.7 Hasil Uji Hipotesis.....	80
<b>BAB VI PENUTUP .....</b>	<b>82</b>
6.1 Kesimpulan.....	82
6.2 Saran.....	83
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>84</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>88</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Perbandingan Food Vlogger.....	5
Tabel 1. 2 Cuplikan Keterlibatan Ria SW dan Audiens .....	7
Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu.....	24
Tabel 3. 1 Definisi Operasional.....	28
Tabel 3. 2 Skala Interval.....	36
Tabel 5. 1 Karakteristik Responden .....	47
Tabel 5. 2 Kriteria Penilaian Berdasarkan Rata-rata Skor .....	49
Tabel 5. 3 Distribusi Frekuensi Variabel Terpaan Konten (X1) .....	50
Tabel 5. 4 Distribusi Atensi Variabel Terpaan Konten (X1).....	52
Tabel 5. 5 Distribusi Durasi Variabel Terpaan Konten (X1) .....	54
Tabel 5. 6 Distribusi Kognitif Variabel Keterlibatan <i>Influencer</i> (X2) .....	56
Tabel 5. 7 Distribusi Emosional Variabel Keterlibatan <i>Influencer</i> (X2).....	58
Tabel 5. 8 Distribusi Perilaku Variabel Keterlibatan <i>Influencer</i> (X2) .....	60
Tabel 5. 9 Distribusi <i>Recommendation</i> Variabel Loyalitas Penonton (Y) .....	62
Tabel 5. 10 Distribusi <i>Repeat Purchase</i> Variabel Loyalitas Penonton (Y).....	64
Tabel 5. 11 Hasil Uji Validitas .....	66
Tabel 5. 12 <i>Case Processing Summary</i> .....	68
Tabel 5. 13 <i>Reliability Statistics</i> .....	69
Tabel 5. 14 <i>Item-Total Statistics</i> .....	69
Tabel 5. 15 <i>One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test</i> .....	71
Tabel 5. 16 ANOVA <i>Table X1 dan Y</i> .....	72
Tabel 5. 17 ANOVA <i>Table X2 dan Y</i> .....	72
Tabel 5. 18 Pedoman Interpretasi Terhadap Koefisien Korelasi.....	73
Tabel 5. 19 Korelasi <i>Product Moment</i> .....	73
Tabel 5. 20 Model <i>Summary</i> <sup>b</sup> .....	74
Tabel 5. 21 <i>Coefficients</i> <sup>a</sup> .....	77
Tabel 5. 22 ANOVA <sup>a</sup> .....	78
Tabel 5. 23 <i>Coefficients</i> <sup>a</sup> .....	79
Tabel 5. 24 Hasil Uji Hipotesis .....	80

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1</b>	Grafik Negara dengan Jumlah Pengguna YouTube .....	2
<b>Gambar 1. 2</b>	Pengguna Aktif Bulanan Platform Media Sosial di Indonesia .....	3
<b>Gambar 1. 3</b>	YouTube Channel Ria SW .....	6
<b>Gambar 1. 4</b>	Description Box Video 'Muslim Snack Street in Beijing #7' .....	11
<b>Gambar 4. 1</b>	Profil Ria SW .....	43
<b>Gambar 4. 2</b>	Sampul Kanal YouTube Ria SW .....	45
<b>Gambar 4. 3</b>	Salah Satu Video di Kanal YouTube Ria SW .....	45

## DAFTAR BAGAN

<b>Bagan 2. 1</b> Model Konseptual Teori Ketergantungan Media.....	20
<b>Bagan 2. 2</b> Alur Pemikiran .....	22



# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan yang pesat terhadap teknologi digital dan internet telah mengubah cara masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan hiburan, salah satunya melalui konten video. Tidak dapat dihindari bahwa kehadiran internet memberi perubahan besar salah satunya kemudahan pada penggunaannya. Keterkaitan internet dengan media sosial dimanfaatkan dengan baik oleh pengguna untuk berbagai kepentingan. Salah satu jenis media sosial yang memuat berbagai informasi terutama dalam bentuk konten video ialah YouTube.

