

**PENGARUH KONTEN YOUTUBE “DIARY MISTERI SARA”
TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN
MISTIS
(Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)**

SKRIPSI



Nama : Milan Cahya Irnandoputra
NIM : 1771501382
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

**PENGARUH KONTEN YOUTUBE “DIARY MISTERI SARA”
TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN
MISTIS
(Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)**



SKRIPSI

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.kom)

Nama : Milan Cahya Irnandoputra
NIM : 1771501382
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : *Broadcast Journalism*

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDI LUHUR
JAKARTA
2021**

PERNYATAAN ORISINALITAS

Tugas Akhir ini adalah hasil karya saya sendiri, dan semua sumber baik yang dikutip, maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar.

Nama : MILAN CAHYA IRNANDOPUTRA

NIM : 1771501382

Tanda Tangan :



Tanggal : 20 Januari 2022

**HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS
AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI**

Sebagai civitas akademis Universitas Budi Luhur, saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Milan Cahya Irnandoputra
NIM : 1771501382
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Konsentrasi : Broadcast Journalism
Jenis Tugas Akhir : Skripsi

Menyatakan, demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui dan memberikan kepada Universitas Budi Luhur Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusice Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul: **“Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)”** beserta perangkat lainnya (dalam bentuk *hard copy* dan *soft copy*).

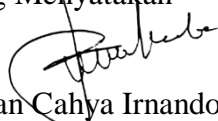
Dengan Hak Bebas Royalti Non-eksklusif ini Universitas Budi Luhur berhak menyimpan, mengalih medikan/dalam format lain, mengelola dalam bentuk pangkalan data (database), merawat, dan mempublikasikan Tugas Akhir saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Dibuat di: Jakarta

Pada Tanggal: ..20-01- 2022

Yang Menyatakan


(Milan Cahya Irnandoputra)

LEMBAR PERSETUJUAN

Setelah dilakukan bimbingan, maka Skripsi dengan Judul **“Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)”** yang diajukan oleh **Milan Cahya Irnandoputra - 1771501382** disetujui dan siap untuk di pertanggung jawabkan di hadapan Penguji pada saat Sidang Skripsi Strata Satu (S-1), Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Budi Luhur.

Dosen Pembimbing,

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Afrina Sari', with a stylized flourish at the end.

Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si



LEMBAR PENGESAHAN

Nama	: Milan Cahya Imandoputra
Nomor Induk Mahasiswa	: 1771501382
Program Studi	: Ilmu Komunikasi
Bidang Peminatan	: Jurnalistik Penyiaran
Jenjang Studi	: Strata 1
Judul	: PENGARUH KONTEN YOUTUBE DIARY MISTERI SARA TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN MISTIS (STUDI KASUS PADA FOLLOWERS AKTIF INSTAGRAM DIARY MISTERI SARA)



Laporan Tugas Akhir ini telah disetujui, disahkan dan direkam secara elektronik sehingga tidak memerlukan tanda tangan tim penguji.

Jakarta, Kamis 03 Februari 2022

Tim Penguji:

Ketua	: Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si
Anggota	: Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si
Pembimbing	: Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
Ketua Program Studi	: Bintarto Wicaksono, S.P.T, M.Sn

ABSTRAK

PENGARUH KONTEN YOUTUBE “DIARY MISTERI SARA” TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN MISTIS (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)

Ketertarikan individu yang tinggi terhadap penggunaan internet menjadikan masyarakat tidak lepas dari terpaan new media. Youtube salah satunya, media sosial yang memang sudah menjadi situs berbagi video yang sangat populer di dunia hingga saat ini menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbagi atau menonton video. YouTube menggunakan istilah subscriber (pelanggan) kepada setiap orang yang ingin melihat lebih banyak maupun berlangganan. Semakin banyak subscriber maka semakin banyak pula viewer (penonton) yang akan menonton video tersebut. Salah satu youtuber Indonesia dengan konten misteri/horor adalah “Sara Wijayanto” dengan nama program “Diary Misteri Sara”. Sebagai sebuah channel youtube yang mempunyai konten horor dalam program “Diary Misteri Sara”, Sara Wijayanto sering melakukan penelusuran di tempat – tempat yang tidak biasa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seperti apa konten youtube tersebut, seperti apa opini masyarakat dan bagaimana pengaruh konten youtube tersebut terhadap opini masyarakat. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan jenis penelitian metode kuantitatif deskriptif. Penelitian ini menggunakan teori S-O-R. Proses pengumpulan data menggunakan metode survei eksplanatif asosiatif berupa kuesioner berjenis Google Forms dengan cara menyebarkannya melalui direct message atau pesan yang disebar di instagram. Teknik sampling yang digunakan yaitu teknik Simple Random Sampling atau sampel random sederhana dengan keseluruhan responden berjumlah 100 orang. Hasil dari penelitian ini adalah hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa pengaruh konten youtube Diary Misteri Sara dengan dimensi kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang komunikator (kemampuan menjadi teladan), isi Konten menarik perhatian, Isi Konten dapat dimengerti, isi Konten dapat diterima berpengaruh signifikan terhadap opini masyarakat tentang konten mistis. Hasil yang diperoleh H_a diterima dan H_0 ditolak yang artinya bahwa adanya pengaruh yang signifikan terhadap opini masyarakat tentang konten mistis, hal ini dapat dibuktikan dari hasil uji korelasi antara kedua variabel berjumlah 0,775. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kuatnya hubungan variabel pengaruh konten youtube Diary Misteri Sara (X) terhadap opini masyarakat tentang konten mistis (Y) bernilai kuat, karena nilai korelasi tersebut berada pada interval koefisien antara 0,60 – 0,799.

Kata Kunci: *Konten, Youtube, Opini Masyarakat*

ABSTRACT

INFLUENCE OF YOUTUBE CONTENT “DIARY MYSTERY SARA” ON PUBLIC OPINION ABOUT MYSTIC CONTENT

(Case Study on Followers Active of the Instagram Account Diary Misteri Sara)

High individual interest in the use of the internet makes the public can not be separated from the exposure of new media. Youtube is one of them, social media which has become a video sharing site that is very popular in the world until now became the main choice of people in sharing or watching videos. YouTube uses the term subscriber to everyone who wants to see more or subscribe. The more subscribers, the more viewers (viewers) will watch the video. One of the Indonesian YouTubers with mystery / horror content is "Sara Wijayanto" with the program name "Diary Misteri Sara". As a Youtube channel that has horror content in the program " Diary Misteri Sara", Sara Wijayanto often searches in unusual places. This research aims to find out what youtube content looks like, what public opinion looks like and how the influence of youtube content on public opinion. The research methods used are quantitative with descriptive types of quantitative method research. This study uses the S-O-R theory. The process of collecting data using associative explanatory survey methods in the form of Google Forms type questionnaires by spreading it through direct messages or messages disseminated on Instagram. The sampling technique used is a simple random sampling technique or a simple random sample with a total of 100 respondents. The results of this study are the results of hypothesis tests showing that the influence of Sara's Mystery Diary youtube content with the dimensions of credibility, attractiveness, power of a communicator (ability to be an example), content attracting attention, Content is understandable, content can be accepted to have a significant effect on public opinion about mystical content. The results obtained by H_a were accepted and H_0 was rejected which means that there is a significant influence on public opinion about mystical content, this can be proven from the results of the correlation test between the two variables amounting to 0.775. The value shows that the strong relationship of variables in the influence of Sara's Mystery Diary (X) on public opinion about mystical content (Y) is of strong value, because the correlation value is at the coefficient interval between 0.60 - 0.799.

Keywords: Content, Youtube, Public Opinion

KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti sampaikan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan kasih sayang dan karunia-Nya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penelitian tugas akhir dengan judul **“PENGARUH KONTEN YOUTUBE “DIARY MISTERI SARA” TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN MISTIS”** guna memenuhi salah satu syarat untuk meraih gelar sarjana S1 (Strata Satu) pada program studi Ilmu Komunikasi dengan peminatan *Broadcast Journalism* di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.

Ucapan terimakasih yang tiada tara untuk kedua orang tua peneliti, yaitu Bapak M. Ledi Irnando dan Ibu Rinny Meidiyustiani yang telah menjadi orang tua terhebat dan adik tersayang Ferrari Putri Permata Irnando yang selalu memberikan motivasi, nasehat, dan kasih sayang serta doanya sehingga peneliti dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir ini dengan baik. Dalam laporan skripsi ini, peneliti juga mendapatkan banyak bantuan dan bimbingan dari Dosen Pembimbing Dr. Afrina Sari, S. Sos, M.Si, yang telah membimbing peneliti dengan baik dan penuh kesabaran.

Peneliti juga ingin menyampaikan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan bantuan, bimbingan dan pengarahan dalam menyelesaikan penyusunan penulisan penelitian tugas akhir ini, terutama kepada yang terhormat:

1. Dr. Ir. Wendi Usino, M.Sc, MM, selaku Rektor Universitas Budi Luhur.
2. Dr. Nawiroh Vera, S. Sos, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
3. Dr. Umaimah Wahid, M.Si, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
4. Bintarto Wicaksono, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
5. Doddy Wihardi, M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Komunikasi Pariwisata.
6. Benny Muhdaliha, M.Sn, selaku Ketua Program Studi Desain Komunikasi Visual.

7. Rini Lestari, M.I.Kom, selaku Kepala Sekretariat Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur.
8. Amin Aminudin, M.I.Kom., selaku Sekretaris Program Studi Magister Ilmu Komunikasi.
9. Haronas Kutanto, S.PT., M.I.Kom, selaku Kepala Konsentrasi Broadcast Journalism Universitas Budi Luhur.
10. Muhammad Iqbal Naufal, S.Ikom, selaku Dosen Penasehat Akademik.
11. Dosen – dosen Universitas Budi Luhur, khususnya dosen – dosen Fakultas Ilmu Komunikasi. Terima kasih atas ilmu yang sangat bermanfaat.
12. Terima kasih kepada seluruh teman-teman Universitas Budi Luhur, Imelda Savira, Faiz Alfarizi, Nanda Syafrianti, Deva Sonia, Bagus Prasetyo Aji, Aditya Mahadika, Yahrani Safitri, Yoga, Parbel Family yang selalu menyemangati peneliti.
13. Dan kepada seluruh pihak yang membantu menyusun tugas akhir ini karena peneliti tidak dapat menyebutkan satu persatu. Akhir kata semoga Tugas Akhir ini dapat memberikan manfaat kepada para pembaca. Peneliti menyadari bahwa Tugas Akhir ini masih jauh dari kesempurnaan baik dari bentuk penyusunan maupun materinya. Kritik dan saran yang membangun dari pembaca sangat peneliti harapkan untuk penyempurnaan Tugas Akhir ini.

Jakarta, 20 Januari 2022

Peneliti



Milan Cahya Irnandoputra

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMISI	iv
LEMBAR PERSETUJUAN	v
LEMBAR PENGESAHAN.....	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
1.4.1 Aspek Teoritis.....	10
1.4.2 Aspek Praktis	10
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	11
2.1 Kajian Penelitian Terdahulu.....	11
2.1.1 Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis	11
2.1.2 Persepsi Mengenai Tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”	11
2.1.3 Pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja	12
2.2 Kerangka Teoritis	17
2.2.1. Teori SOR.....	17
2.3 Kerangka Definisi Variabel	20
2.3.1. Variabel X.....	20
2.3.2 Variabel Y.....	30
2.3.2.1 Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis.....	30
2.3 Hipotesis	33

2.4 Kerangka Pemikiran	35
BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN	36
3.1 Paradigma Penelitian	36
3.2 Pendekatan Penelitian	37
3.3 Metode Penelitian	38
3.4 Subjek dan Objek Penelitian	40
3.4.1 Objek Penelitian	40
3.4.2 Subjek Penelitian	40
3.5 Populasi Dan Sampel	41
3.5.1 Populasi	41
3.5.2 Sampel	42
3.6 Operasional Variabel	45
3.6.1 Variabel Bebas (X)	45
3.6.2 Variabel Terikat (Y)	46
3.7 Uji Statistik	48
3.7.1 Skala Likert	48
3.7.2 Pengujian Korelasi	49
3.7.3 Analisis Regresi	51
3.7.4 Uji Anova (Uji F)	52
3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)	53
3.8 Teknik Pengumpulan Data	53
3.8.1 Data Primer	53
3.8.2 Data Sekunder	54
3.9 Teknik Analisis Data	55
3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian	57
3.11 Validitas dan Reabilitas	58
3.11.1 Validitas	58
3.11.2 Reliabilitas	63
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	65
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian	65
4.2 Hasil Penelitian	66
4.2.1. Karakteristik Responden	66

4.2.2. Analisa Frekuensi Pernyataan Variabel (X) dan Variabel (Y)	68
4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif	78
4.2.4 Analisis Statistik Inferensial	83
4.2.5 Hasil Uji Korelasi	83
4.2.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	85
4.2.7 Hasil Uji Anova (Uji F)	86
4.3. Pembahasan	87
4.3.1 Pembahasan Frekuensi Karakteristik Responden	89
4.3.2 Pembahasan Distribusi Frekuensi Variabel X (Konten Youtube Diary Mystery Sara) dan Variabel Y (Opini Masyarakat tentang konten mistis)	89
4.3.3. Pembahasan Uji Korelasi dan Regresi	90
4.3.4. Pembahasan Keterkaitan Antara Hasil Penelitian Dengan Teori S-O-R	91
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	93
5.1 Kesimpulan	93
5.2 Saran	94
5.2.1 Saran Teoritis	94
5.2.2 Saran Praktis	94
DAFTAR PUSTAKA	95

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Data <i>Subscriber</i> Youtuber Konten Misteri/Horor.....	6
Tabel 2.1 Tinjauan Perbandingan Penelitian Terdahulu	12
Tabel 3.1 Operasional Variabel X Dan Y	46
Tabel 3.2 Skala Likert	49
Tabel 3.3 Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi Koefisien Korelasi.....	50
Tabel 3.4 Hasil SPSS Uji Validitas Kuesioner Variabel X.....	59
Tabel 3.5 Kesimpulan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X.....	60
Tabel 3.6 Hasil SPSS Uji Validitas Kuesioner Variabel Y.....	61
Tabel 3.7 Kesimpulan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y.....	62
Tabel 3.8 <i>Interval Cronbach's Alpha</i>	63
Tabel 3.9 Kesimpulan Hasil Spps Uji Reliabilitas Variabel X Konten Youtube Diary Misteri Sara Dan Variabel Y Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis	63
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan.....	67
Tabel 4.2 Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya	68
Tabel 4.3 Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural.....	69
Tabel 4.4 Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi	69
Tabel 4.5 Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton.....	70
Tabel 4.6 Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis.....	70
Tabel 4.7 Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus	71
Tabel 4.8 Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda.....	71
Tabel 4.9 Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata.....	72