Kehadiran YouTube pada mulanya dirancang menjadi sebuah *platform* kencana *online* berbasis video. Tetapi kenyataannya, hal tersebut tidak dapat berjalan dengan baik. Pendiri YouTube berinisiasi untuk berjanji akan memberikan 20 dollar Amerika Serikat bagi siapa saja yang ingin mengunggah video bertema kencana *online* di *platform*nya. Hal tersebut pun belum dapat berjalan dengan baik, sehingga pendiri YouTube memberi kebebasan untuk mengunggah video apapun. Video pertama yang diunggah ialah video milik Jawed Karim (*CO-Founder* YouTube) berdurasi 19 detik dengan judul “*Me at the Zoo*” dan telah ditonton 340 juta kali per November 2024.

Dengan perubahan strategi yang terjadi, YouTube mengalami peningkatan yang pesat tiap tahunnya. Saat ini YouTube menduduki posisi sebagai *platform* berbagi video terbesar di dunia dan juga menduduki peringkat keempat sebagai negara dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia. Jumlah pengguna YouTube

di Indonesia mencapai 139 juta pengguna per Oktober 2023 berdasarkan [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id).



**Gambar 1. 1** Grafik Negara dengan Jumlah Pengguna YouTube

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id) (2023)

Dengan popularitas yang dimiliki, YouTube telah menjadi media video *sharing* yang populer saat ini (Rizki et al., 2020). Menurut [kompasiana.com](http://kompasiana.com), YouTube telah menjadi media baru. Hal tersebut menjadikan *platform* ini sebagai *platform* media sosial dengan pengguna aktif terbanyak di Indonesia. Hal ini didukung oleh keunggulan yang dimiliki oleh YouTube sendiri yakni pengguna dapat mengatur kecepatan video yang diinginkan, terdapat *subtitle*, dapat di *download* dan dinikmati secara *offline*, durasi video lama, dan sebagainya



**Gambar 1. 2** Pengguna Aktif Bulanan *Platform* Media Sosial di Indonesia

Sumber: *website* Slice.co (2023)

Segmentasi konten pada YouTube terdiri dari berbagai jenis kegiatan, beberapa yang paling banyak diminati ialah konten video *Do It Yourself (DIY)*, *fashion*, edukasi, kesehatan, *product haul*, *podcast*, komedi, *review* film, vlog, mukbang atau video makanan, *challenge* atau *prank*, dan lainnya. Salah satu konten YouTube yang paling diminati ialah vlog. Vlog (Video Blog) menurut Michael Stragelove merupakan bentuk komunikasi digital yang terdiri dari video pribadi atau kelompok yang diunggah ke internet untuk ditonton orang lain.

Salah satu jenis konten vlog ialah *food vlog*. Konten *food vlog* sendiri merupakan konten yang berfokus pada dunia kuliner, seperti *review* makanan hingga penelusuran budaya kuliner dari berbagai daerah. Dengan hadirnya *food vlog*, diharapkan tidak hanya sebagai sarana hiburan namun juga sarana wawasan bagi penonton mengenai berbagai rasa, teknik memasak, dan tradisi kuliner dari berbagai belahan dunia. Melalui konten video yang dibuat, *food vlogger* dapat

mengajak audiens lebih mengenal dan menghargai kekayaan kuliner lokal maupun internasional. Selain isi dari konten video yang dibagikan, fitur interaktif yang tersedia di YouTube seperti komentar, *like*, dan *share* dapat mendukung terbentuknya komunitas penggemar kuliner yang berdiskusi dan berbagai pengalaman seputar makanan.

Pencetus hadirnya *food vlog* di Indonesia salah satunya ialah Bondan Winarno. Bondan sendiri mengawali karirnya di dunia kuliner sejak tahun 2005 menjadi pembawa acara legendaris Wisata Kuliner dengan jargonnya “Pokoke Maknyus”. Seiring perkembangan zaman, konten *food vlog* masuk ke YouTube dengan tampilan yang lebih menarik perhatian penonton. Salah satu *food vlogger* YouTube yang cukup dikenal di Indonesia ialah Ria SW.

Alasan bagi peneliti memilih Ria SW sebagai subjek dari penelitian ini ialah karena ingin menyorot besarnya jumlah penonton pada konten video *food vlog*. Ria SW termasuk dalam kategori *food vlogger* yang hampir di setiap videonya menembus angka satu juta penonton. Hal ini membuktikan bahwa konten video yang dibuat oleh Ria SW berhasil menarik perhatian penonton, ditambah dengan jumlah *viewers* yang dapat dikatakan stabil.