Tabel 4.10 Komunikasi bersifat dua arah bahasa yang digunakan mudah dipahami.....	72
Tabel 4.11 Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis	73
Tabel 4.12 Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain	74
Tabel 4.13 Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat	74
Tabel 4.14 Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis.....	75
Tabel 4.15 Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai	75
Tabel 4.16 Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang atau masyarakat	76
Tabel 4.17 Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami.....	76
Tabel 4.18 Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat	77
Tabel 4.19 Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat.....	77
Tabel 4.20 Pedoman Interpretasi Jumlah Skor Jawaban Responden	78
Tabel 4.21 Nilai Mean Variabel X (Konten Youtube Diary Misteri Sara)	79
Tabel 4.22 Total Skor Variabel X (Konten Youtube Diary Misteri Sara)	80
Tabel 4.23 Nilai Mean Variabel Y (Opini Masyarakat tentang Konten Mistis) ..	81
Tabel 4.24 Total Skor Variabel Y (Opini Masyarakat tentang Konten Mistis) ...	82
Tabel 4.25 Koefisien Korelasi	83
Tabel 4.26 Hasil Uji Korelasi	84
Tabel 4.27 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana	85
Tabel 4.28 Hasil Uji Anova.....	86
Tabel 4.29 Persamaan Regresi Linier	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Infografis Internet dan Media Sosial Indonesia 2021	2
Gambar 1.2 Infografis Data Pengguna Sosial Media Indonesia 2021	3
Gambar 2.1 Teori S-O-R.....	17
Gambar 2.2 Logo YouTube.....	21
Gambar 2.3 Model Penelitian	34
Gambar 2.4 Alur Kerangka Pemikiran	35
Gambar 3.1 Channel Youtube Diary Misteri Sara.....	42
Gambar 4.1 Jumlah Followers diarymisterisara pada 13 Oktober 2021	65

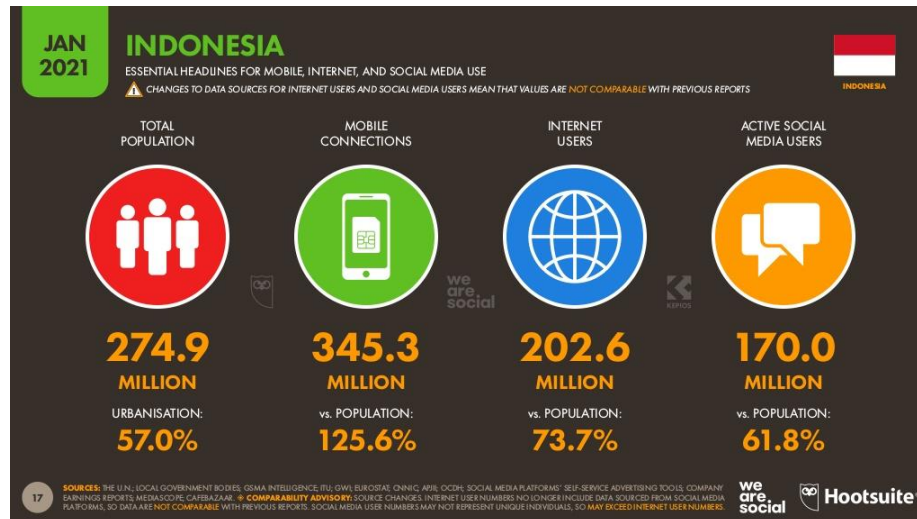
BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Komunikasi merupakan suatu proses pertukaran informasi yang terjadi setiap harinya antarindividu, komunikasi juga dapat dilakukan dengan menggunakan media atau yang lebih dikenal dengan komunikasi massa. Komunikasi menggunakan media ini diterapkan berdasarkan keberadaan teknologi, dari segi penyebarannya hingga dapat diakses dan sampai kepada audiens. Proses sampainya informasi kepada audiens bergantung kepada media yang terus berkembang, sehingga kini media ini lebih dikenal dengan media lama (*old media*) dan media baru (*new media*). komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya menjadi lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran Youtube. (David, 2017)

Menurut Putri (2019) Kehadiran media baru merupakan salah satu penanda determinasi dari perkembangan teknologi dan internet di tengah kehidupan manusia. Berkembangnya teknologi komunikasi dan informasi dengan pesat membuat hampir semua orang di dunia bergantung dengan media baru yang ada. Beberapa media umum yang dianggap sebagai *new media* adalah internet, dengan berbagai situs didalamnya seperti, situs, blog, e-mail, situs jejaring sosial atau media sosial, game online, situs berbagi video, koran online, dan *e-books*. Media sosial merupakan hasil dari perkembangan teknologi komunikasi informasi yang saat ini memberi kemudahan untuk menjalani kehidupan bersosial. Adapun contoh media sosial saat ini seperti YouTube, Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, Snapchat, blog, dan masih banyak lagi yang lain. Media sosial tersebut tersebar dengan berbagai jenis konten dalam bentuk tulisan, gambar, video, serta audio.

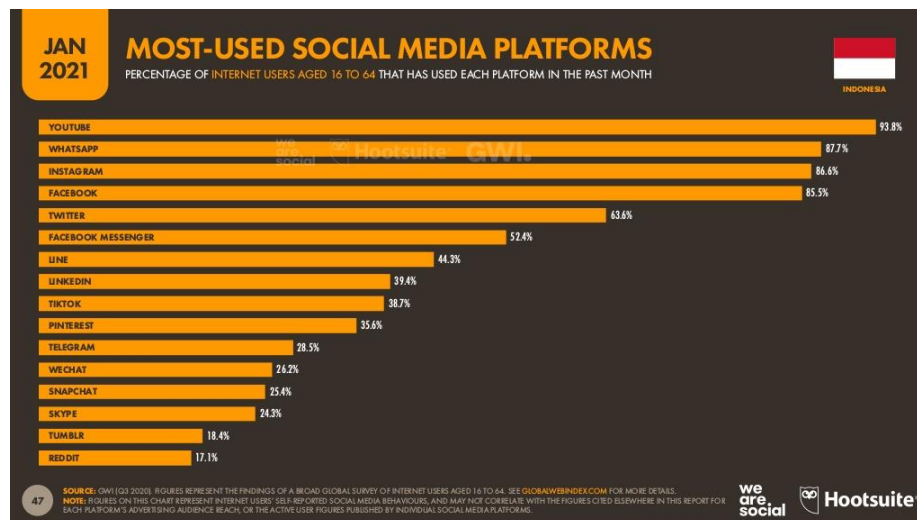


Gambar 1.1: Infografis Pengguna Internet dan Media Sosial Indonesia 2021

Sumber: wearesocialmedia.com

Berdasarkan infografis di atas dapat dilihat perkembangan pengguna internet dan media sosial di Indonesia pada tahun 2021. Jumlah pengguna aktif media sosial sebanyak 170 juta pengguna dengan kenaikan 2,8% dari tahun 2020. Jumlah pengguna media sosial ini mencapai 61,8% dari jumlah total penduduk di Indonesia dengan pengguna internetnya mencapai 170 juta. Hal ini dapat terjadi akibat media sosial yang terus berkembang seiring berjalannya waktu. Kebutuhan mengenai informasi dalam era globalisasi juga mendorong masyarakat untuk menggunakan Internet, serta gaya hidup pada masyarakat modern menjadi faktor pendukungnya juga.

Ketertarikan individu yang tinggi terhadap penggunaan internet menjadikan masyarakat tidak lepas dari terpaan new media. Youtube salah satunya, Youtube yang memang sudah menjadi situs berbagi video yang sangat populer di dunia hingga saat ini menjadi pilihan utama masyarakat dalam berbagi atau menonton video (Putri, 2019).



Gambar 1.2: Data Pengguna Sosial Media Indonesia 2021

Sumber: wearesocialmedia.com

Infografis tersebut menggambarkan berbagai media sosial yang aktif digunakan oleh usia 16-64 tahun. YouTube menjadi media sosial yang paling aktif digunakan dengan perolehan persentase 93,8% dari 170 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia dengan usia 16-64 tahun. Hal yang membuat YouTube menjadi salah satu media sosial yang paling banyak dicari yaitu karena YouTube memberikan berbagai informasi dan hiburan kepada setiap penggunanya dalam bentuk video. Urutan pencarian website terbanyak di Indonesia tahun 2021 berdasarkan *wearesocialmedia.com*.

Menurut Aria (2017: 3) menyatakan bahwa banyak alasan kenapa orang lebih suka melihat youtube daripada Televisi (TV). Penonton Youtube bebas memilih tema tayangan yang ada di youtube baik itu hiburan ataupun edukasi, misalnya melihat hiburan seperti musik, film, komedi dan lain-lain dan tema edukasi seperti *tutorial-tutorial* yang ada di Youtube. Selain itu juga bisa melihat tayangan informasi seperti *review* mobil dan gadget. Bahkan banyak Stasiun Televisi yang menayangkan acara Televisi mereka di Youtube.

Fitur-fitur yang tersedia di Youtube juga sangat menarik. Ada fitur yang tidak dimiliki TV yaitu interaktif. Penonton bisa memberikan komentar pada tayangan dan yang mengupload bisa membalasnya. Pengguna (*user*) dapat melihat tayangan di youtube kapan saja dan dimana saja asalkan ada komputer, *smarthphone*, tablet dan jaringan internet. Baru-baru ini youtube menyediakan fitur

baru yakni *live streaming*. Fenomena youtube ini juga memunculkan pekerjaan-pekerjaan baru seperti yang biasa disebut *youtuber*. *Youtuber* adalah orang yang membuat konten yang kemudian ditayangkan di youtube. Saking besarnya fenomena ini muncul cita-cita baru di dunia anak-anak yaitu sebagai *youtuber* (Aria, 2017: 3).

YouTube merupakan sebuah aplikasi media sosial yang dapat diakses dengan jaringan internet untuk berbagi video yang memungkinkan pengguna mengambil dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial lainnya. YouTube juga menghadirkan fitur baru yaitu *story*. YouTube menggunakan istilah *subscriber* (pelanggan) kepada setiap orang yang ingin melihat lebih banyak maupun berlangganan atau mengikuti akun YouTube orang lain. Semakin banyak *subscriber* maka semakin banyak pula *viewer* (penonton) yang akan menonton video tersebut (Elvani, 2020: 3).

Kata *YouTuber* merupakan sebuah istilah yang diberikan kepada setiap pengguna YouTube yang aktif mengunggah video ke akun YouTube-nya. Salah satu hal yang membuat banyak orang kini beralih ke YouTube ialah dimana YouTube tidak memberikan batasan dalam proses pengunggahan kepada setiap pengguna, sehingga setiap orang bebas untuk mengekspresikan diri dan menuangkan berbagai ide melalui video yang diunggah. Ketika *YouTuber* hendak mengunggah video akan diberikan pilihan “monetize” atau memonetisasi video yang mengartikan *YouTuber* tersebut mengizinkan YouTube untuk menempatkan iklan dalam video tersebut. Sebagai timbal baliknya, *YouTuber* tersebut akan mendapatkan hasil dari iklan tersebut dengan pembagian 45% untuk YouTube dan 55% untuk *YouTuber* tersebut (Dahlan, 2015).

Dilansir dari data statistik dalam situs Youtube, Youtube telah memiliki lebih dari dua milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Hal ini terjadi karena pengguna internet dapat dengan mudah dan cepat untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan melalui menonton beragam konten Youtube seperti: musik, film, berita, olahraga, gaya hidup, *gaming*, dan *vlog*. Setiap bulan lebih dari 2 miliar pengguna yang login membuka Youtube, setiap hari orang menonton lebih dari satu miliar jam video dan menghasilkan miliaran kali

penayangan. Youtube diterjemahkan di lebih dari 100 negara dan dapat diakses dalam 80 bahasa berbeda dan Youtube juga menjangkau pemirsa rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun (www.youtube.com/intl/id/about/press).

Youtube merupakan aplikasi yang menyediakan tampilan menarik sehingga seseorang dapat melihat dan mengupload video yang mereka inginkan. Isi dari Youtube dapat disiarkan ke jutaan pemirsa yang melihat. Dan jika orang yang melihat menyukai maka ia akan memberikan *like* untuk setiap video yang diunggah, bahkan jika ia benar-benar tertarik akan mensubscribe video tersebut. Sehingga video dapat lebih tersebarluas ke pemirsa dan mendapatkan penghargaan dari Youtube sendiri seperti gelar *youtuber* misalnya artis komedian Raditya Dika yang terkenal. Youtube terlihat istimewa karena ia menggabungkan beberapa hal mulai dari informasi, layanan audio serta layanan visual. Kombinasi tiga hal tersebut tentu lebih dapat membantu pengguna yang ingin mempelajari sesuatu karena ia mendapatkan gambaran utuh mengenai cara melakukan hal tertentu yang efektif dan efisien.

Konten video yang diunggah di Youtube memang sangat banyak seperti: *prank*, komedi, *tutorial make up* dan sebagainya. Konten misteri atau yang menyangkut dengan hal gaib memiliki pasar tersendiri di dunia Youtube. Untuk masyarakat Indonesia, konten yang menyangkut makhluk halus masih memiliki daya tarik. (Machmudi, 2020)

Salah satu *youtuber* Indonesia dengan konten misteri/horor adalah “Sara Wijayanto” dengan nama program “*Diary Misteri Sara*”. Sebagai sebuah *channel youtube* yang mempunyai konten horor dalam program “*Diary Misteri Sara*”, Sara Wijayanto sering melakukan penelusuran di tempat – tempat yang tidak biasa. Sesuai dengan isi konten, mereka selalu menelusuri tempat – tempat yang menyeramkan secara langsung, seperti di gedung-gedung terbengkalai, rumah-rumah kosong, hingga di kebun angker. Konten yang dibawakan oleh beberapa orang diantaranya Sara Wijayanto, Wisnu Hardana, Fadi Iskandar dan Demian Aditya ini menjadi salah satu konten yang mempunyai banyak viewers dan hampir selalu trending di youtube.

Secara khusus peneliti memilih Youtube milik youtuber misteri/horor dari Sara Wijayanto sebagai objek penelitian, karena peneliti telah melakukan observasi melihat subscriber dari beberapa youtuber. Sara Wijayanto memiliki 8,51 juta subscriber, MOP Chanel 7,51 juta subscriber, Jurnal Risa 5,35 juta subscriber dan Kisah Tanah Jawa 1,9 juta subscriber. Dari hasil observasi tersebut Sara Wijayanto memiliki subscriber terbanyak.

Tabel 1.1

Data *Subscriber* Youtuber Konten Misteri/Horor

Nama Youtuber	Jumlah <i>Subscriber</i>
Sara Wijayanto	8,51 juta
MOP Channel	7,51 juta
Jurnal Risa	5,35 juta
Kisah Tanah Jawa	1,9 juta

(Sumber: *youtube.com*, diakses pada tanggal 13 Oktober 2021)

Alasan lain penulis memilih konten misteri/horor “Diary Misteri Sara” di youtube Sara Wijayanto juga dikarenakan beberapa video yang diunggah oleh “Sara Wijayanto” telah menjadi trending topic, salah satunya yaitu video yang diunggah pada tanggal 1 Februari 2020 dengan judul “Tante Kun – DMS Penelusuran”, konten tersebut kini telah ditonton sebanyak 16.922.953 kali oleh pengguna youtube. Menariknya, dalam proses pembuatan video-video diarymisterisara sendiri, Sara Wijayanto menggunakan teknik khusus yang disebut sebagai Medium atau Mediasi. Dimana mereka menyampaikan dalam salah satu videonya, bahwa teknik ini berbeda dengan kerasukan. Kerasukan merupakan fenomena ketika ‘hantu’ (sosok makhluk halus) memaksa masuk kedalam tubuh seseorang. Sedangkan mediasi ini adalah teknik dimana seseorang mengizinkan ‘hantu’ untuk masuk kedalam tubuhnya, dan tentunya seseorang tersebut masih memiliki kontrol penuh terhadap dirinya sendiri. Begitulah cara ‘hantu-hantu’ tersebut berkomunikasi dengan Sara Wijayanto sehingga cerita yang ingin diberikan kepada penggemarnya dapat tersalurkan. Selain itu, konten yang

diberikan oleh tim *Diary Misteri* (DMS) sering kali disebut settingan oleh beberapa orang.