Tabel 1. 1 Perbandingan *Food Vlogger*

No.	Nama	Jumlah <i>Subscriber</i>	Judul Video	Jumlah <i>Like</i>	Jumlah <i>Komentar</i>	Jumlah <i>View</i>	Sumber
1.	Ria SW	4,46 juta <i>subscriber</i>	HELLO =)	137 ribu <i>likes</i>	20.017 komentar	1,6 juta <i>views</i>	<a href="https://youtu.be/o-dLuTI6VpU?si=1qiSjbBKZAcdroeJ">https://youtu.be/o-dLuTI6VpU?si=1qiSjbBKZAcdroeJ</a>
2.	Nex Carlos	5,08 juta <i>subscriber</i>	NGAJAK RIGEN MAKAN KATERING TAHANAN KPK!! <i>feat. @RIGENR AKELNAREAL</i>	32 ribu <i>likes</i>	1.345 komentar	1,9 juta <i>views</i>	<a href="https://youtu.be/lw7lgJL5Fy4?si=UjNUllhxo0Llqjxr">https://youtu.be/lw7lgJL5Fy4?si=UjNUllhxo0Llqjxr</a>
3.	Ken & Grat	2,96 juta <i>subscriber</i>	PONAKAN DEWI PERSIK JUALAN MIE LAUT PEDAS MENDEKSI, PUNYA UANG PUN HARUS NGANTRI DULU!!	8 ribu <i>likes</i>	299 komentar	468 ribu <i>views</i>	<a href="https://youtu.be/Nq_8ks7rFE?si=7h9fOmKbzln68CsG">https://youtu.be/Nq_8ks7rFE?si=7h9fOmKbzln68CsG</a>
4.	Farida Nurhan	5,14 juta <i>subscriber</i>	RAJANYA KIKIL LEGEND DI JEMBER!! SUDAH ADA SEBELUM BAPAK SOEKARNO JADI PRESIDEN 🔥	7,6 ribu <i>likes</i>	438 komentar	639 ribu <i>views</i>	<a href="https://youtu.be/gazVBKGR2tg?si=-IE8ifRkYBHHu1sly">https://youtu.be/gazVBKGR2tg?si=-IE8ifRkYBHHu1sly</a>
5.	Tanboy Kun	19,6 juta <i>subscriber</i>	GILA!! MAKAN MIE AYAM MADURA YANG RAMENYA MINTA AMPUN!!	44 ribu <i>likes</i>	1.564 komentar	2,6 juta <i>views</i>	<a href="https://youtu.be/YdVb5mRimiM?si=rFAX-tKgoYsEnqCd">https://youtu.be/YdVb5mRimiM?si=rFAX-tKgoYsEnqCd</a>

Sumber: youtube.com

Ria SW merupakan *food vlogger* dengan jumlah *subscriber* sebanyak 4,46 juta. Memulai karirnya dengan video *food vlog* pertama berjudul “Mukbang Sehat Shabu Shabu” yang diunggah pada tanggal 6 Agustus 2016. Memiliki ciri khas yang

*iconic* yaitu boneka bebeknya yang bernama “Curut” yang hampir ada di setiap konten videonya. Dengan pembawaan Ria SW yang santai, lucu, dan menyenangkan menjadi faktor bagi penggemar untuk selalu menonton konten video yang dibuat.



**Gambar 1.3** YouTube Channel Ria SW

Sumber: Kanal YouTube Ria SW

Salah satu video yang cukup mendapatkan perhatian yakni video berjudul "*HELLO=)*". Video tersebut bukan hanya menyajikan informasi seputar kuliner, tetapi juga merupakan titik balik seorang Ria SW yang telah hiatus dari media sosial terutama YouTube selama tujuh bulan. Video tersebut berhasil meraih penonton dengan jumlah 1,6 juta dan berhasil menduduki posisi keempat *trending* YouTube. Di dalam video tersebut, Ria SW mengajak audiensnya untuk mendengarkan ia bercerita tentang pengalamannya selama hiatus yang dibungkus dengan jalan-jalan dan tidak luput dari makanan.