Hingga saat ini per tanggal 13 Oktober 2021 Channel Youtube “Sara Wijayanto” telah memiliki 8,51 juta subscriber. Oleh karena itu, dengan banyaknya subscriber Channel Youtube “Sara Wijayanto” menjadi salah satu Channel dengan konten horror yang saat ini banyak diminati orang. Channel Youtube “Sara Wijayanto” juga memiliki keunikan dibandingkan dengan Channel Youtube horror lainnya, karena channel ini memiliki konsep dan *visualisasi* yang mudah dipahami yaitu dengan adanya mediasi yang dilakukan Sara Wijayanto, serta beberapa gambar yang dibuat oleh Wisnu Hardana untuk memberikan visualisasi sosok yang ditemukan saat penelusuran kepada saradict (panggilan penggemar channel Sara Wijayanto). Hal itu juga yang membuat para penonton merasa seakan berada dalam suasana yang mencekam saat menonton program atau konten yang ditayangkan di *channel* Sara Wijayanto.

Penelitian mengenai konten youtube juga telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, salah satunya David (2017) menyatakan bahwa Pembentukan sikap yang terjadi adalah sikap yang positif dengan maksud karena para mahasiswa senang dan gemar menonton Vlog, ingin mencoba hal-hal yang ada dalam Vlog, bahkan memiliki keinginan untuk menjadi *Youtuber*, Penelitian Sitar dan Karsa (2019) hasil penelitiannya menyatakan bahwa tayangan jurnalrisa #31 “Jangan Kambing hitamkan Mang Emen” mempunyai banyak informasi mengenai fakta yang sebenarnya terjadi di tanjakan emen dan membantah mitos yang beredar di masyarakat. Dengan adanya penelitian sebelumnya, penulis tertarik melakukan penelitian pada penonton konten horor “Diary Misteri Sara” di *channel* Sara Wijayanto, hal ini dilakukan karena video yang telah diunggah sudah sangat banyak ditonton yaitu berjumlah 840.229.805 kali per 10 Oktober 2021.

Sampai saat ini, masyarakat Indonesia masih terbawa dengan budaya yang berunsur mistik. Perkembangan masyarakat Indonesia sejak zaman dahulu, ketika dinasti-dinasti kerajaan masih berkuasa, sampai sekarang, selalu diwarnai dengan nuansa-nuansa mistik, kepercayaan pada hal-hal irasional. Hal ini merupakan bentuk kebudayaan turun temurun dari nenek moyang.

Muchtar Lubis mengatakan bahwa mempercayai hal-hal gaib, bahkan cenderung “menuhankannya” merupakan ciri khas masyarakat Indonesia. Mereka masih percaya pada benda-benda keramat, seperti kekuatan keris pusaka, sumur keramat para Wali Songo. Bahkan masyarakat sampai sekarang masih mempercayai keramat pada tongkat Soekarno, mantan Presiden RI, kepercayaan pada Nyi Roro Kidul di Pantai Selatan Jawa, dan banyak lagi contoh lainnya (Heldi & Alfitri, 2006: 192).

Dalam konteks masyarakat modern dewasa ini, gejala tersebut menjadi menarik untuk diperbincangkan karena masyarakat Indonesia masih terikat dengan budaya mistiknya. Apalagi ritual mistik dan tempat-tempat yang dianggap keramat kemudian ditayangkan di media massa (Anggraini, 2013).

Opini publik yang menjadikan pendapat simpang siur antara kubu percaya dan kubu tidak percaya akan konten mistis pun kerap kali dapat kita jumpai dalam video-video di *diarymisterisara*. Hal itu bisa dilihat dalam kolom komentar konten youtube *diarymisterisara* yang dipublikasikan. Ada beberapa yang memang menonton *diarymisterisara* hanya untuk menghibur diri mereka sendiri walaupun mereka tidak percaya, ada yang memang setelah menonton tidak percaya sama sekali, dan ada juga yang mengatakan bahwasanya video yang di unggah oleh Sara Wijayanto dalam konten youtube nya *DiaryMisteriSara* hanyalah settingan belaka. Pendapat pro dan kontra yang terdapat dari berbagai video *diarymisterisara* ini sedikit menjelaskan kepada kita bahwa Teori SOR berlaku didalamnya. Stimulus yang merupakan konten YouTube *diarymisterisara* sendiri pada akhirnya mampu membuat penontonnya memproses apa yang diberikan dan memberikan reaksi sesuai dengan apa yang mereka percayai.

Efek kehadiran konten horor “Diary Misteri Sara” di youtube Sara Wijayanto juga membuat masyarakat khususnya penonton Channel ini mengalami kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Atas dasar fenomena yang telah diuraikan di atas, Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan penyebaran kuesioner yang dibagikan ke para *subscribers* Youtube melalui media Instagram. Peneliti memilih *Subscribers Youtube Sara Wijayanto* sebagai subjek pelaksanaan

penelitian dengan jumlah sebanyak 8.510.000 *subscribers*. Hal ini dikarenakan peneliti ingin melihat bagaimana pengaruh konten youtuber tersebut terhadap Opini Masyarakat tentang konten mistis. Channel youtube Diary Misteri Sara memiliki akun Instagram yaitu @diarymisterisara, akun tersebut selalu aktif dalam mempublikasikan jadwal tayang konten youtube miliknya dalam bentuk foto dan caption untuk melengkapi informasi tersebut. Oleh karena itu penulis tertarik untuk membahas terkait pengaruh konten mistis dan akan menuangkannya dalam bentuk penelitian dengan judul **“Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian pada latar belakang penelitian, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Seperti apa konten youtube Diary Misteri Sara menurut opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto*?
2. Seperti apa opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto* setelah menonton konten youtube Diary Misteri Sara?
3. Bagaimana pengaruh konten youtube Diary Misteri Sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto*?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dalam masalah ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui seperti apa konten youtube Diary Misteri Sara menurut opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto*.
2. Untuk mengetahui seperti apa opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto* setelah menonton Diary Misteri Sara.

3. Untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten youtube Diary Misteri Sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis pada *Subscribers Youtube Sara Wijayanto*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Aspek Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana opini masyarakat tentang konten mistis yang terdapat dalam tayangan konten youtube di Indonesia. Dan dengan penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi di masa yang akan datang untuk meneliti lebih mengenai konten youtube di Indonesia. Serta dapat memberikan kontribusi bagi perkembangan mengenai ilmu komunikasi khususnya di bidang broadcast journalism.

1.4.2 Aspek Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberi pandangan yang berguna mengenai pengaruh konten youtube terhadap opini masyarakat tentang konten mistis. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan pengetahuan youtube memiliki peran penting dalam menyampaikan informasi dan mengkomunikasikan suatu pesan dan membangun opini masyarakat. Penelitian ini juga dapat dijadikan sebagai bahan literature oleh peneliti selanjutnya yang akan meneliti tentang masalah yang berkaitan dengan konten youtube dan opini masyarakat tentang konten mistis.

BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengaji penelitian yang dilakukan. Tema dari penelitian ini adalah Pengaruh Konten Youtube Horor “Diary Misteri Sara” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis. Peneliti juga menggunakan 3 kajian pustaka dari hasil penelitian sebelumnya yang memiliki sifat yang sama dengan penelitian yang peneliti lakukan.

2.1.1 Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis

Penelitian ini ditulis oleh Celine Hartati, Mahasiswa Universitas Riau Tahun 2020. **Rumusan Masalah** pada penelitian ini adalah mengetahui apakah terdapat pengaruh konten channel YouTube jurnalrisa terhadap opini subscribarnya tentang konten mistis? **Tujuan Penelitian** ini adalah untuk menganalisis pengaruh konten channel YouTube jurnalrisa terhadap opini subscribarnya tentang konten mistis. **Metode Penelitian** yang digunakan adalah kuantitatif, menggunakan teknik statistik. **Hasil Penelitian** ada pengaruh dari youtube jurnalrisa konten saluran pada pendapat pelanggan tentang konten mistik, yang pada hasilnya dari analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 7,755 + 0,570 X$. H_0 ditolak dan H_a diterima dengan α tingkat signifikansi 0,000. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari standar signifikansi 0,05, dapat disimpulkan ada pengaruh youtube jurnalrisa konten saluran tentang pendapat pelanggan tentang konten mistik.

2.1.2 Persepsi Mengenai Tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”

Penelitian ini ditulis oleh Vanya Sitar dan Satya Indra Karsa, Mahasiswa Universitas Islam Bandung Tahun 2019. **Rumusan Masalah** pada penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengetahuan khalayak mengenai tayangan Youtube

Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”? **Tujuan Penelitian** adalah untuk mengetahui, memahami dan bagaimana pengetahuan khalayak mengenai tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”. **Metode Penelitian** metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. **Hasil Penelitian** menunjukan tayangan jurnalrisa #31 “Jangan Kambing hitamkan Mang Emen” mempunyai banyak informasi mengenai fakta yang sebenarnya terjadi di tanjakan emen dan membantah mitos yang beredar di masyarakat.

2.1.3 Pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja

Penelitian ini ditulis oleh Muhammad Febriansyah, Mahasiswa Universitas Budi Luhur Tahun 2020. **Rumusan Masalah** pada penelitian ini adalah mengetahui bagaimana Pengaruh Konten Channel YouTube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja (Survei Remaja di Wilayah Kecamatan Larangan) **Tujuan Penelitian** adalah untuk mengetahui, memahami dan menganalisa bagaimana pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim terhadap Perilaku Remaja di PT Kecamatan Larangan. (Survei Remaja di Kecamatan Larangan). **Metode Penelitian** yang digunakan bersifat kuantitatif. **Hasil Penelitian** terdapat pengaruh variabel ericko lim pada konten channel youtube X) terhadap perilaku remaja (variabel Y) sebesar 72,2% dan 29,8% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti belajar. Setelah dilakukan penelitian membuktikan bahwa konten youtube ericko lim channel memiliki nilai signifikansi yang berarti ada pengaruh 0,838 yang sangat kuat antara kedua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 ditolak, dan H_1 diterima dimana ada pengaruh antara ericko lim konten channel youtube pada remaja tingkah laku. Nilai terbesar dalam penelitian ini adalah pengaruh konten channel YouTube Ericko Lim Perilaku remaja merupakan nilai tertinggi pada variabel indikator (Y)

Tabel 2.1
Tinjauan Perbandingan Penelitian Terdahulu

Peneliti	Celine Hartati	Vanya Sitar dan Indra Karsa	Muhammad Febriansyah	Milan Cahya Irnandoputra
Judul Penelitian	Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis	Persepsi Mengenai Tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”	Pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja	Pengaruh Konten Youtube Horor “Diary Misteri Sara” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis
Lembaga, Tahun	Universitas Riau, 2020	Universitas Islam Bandung, 2019	Universitas Budi Luhur 2020	Universitas Budi Luhur, 2021
Masalah Penelitian	Mengetahui mengetahui apakah terdapat pengaruh konten channel Youtube jurnalrisa terhadap opini subscribarnya	Mengetahui bagaimana pengetahuan khalayak mengenai tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing	mengetahui bagaimana pengaruh Konten Channel YouTube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif	Adakah Pengaruh Konten Youtube Horor “Diary Misteri Sara” Terhadap Sikap Penonton

	tentang konten mistis?	Hitamkan Mang Emen”?	Remaja (Survei Remaja di Wilayah Kecamatan Larangan)	Akan Hal-Hal Mistis?
Tujuan Penelitian	Menganalisis pengaruh konten channel YouTube jurnalisa terhadap opini subscriernya tentang konten mistis	Mengetahui, memahami dan menganalisa bagaimana pengetahuan khalayak mengenai tayangan Youtube Jurnalisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen”.	mengetahui, memahami dan menganalisa bagaimana pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim terhadap Perilaku Remaja di PT Kecamatan Larangan. (Survei Remaja di Kecamatan Larangan)	Untuk memahami dan menganalisa bagaimana Pengaruh Konten Youtube Horor “Diary Misteri Sara” Terhadap Sikap Penonton Akan Hal-Hal Mistis
Metode Penelitian	Kuantitatif, menggunakan teknik statistik	Metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif	Metode Kuantitatif Positivist	Metode penelitian kuantitatif dengan penyebaran kuesioner

Teori Penelitian	Teori S-R	Teori Persepsi	Teori Media Massa	Teori <i>SOR</i>
Hasil Penelitian	ada pengaruh dari youtube jurnalrisa konten saluran pada pendapat pelanggan tentang konten mistik, yang pada hasilnya dari analisis regresi linier sederhana, diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 7,755 + 0,570 X$. H_0 ditolak dan H_a diterima dengan a tingkat signifikansi 0,000. Jika tingkat signifikansi lebih kecil dari standar	menunjukkan setelah gemar menonton tayangan Vlog secara teratur, didapati bahwa remaja ini lebih gemar dalam berbelanja barang branded, lebih gemar menghabiskan waktu di luar rumah, lebih peka terhadap tren-tren terkini yang lebih menekankan pada materi dan kegiatan lainnya yang lebih mengutamakan pada bersenang-senang.	terdapat pengaruh variabel ericko lim pada konten channel youtube X) terhadap perilaku remaja (variabel Y) sebesar 72,2% dan 29,8% sisanya merupakan variabel lain yang tidak diteliti belajar. Setelah dilakukan penelitian membuktikan bahwa konten youtube ericko lim channel memiliki nilai signifikansi yang berarti ada pengaruh 0,838 yang	

	signifikansi 0,05, dapat disimpulkan ada pengaruh youtube jurnalrisa konten saluran tentang pendapat pelanggan tentang konten mistik.	Tayangan Vlog ini memang dianggap dapat memberikan dampak positif karena memberikan wawasan seputar informasi terkini, namun akan lebih banyak menimbulkan dampak negatif apabila penonton tidak mampu menyaring konten dari tayangan tersebut.	sangat kuat antara kedua variabel. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H0 ditolak, dan H1 diterima dimana ada pengaruh antara ericko lim konten channel youtube pada remaja tingkah laku. Nilai terbesar dalam penelitian ini adalah pengaruh konten channel YouTube Ericko Lim Perilaku remaja merupakan nilai tertinggi pada variabel indikator (Y)	
--	---	---	--	--

2.2 Kerangka Teoritis

Teori dalam suatu penelitian berfungsi untuk membantu peneliti menjelaskan fenomena sosial atau fenomena alami yang menjadi pusat perhatiannya. Teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi dan preposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi di antara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut. (Kriyantono, 2014: 43).

Dalam kerangka teoritis penelitian akan menjabarkan hal-hal yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Kerangka teori adalah kemampuan seorang peneliti dalam mengaplikasikan pola berpikirnya dalam menyusun secara sistematis teori-teori yang mendukung permasalahan penelitian. Menurut Kerlinger, teori adalah himpunan konstruk (konsep), definisi, dan proposisi yang mengemukakan pandangan sistematis tentang gejala dengan menjabarkan relasi diantara variabel, untuk menjelaskan dan meramalkan gejala tersebut (Rakhmat, 2004: 6). Teori berguna menjadi titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroti masalah. Fungsi teori sendiri adalah untuk menerangkan, meramalkan, memprediksi, dan menemukan keterpautan fakta-fakta yang ada secara sistematis (Effendy, 2004: 224). Berdasarkan permasalahan yang ada pada penelitian ini, peneliti menggunakan dua teori yaitu, teori S-O-R

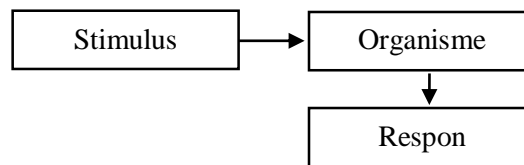
2.2.1. Teori SOR

Teori S-O-R ditemukan oleh Hovland (1953) yang awalnya berasal dari psikologi, namun dalam perkembangan juga digunakan pada ilmu komunikasi. Teori ini sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response ini semula berasal dari ilmu psikologi. Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam teori ini adalah: Pesan (Stimulus, S), Komunikasi (Organism, O) dan Efek (Response, R).