Konten yang dihasilkan oleh Ria SW terutama *pasca* hiatus memberikan dampak yang cukup besar terhadap penggemar. Penantian bagi penggemar Ria SW selama tujuh bulan menunggu kembalinya Ria SW ke ranah media sosial tentunya memberikan kepuasan tersendiri. Kepuasan penggemar ini tidak hanya berhubungan dengan seberapa banyak informasi kuliner yang diperoleh, tetapi juga

dengan bagaimana cara Ria SW menyajikan konten yang lebih baik dari sebelumnya. Perubahan konten yang dihasilkan oleh Ria SW dapat dilihat dari segi pembawaan, pengambilan gambar, serta hasil editan video. Kepuasan penggemar inilah yang akan menghasilkan sikap loyalitas bagi penonton.



Dampak yang cukup besar dihasilkan oleh Ria SW dalam menarik perhatian para penonton tentunya tidak lepas dari peran keterlibatan *influencer* Ria SW sendiri. *Channel* YouTube Ria SW, yang berfokus pada konten *food vlog*, memiliki daya tarik yang kuat bagi audiens terutama di kalangan remaja dan dewasa. Dalam mengembangkan akun channelnya, Ria SW tidak hanya mengandalkan kualitas konten dan mengulas makanan semata, tetapi ia melibatkan elemen-elemen yang membangun kedekatan emosional dengan penontonya. Dalam konten video yang dibuat oleh Ria SW, selain mengulas tentang makanan, ia juga mengajak para penontonya untuk merasakan seperti hadir di dalam video tersebut. Hal ini terlihat dari beberapa konten videonya.


Tabel 1. 2 Cuplikan Keterlibatan Ria SW dan Audiens

No.	Judul Video	Tanggal	Dokumentasi, Komentar & Sumber
1.	HELLO =)	9/8/2024	 <p><b>Komentar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “OMG, ini satu2 nya video dari vlogger yg mana aku rela naikin kualitas gambarnya jadi yg paling tinggi” <a href="#">@hanifahani8134</a></li> <li>2. “kak ia, selama kakak hiatus aku udah ngelewatin sidang tugas akhir kak :”D ternyata aku bisa <i>survive</i> di</li> </ol>

No.	Judul Video	Tanggal	Dokumentasi, Komentar & Sumber
			<p>dunia perkuliahan ini kak huhu, video ini jadi kaya <i>rewards</i> buat aku!!!! makasih kak iaa (dan curut) &lt;33 i yellow youuuu soooooo much!” <a href="#">@mochijiwonchwi</a></p> <p><b>Sumber:</b>  <a href="https://youtu.be/o-dLuTI6VpU?si=hBhDdcV8dNrGW7SJ">https://youtu.be/o-dLuTI6VpU?si=hBhDdcV8dNrGW7SJ</a></p> <p>-</p>
2.	<p><i>MY BUCKE T LIST #1: THE LIFE OF VAN GOGH, PARIS</i></p>	16/8/2024	 <p><b>Komentar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “sumpah kak ia, dari sekian banyak vlog influencer ke paris, pasti rata rata highlight eiffel, shopping dan vibe perkotaan eropa. tapi setelah nonton vlog kak ia, aku jatuh cinta sama sisi lain paris, aku yg awalnyaaa ga berminat tentang apapun mengenai seni lukisan art dan lainnya, setelah nonton jadi tertarik dan mulai gali gali info tentang van gogh. kak ia sangat menginspirasi sekaliii, soon semoga bisa ke museum paris”  <a href="#">@atikseptini3111</a></li> <li>2. “NAH ini baru konten kreator yang gak asal ngonten. Dari awal sampai akhir bisa diterima dengan mudah semua informasi yang disampaikan meski banyak sisi cerita yang berat. Kak Ria juga bukan hanya mendeskripsikan rasa makanan dengan akurat tapi juga menyebutkan nama nama beberapa bahan dari makanan tersebut. <i>Storytelling</i> yang jelas dan menyenangkan. SELAMAT ATAS <i>COMEBACK</i>nya kak Ria. LUAR BIASA!” <a href="#">@nurulizza7283</a></li> </ol> <p><b>Sumber:</b>  <a href="https://youtu.be/CyU5aMY4BUA?si=AG2E3lwJ0FEyujOP">https://youtu.be/CyU5aMY4BUA?si=AG2E3lwJ0FEyujOP</a></p>