Menurut Mulyana, (2009:144) teori S-O-R memiliki nama lain, yaitu Model S-R. Model ini menunjukkan komunikasi sebagai proses aksi-reaksi yang sangat

sederhana. Model ini mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons dengan cara tertentu. Proses ini dapat bersifat timbal – balik dan mempunyai banyak efek. Setiap efek dapat mengubah tindakan komunikasi (communication act) berikutnya. Ketiga variabel ini dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 2.1: Teori S-O-R



(Sumber: Mulyana, 2009: 143)

Dalam proses komunikasi berkenaan dengan perubahan sikap adalah aspek “*how*” bukan “*what*” dan “*why*”. Jelasnya *how to communicate*, dalam hal ini *how to change the attitude*, bagaimana mengubah sikap komunikan. Menurut Anggraeni (2013), Teori Stimulus-Organisme-Respon (teori S-O-R) menunjukkan bahwa pembentukan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya adalah komunikan mengerti. Kesimpulan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolah dan menerimanya, maka terjadilah kesiediaan untuk membentuk sikap.

Gambar diatas menunjukkan bahwa perubahan sikap khususnya minat bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Selain itu, diperkuat lagi dengan efek komunikasi massa yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran belajar dan tambahan pengetahuan.

Menurut Effendy (2009: 318) efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan sikap. Efek konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu. Teori S-O-R menitik beratkan pada

penyebab sikap yang dapat mengubahnya, dan tergantung pada kualitas rangsang yang berkomunikasi dengan organisme, karakteristik dari komunikator (sumber) menentukan keberhasilan tentang perubahan sikap.

Keterkaitan model teori S-O-R dalam penelitian ini adalah (a) stimulus yang dimaksud adalah pesan konten youtube Diary Misteri (b) organism yang dimaksud adalah followers /pengikut akun @diary misteri Sara; (c) response yang dimaksud adalah opini masyarakat mengenai konten misteri mistis yaitu followers intagram @diary misteri sara.

Dalam proses komunikasi, yang dapat menjadi stimulus untuk merangsang komunikasi antara lain adalah pesan yang diberikan oleh komunikator. Pesan merupakan seperangkat lambang yang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Agar pesan komunikasi dapat dimengerti komunikannya maka harus ditunjang oleh komunikasi yang efektif pula.

Hosland, et al (1953) dalam McQuail, (2010:464) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari:

- a. Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak.
Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif.
- b. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.
- c. Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesiapan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap).
- d. Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang

diberikan harus dapat meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan penting.

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat

Teori ini menggambarkan bahwa media sosial mempunyai efek yang sangat kuat dalam masyarakat pendapat ini didukung kenyataan bahwa tingkat konsumsi masyarakat atas media social. Sehingga apabila setiap hari di terpa oleh informasi yang sama dari media social dalam jangka waktu yang lama akan terjadi efek yang diharapkan.

2.3 Kerangka Definisi Variabel

Sesuai dengan judul dalam penelitian ini yaitu pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis , maka variabel yang akan diteliti ada dua, yaitu : variabel konten youtube diary misteri sara (x) dan variabel opini masyarakat tentang konten mistis (y)

2.3.1. Variabel X

2.3.1.1 Konten Youtube Diary Misteri Sara

Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (KBBI) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (Sumber: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten> diakses pada 10 Oktober 2021, pukul 18:44 WIB). Yang mana dapat kita artikan bahwa informasi ini bisa berupa isi, topik atau kejadian tertentu yang sedang diperbincangkan dalam suatu acara.

Disisi lainnya terdapat penjelasan mengenai konten di dalam dunia media atau biasa disebut sebagai konten media. Konten media ini sendiri, seperti namanya berbentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan hingga bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan pengguna system atau layanan online yang sering kali dilakukan lewat sebuah situs media online (Agesti, 2018:25).

Menurut Tim Penyusun Humas Kementrian Perdagangan RI (2014:17) mengatakan bahwa konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna. Dalam konten instagram terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status), dan kelompok (group).

Sara Wijayanto adalah aktris tersohor Indonesia. Wanita satu ini memiliki anugerah yang bisa jadi tidak dimiliki orang lain yakni dapat ‘merasakan’ kehadiran sosok-sosok yang tidak kasat mata. Dalam youtube channel-nya, ia sering mengunggah video aktivitas-aktivitas demikian tersebut. Dia menamai aktivitas tersebut dengan Diary Misteri Sara (DMS). Dalam konten DMS dikisahkan kalau Sara Wijayanto dapat berinteraksi dengan makhluk-makhluk beda alam dengan kita. Tidak hanya Sara Wijayanto, para kru juga sedikit-banyak dapat merasakan kehadiran mereka (*Indonesian Journal of Cultural and Community Development*, 2021).

Menurut Tim *Indonesian Journal of Cultural and Community Development* (2021) menyatakan bahwa Sara Wijayanto memulai tayangan DMS pada tahun 2016, lebih tepatnya 28 Januari 2016. Di hari itu, Sara Wijayanto hanya mengunggah video trailer DMS. Lalu video eksekusi DMS pertama kali di upload pada 22 Februari 2016 berdurasi sekitar 10 menit dan telah ditonton oleh kira-kira 360.000 orang. Video DMS yang dipublikasi di channel Sara Wijayanto memiliki durasi video paling pendek 7 menit hingga paling panjang 1 jam bahkan lebih.

2.3.1.2 Definisi Youtube

YouTube adalah sebuah video daring dan hal yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat, dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015: 47). Titik wal kemunculan YouTube pada tahun 2005 diciptakan oleh tiga mantan karyawan perusahaan finance online PayPal di Amerika Serikat, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim.

Gambar 2.2 Logo YouTube



Sumber: www.youtube.com

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015: 47). Kehadiran Youtube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah dibidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog. Youtube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan.

Slogan YouTube “broadcast yourself” menjadi daya tarik tersendiri bagi para kreator konten untuk menyalurkan karyanya yang tidak memiliki tempat di media komersial seperti televisi. YouTube memberikan banyak inspirasi bagi banyak orang sebagai sarana para pembuat konten dan para pengiklan. YouTube mengajak khalayak untuk berpartisipasi sebagai kreator konten atau *YouTuber* melalui tawaran monetisasi, yaitu memasukkan iklan dalam video tersebut dan pemilik akun tersebut akan mendapatkan penghasilan berdasarkan dari jumlah penonton dan pelanggan.

Konten-konten yang ada di YouTube sangat beragam jenisnya. Namun, sebuah riset yang dilakukan Burgess dan Joshua (2009:38), menggolongkan konten ke dalam dua jenis, yakni konten video yang berasal dari pengguna amatir (*usercreated content*) dan yang berasal dari institusi media tradisional. Riset tersebut juga menemukan bahwa akun pembuat konten lebih mendominasi dan mayoritasnya adalah video blog. Video blog atau yang lebih sering disebut sebagai vlog merupakan sebuah bentuk perekaman ungkapan pemikiran, pendapat, atau pengalaman yang direkam dan dipublikasi secara daring melalui internet.