No.	Judul Video	Tanggal	Dokumentasi, Komentar & Sumber
3.	FRENCH STREET FOOD	23/9/2024	 <p>Makasih karena kalian selalu hadir di perjalanan hidup aku—</p> <p><b>Komentar:</b>  “Ketika diluar sana banyak para <i>vlogger</i> yang bertingkah melakukan hal-hal yang tak terpuji, bahkan sampai ada <i>vlogger</i> yang melakukan sesuatu mengatasnamakan <i>followers</i> untuk kepentingan dirinya sendiri Di <i>chanel</i> ini ada <i>vlogger</i> yang konsisten dengan jati dirinya yang luar biasa, terimakasih ya untuk semua video nya, dan terimakasih juga untuk jalan-jalan <i>online</i> nya Kamu main nya jauh, kita tau video kamu bermodal besar, maka dari itu kita mau ngucapin terimakasih yang sebesar-besarnya” <a href="#">@JuliMaroya11</a></p> <p><b>Sumber:</b>  <a href="https://youtu.be/pqkzDJPeDtI?si=40cg3uNxbJ5nAED">https://youtu.be/pqkzDJPeDtI?si=40cg3uNxbJ5nAED</a></p>
4.	MENGGILA DI SHANGHAI #01	27/9/2024	 <p>Ini aku coba kasih tau sebagai motivasi tak terduga kalian ketika mau ke Cina untuk cari uang banyak</p> <p><b>Komentar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “cuma disini mau baca <i>description</i> yg pjg lebar itu, iyaa bener ka! seakan2 ngobrol lsg sm kak ia, ntn video + baca <i>description</i> = <i>what a perfect!!</i> sehat2 kak ia dan ka <i>videographernya</i>, ikut trus ya klo ka ia syuting”  <a href="#">@lulucious9034</a></li> <li>2. “6:47 AKU??. NANGISS YAALLAH???, INI YANG AKU KANGENINNNNNNNN”  <a href="#">@rifacdevandhika.f.8994</a></li> </ol> <p><b>Sumber:</b>  <a href="https://youtu.be/Naqg3nWc9ew?si=QjwDhDHSoNr0ZVri">https://youtu.be/Naqg3nWc9ew?si=QjwDhDHSoNr0ZVri</a></p>

No.	Judul Video	Tanggal	Dokumentasi, Komentar & Sumber
5.	MENGGILA DI MANADO #01	22/10/2024	 <p><b>Komentar:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. “Ria, makasih udah eksplor Manado. Aku dulu tinggal disana 6 tahun, nonton video ini sampe meleleh air mata...Suka kopi gara-gara sering ngopi di rumah kopi Manado. Sekarang kayak udah banyak banget perubahannya. Makasih Ria udah ngobatin kangen sama Manado..” <a href="#">@annaberliana</a></li> <li>2. “nonton vlognya ka ia tuh bener2 se happy itu kyk tb2 ngerasa bersyukur, uda hampir 7 tahun ya berarti dari 2017 sampe 2024 nontonon ka ia terus dan ga bosen2, ka ia sehat2 terus ya dan bikin vlog terussss&lt;3” <a href="#">@OktariniEkaAnisi</a></li> </ol> <p><b>Sumber:</b>  <a href="https://youtu.be/tFbb67XL01w?si=3b1bOcAmfuN-ExgS">https://youtu.be/tFbb67XL01w?si=3b1bOcAmfuN-ExgS</a></p>

Sumber: Diolah Peneliti

Tidak hanya mengupayakan agar penonton merasa masuk ke dalam konten videonya, Ria SW juga mengupayakan agar penontonya dapat menyampaikan pesan kepadanya, agar komunikasi yang terjadi bukan hanya satu arah melainkan dua arah.



Gambar 1. 2 Description Box Video 'Muslim Snack Street in Beijing #7'

Sumber: Kanal YouTube Ria SW

Dengan beberapa usaha yang dilakukan Ria SW dalam menarik audiens, hal ini menimbulkan keterlibatan antara penonton dengan konten dan Ria SW. Penonton berusaha terlibat dengan berbagai cara seperti menyukai (*like*), mengomentari (*comment*), membagikan (*share*), dan berlangganan (*subscribe*) ke *channel* YouTube. Keterlibatan penonton ini dapat berpengaruh terhadap peningkatan loyalitas penonton, karena penonton akan lebih setia dan sering mengunjungi *channel* yang mereka sukai. Loyalitas penonton dapat dilihat dari seberapa sering seseorang untuk kembali menonton video, berlangganan, dan mengaktifkan notifikasi. Hal ini juga dapat dilihat melalui interaksi dengan konten secara berkelanjutan.

Pengaruh akan algoritma YouTube dapat mempengaruhi preferensi penonton. Penonton biasanya akan cenderung loyal kepada konten video yang secara konsisten muncul di beranda. Beberapa faktor pendukung juga dapat diterapkan seperti *thumbnail* dan judul dari konten video itu sendiri. Dari latar belakang yang telah diuraikan, peneliti memilih teori setiap variabel yang kiranya dapat membantu untuk menyelesaikan permasalahan.

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti lebih jauh mengenai konten video food vlog Ria SW pasca hiatus dengan judul **“Pengaruh Terpaan Konten YouTube dan Keterlibatan *Influencer* Terhadap Loyalitas Penonton (Studi Pada Penonton YouTube *Channel* Ria SW)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang di atas, maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh terpaan konten YouTube Ria SW terhadap tingkat loyalitas penonton?
2. Apakah ada pengaruh keterlibatan *influencer* Ria SW terhadap tingkat loyalitas penonton?
3. Apakah ada pengaruh antara terpaan konten YouTube dan keterlibatan *influencer* Ria SW terhadap tingkat loyalitas penonton?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terpaan konten YouTube terhadap tingkat loyalitas penonton.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh keterlibatan *influencer* terhadap tingkat loyalitas penonton.
3. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh terpaan konten YouTube dan keterlibatan *influencer* terhadap tingkat loyalitas penonton

## **1.4. Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Sebagai bahan masukan dalam pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya pada bidang komunikasi massa dan diharapkan dapat menjadi referensi dalam pembelajaran ilmu komunikasi terutama yang berkaitan dengan pengaruh konten di YouTube sebagai sarana informasi untuk penelitian serupa.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan pengetahuan mengenai konten video di YouTube sebagai sarana pemenuhan kebutuhan bagi setiap audiens yang membutuhkan hiburan dan informasi terkait kuliner dan tempat.

## DAFTAR PUSTAKA

- A, F. (n.d.). *Mengenal Pendiri Youtube, Platform Berbagi Video Terbesar di Dunia*. Retrieved from gamedia.com: <https://www.gamedia.com/literasi/pendiri-youtube/>
- Aan Putra, M. A. (2020). Systematic Literature Review: Media Video Blog (Vlog) pada Pembelajaran . *Alauddin Journal of Mathematics Education* .
- Aflah Hanif Hariadi, A. E. (2023). PENGARUH SELF-CONGRUITY DAN CELEBRITY ATTACHMENT PENONTON . *Ekonomi dan Bisnis: Berkala Publikasi, Gagasan Konseptual, Hasil Penelitian, Kajian, dan Terapan Teori* .
- Akbardwi. (2021, September 27). *Pengertian Loyalitas Menurut Para Ahli*. Retrieved from pelajar.net: <https://pelajar.net/pengertian-loyalitas/>
- Annas Sumeru, A. A. (2022). GAMBARAN PERILAKU MAKAN PADA PENONTON FOOD VLOG (VIDEO BLOG) YANG MENGALAMI BERAT BADAN BERLEBIH. *Jurnal Keperawatan Silampari* .
- Annur, C. M. (2023, Februari 28). *10 Negara dengan Jumlah Pengguna YouTube Terbanyak di Dunia (Januari 2023)*. Retrieved from <https://databoks.katadata.co.id/https://databoks.katadata.co.id/media/statistik/e1446eb16142f58/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>
- Arifa, S. N. (2023, November 22). *Bondan “Maknyus” Winarno, Bapak Food Vlogger Indonesia*. Retrieved from [validnews.id: https://validnews.id/kultura/bondan-maknyus-winarno-bapak-food-vlogger-indonesia](https://validnews.id/validnews.id/kultura/bondan-maknyus-winarno-bapak-food-vlogger-indonesia)
- Arifin, R. D. (2024, Maret 4). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. Retrieved from [dianisa.com: https://dianisa.com/pengertian-youtube/](https://dianisa.com/pengertian-youtube/)
- Astari Clara Sari, R. H. (n.d.). KOMUNIKASI DAN MEDIA SOSIAL .
- Bella Mukalafitri, M. F. (2023). Pengaruh Brand Activation CGV Cinemas Melalui Instagram Terhadap Loyalitas Penonton Bioskop Di Masa Pandemi. *Inter Script: Journal of Creative Communication*.
- Dini Safitri, I. R. (2023). PERAN FOOD VLOGGER TASYI ATHASYIA DALAM MEMPENGARUHI KEPUTUSAN KONSUMEN PADA PEMBELIAN PRODUK MAKANAN . *Jurnal Nomosleca*.
- Diyatma, A. J. (n.d.). PENGARUH PROMOSI MELALUI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN PRODUK SAKA BISTRO & BAR . *e-Proceeding of Management*.

- Dr. Edison Bonar Tua Hutapea, M. S. (2020). *KOMUNIKASI POLITIK*. Depok.
- Dr. I Wayan Widana, S. M. (2020). *UJI PERSYARATAN ANALISIS*. Pontianak: KLIK MEDIA .
- Egi Sokia Kiagun, G. W. (2023). PENGARUH KONTEN FOOD VLOGGER CHANNEL YOUTUBE FARIDA . *Jurnal Ekonomi Kreatif dan Manajemen Bisnis Digital* .
- Eribka Ruthellia David, M. S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu . *e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 1*.
- Fanuelle, D. (2022, September 6). *5 Keunggulan YouTube sebagai Media Baru*. Retrieved from kompasiana.com:  
<https://www.kompasiana.com/elle7715/63152f16f4f4be40e30415396/5-keunggulan-youtube-sebagai-media-baru?page=all#section2>
- Hakim, L. (2024, April 1). *Data Kuantitatif Adalah: Pengertian, Teknik Pengumpulan dan Contoh*. Retrieved from deepublishstore.com:  
<https://deepublishstore.com/blog/data-kuantitatif-adalah/>
- Handayani, C. (n.d.). Pengaruh Host Dan Pengemasan Program Terhadap Minat Nonton : Studi Kasus Dedy Mahendra Desta Sebagai Host Dan Pengemasan Program Net Tv Terhadap Minat Nonton "Tonight Show" . *JURIHUM : Jurnal Inovasi dan Humaniora* .
- Hasna, S. (2022). Selebriti dan Fandom di Era Media Sosial: Fenomena Selebgram. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial* .
- Hesti Lena Br Tampubolon, M. J. (n.d.). PENGARUH TERPAAN KONTEN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP KARAKTER PRIBADI REMAJA SMAN 5 BATAM. *Scientia Journal: Jurnal Ilmiah Mahasiswa*.
- Islaseviya Maharani, R. M. (2023). PENGARUH KONTEN VIDEO REVIEW LAKSA DI CHANNEL YOUTUBE GOYANG LEPER TERHADAP MINAT WISATAWAN MENIKMATI LAKSA TANGERANG BANG JANGKUNG. *Journal of Tourism wisataMuh*.
- Ismi, A. (2024, September 30). *31+ Jenis Konten Youtube yang Paling Banyak Diminati Penonton*. Retrieved from upgraded.id:  
<https://upgraded.id/konten-youtube-yang-paling-banyak-diminati>
- Jaya, S. (2020). Pengaruh Ukuran Perusahaan (Firm Size) dan Profitabilitas (ROA) Terhadap Nilai Perusahaan (Firm Value) Pada Perusahaan Sub Sektor Property dan Real Estate di Bursa Efek Indonesia (BEI). *Jurnal Manajemen Motivasi* .
- Kamil Anshori, S. B. (2024). Pengaruh Konten, Terpaan Media dan Kredibilitas Akun Instagram @tempodotco terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Politik Followers. *Filosofi: Publikasi Ilmu Komunikasi*,

*Desain, Seni Budaya.*

- Kurnia Hayuning Budhi, A. P. (2021). PENGARUH TERPAAN KONTEN AKUN INSTAGRAM @RINTIKSEDU TERHADAP MINAT MENDENGARKAN PODCAST RINTIK SEDU . *Jurnal The Source*.
- Lesmono, R. (2024, Mei 2). *Telusuri Pandangan Para Ahli Mengenai Definisi Skala Likert*. Retrieved from redasamudera.id: <https://redasamudera.id/definisi-skala-likert-menurut-para-ahli/>
- literasiguru. (2024, Mei 3). *Pengertian Observasi Menurut Para Ahli*. Retrieved from literasiguru.com: <https://literasiguru.com/pengertian-observasi-menurut-para-ahli/>
- Liyana Mohd Ramly, M. A. (2021). Selebriti dan Pemasaran Digital: Kepentingan Penglibatan Selebriti di Laman Media Sosial Instagram . *Malaysian Journal of Social Sciences and Humanities (MJSSH)*.
- Marisa Mutie Pratiwi, F. A. (2023). TERPAAN MEDIA DI INSTAGRAM TERHADAP BRAND IMAGE PADA FOLLOWERS AKUN INSTAGRAM @MENANTEA.TOKO. *Ekspresi dan Persepsi : Jurnal Ilmu Komunikasi*.
- Muchlis, F. (2022). KETERGANTUNGAN NEW MEDIA PADA MASYARAKAT ACEH (DEPEDENCY THEORY). *Jurnal Sosiologi Dialektika Sosial*.
- Nandy. (n.d.). *Apa Itu Influencer? Pengertian, Jenis, dan Pengaruhnya Terhadap Bisnis*. Retrieved from <https://www.gamedia.com/>: <https://www.gamedia.com/literasi/influencer/>
- Natalia Pratiwi, S. D. (2022). PENGARUH KONTEN FOOD VLOG DI AKUN YOUTUBE RIA SW TERHADAP . *Jurnal Komunikatio ISSN 2442-3882 Volume 8 Nomor 1*.
- Nugie Gustian, A. S. (2024). garuh Loyalitas Fanbase Alwi Assegaf terhadap Sikap Menonton Sinetron Raden Kian Santang di MNCTV (Survei pada Akun Istagram @fsaai\_official) . *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* .
- Patricia, D. (2024). Pengaruh Host Program Dan Kualitas Penyiaran Terhadap Loyalitas Penonton: Studi Kasus Andy Noya Sebagai Host Program Tv “Kick Andy”. *JURIHUM : Jurnal Inovasi dan Humaniora*.
- Populasi dan Sampel Penelitian (Pengertian, Proses, Teknik Pengambilan dan Rumus)*. (2022, Desember 29). Retrieved from [kajianpustaka.com: https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html](https://www.kajianpustaka.com/2020/11/populasi-dan-sampel-penelitian.html)
- Sadasri, L. M. (2017). SELEBRITI MIKRO DI MEDIA BARU KAJIAN



## PRESENTASI DIRI DALAM VLOG SELEBRITI MIKRO.

- Salmaa. (2022, April 19). *Definisi Operasional: Ciri, Contoh, Cara Menyusunnya*. Retrieved from [penerbitdeepublish.com: https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/](https://penerbitdeepublish.com/definisi-operasional/)
- Sarwesti. (2023). KETERGANTUNGAN INDIVIDU TERHADAP MEDIA DAN PERILAKU “PHUBBING” PADA INTERAKSI TATAP MUKA . *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO : Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Sosial dan Informasi* .
- Sindi Larasati, A. G. (n.d.). Pengaruh Motivasi Kerja terhadap Kinerja Karyawan Wilayah Telkom Jabar Barat Utara (Witel Bekasi). *Jurnal Manajemen dan Organisasi*.
- Sudarmawan, W. (n.d.). Analisis Pengaruh Loyalitas Pengguna Media Streaming dengan Teori Repeat Patronage. *Jurnal Komunikasi*.
- Sunarsi, D. (2020). PENGARUH LINGKUNGAN KERJA TERHADAP KINERJA KARYAWAN PADA PT. MENTARI PERSADA DI JAKARTA. *Seminar Nasional Manajemen, Ekonomi dan Akuntansi Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNP Kediri* .
- Yanuba Nurmalingda, D. P. (2022). PENGARUH INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA PEMBERITAAN COVID 19 TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA (STUDI KASUS MAHASISWA UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA) . *Jurnal Common*