YouTube memberikan berbagai kategori yang dapat dilihat di daftar kolom kanan. Sepanjang halaman atas terdapat empat tab besar untuk menavigasikan situs YouTube. Keempat tab tersebut adalah bagian dari navigasi YouTube yang tetap karena tidak peduli halaman mana yang dilihat, pengguna memiliki akses langsung ke tautan yang sama. Saat mengurutkan dari kiri ke kanan, opsi ini dilabeli, video, kategori, saluran, dan komunitas. Bagian kanan atas adalah tautan memasang video (Manalu, 2016: 16).

Penghargaan semacam trofi atau yang lebih dikenal sebagai *play button* diberikan oleh pihak YouTube setelah seseorang telah mencapai *subscribers* dalam jumlah tertentu. Terdapat empat jenis *play button* yang dikutip dari (www.YouTube.com), yaitu:

a. *Silver Play Button*

Penghargaan trofi ini akan diberikan oleh pihak YouTube setelah akun YouTube tersebut mencapai *subscribers* sebanyak 100.000. Trofi ini berwarna perak dengan logo YouTube di tengah bingkai.

b. *Gold Play Button*

Pengguna harus memiliki *subscribers* sebanyak 1 juta orang. Trofi ini berwarna emas sesuai judul namanya, dan *play button* ini tidak semua bagian terbuat dari emas, namun hanya berlapiskan emas di bagian tertentu.

c. *Diamond Play Button*

Trofi ini diraih oleh akun YouTube yang melewati angka 10 juta *subscribers*. *Diamond Play Button* memiliki warna perak dengan kristal di tengah membentuk segitiga seperti logo dari platform YouTube. Trofi ini dilapisi oleh

perak dan di tengahnya terbuat dari kristal yang dibentuk segitiga seperti tombol 'play'.

d. *Ruby Play Button*

Trofi ini dikenal pula dengan *custom play button* karena pengguna yang mendapatkan penghargaan ini bisa dengan bebas memilih bentuk serta warna dari trofi tersebut. Pengguna harus memiliki *subscribers* sebanyak 50 juta orang untuk dapat memilikinya.

2.3.1.3 Fungsi Youtube

Youtube sebagai media social memiliki fungsi yang memberikan banyak manfaat sehingga banyak diminati oleh penggunanya. Menurut Faiqah, Nadjib, dan Amir (2016), Fungsi – fungsi Youtube akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Memberikan Layanan Gratis

Youtube menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video – video yang masuk dalam sistemnya. Ini berarti bahwa untuk mengakses video apapun, seorang pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar sejumlah uang dalam skala waktu tertentu.

2. Men-download Beberapa Video Tertentu

Selain memudahkan pengguna untuk mengakses atau menonton seluruh video yang masuk dalam databse-nya, Youtube juga memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Video yang demikian biasanya berukuran HD atau High Definition sehingga jika seorang pengguna ingin menonton sebuah video berkali-kali, ia hanya perlu mengunduhnya. Setelah berhasil terunduh, sebuah video dapat disimpan digadget masing-masing untuk dinikmati kapanpun tanpa menggunakan sambungan internet.

3. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal – Hal Teknis

Banyak pengguna yang mengakses Youtube untuk mengetahui cara – cara melakukan beberapa hal tertentu, seperti demo memasak, cara menggunakan aplikasi dalam komputer atau telepon pintar, meracik jamu dan obat herbal, mendaur ulang sampah, cara praktis melakukan berbagai hal yang awalnya rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai skill dan lain sebagainya.

4. Mengakses Video Streaming

Mengakses Video Streaming, baik live maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan Youtube. Siaran yang ditayangkan di televisi lokal, nasional bahkan internasional bisa diakses melalui Youtube, baik siaran tersebut tengah atau telah disiarkan. Karena itu, pengguna tidak perlu khawatir dan cemas akan ketinggalan siaran yang mereka suka, semisal pertandingan bola, cricket, siaran berseri atau siaran – siaran tertentu yang diminati.

5. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Youtube dalam posisinya sebagai gudang video dapat menjadi alat marketing efektif dalam mengenalkan dan memasarkan produk. Jika, produk yang dipasarkan merupakan produk industri rumahan, misalnya, maka pemiliknya dapat mengunggah video tentang teknik dan proses pembuatan produk sehingga pengguna tidak berpikir dua kali tentang kebersihan dan proses produksi yang aman dan proposional. Berbeda halnya dengan industri rumahan yang cenderung masih berskala kecil, para produsen produk yang sudah memiliki nama besar menggunakan cara lain dalam memasarkan produknya melalui Youtube. Mereka biasanya menggunakan iklan seperti halnya iklan yang ditayangkan di televisi.

6. Mengakses Video Informatif

Jika Anda memerhatikan acara dan siaran TV belakangan, Anda akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan Courtesy: Youtube dibagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan Youtube sebagai referensi dalam menyusun konten acaranya. Ini sekaligus juga menandakan bahwa ada banyak sekali informasi yang bisa didapatkan hanya dengan mengakses Youtube, mulai dari video tentang berita terkini, berita lawas atau sejarah, video documenter mulai dari yang profesional hingga amatir, video tematik hingga video ensiklopedik dan lain sebagainya.

7. Mendukung Industri Hiburan

Seperti yang mungkin Anda lihat dalam kehidupan sehari-hari, utamanya jika Anda rajin menonton televisi, Youtube banyak berjasa menelorkan artis-artis

papan atas di dunia hiburan. Meski tidak semua karier mereka bertahan lama, beberapa diantaranya tetap bersinar dan membuktikan kemampuannya.

8. **Menguatkan Branding Lembaga/Insititusi**

Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, siswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, Youtube juga digunakan sebagai media branding lembaga atau organisasi.

9. **Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak**

Fitur “suka” dan “komentar” dalam Youtube sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagi sebuah video tertentu untuk mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun konten videonya. Ini tentu sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi dalam membuat video berikutnya.

10. **Memfasilitasi Pengguna Menguasai Skill Dasar Membuat Video**

Tidak hanya memungkinkan pengguna mengakses dan membagi video, Youtube juga memungkinkan mereka secara otodidak belajar mengutak – atik video dan menambah kualitasnya. Ini misalnya dapat dilihat dalam fitur Youtube Editor. Meskipun fitur yang ditawarkan jauh lebih sederhana dan sedikit dibanding aplikasi edit video lainnya, layanan ini sangat cocok untuk pengguna. Minimal, mereka dapat mengetahui cara menggabungkan, memutar, memotong, slow motion hingga menemukan hak cipta musik gratis untuk ditambahkan kepada video yang dibuat pengguna.

2.3.1.4 Konten Youtube

Konten dalam aplikasi YouTube merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk video, dimana pesan yang ingin disampaikan ini diunggah oleh seorang pengguna akun YouTube yang dikenal sebagai YouTuber ke dalam YouTube. Konten atau isi yang diunggah ke YouTube sendiri terdiri dari berbagai macam genre tergantung dengan topik atau apa pembahasan yang ingin dibawa oleh pengunggah video tersebut.

Konten video yang disampaikan tentunya harus komunikatif dalam setiap penyampaian, dimana seperti yang kita ketahui kunci utama komunikasi sendiri adalah pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada penikmat channel tersebut. Konten yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi para penikmat YouTube (David et al., 2017).

Keberhasilan suatu video merupakan hal – hal yang perlu diketahui oleh pengelola konten dalam memperkirakan apakah suatu tayangan akan berhasil pada saat ditayangkan. Dalam artian apakah tayangan tersebut dapat diterima baik oleh penonton yang dituju. Menurut Jefferly Helianthusonfri dalam bukunya Youtube Marketing, ada sepuluh komponen tentang keberhasilan sebuah video Youtube, berikut adalah pemaparan (Helianthusonfri, 2017):

1. Ide Cerita

Tanpa adanya ide cerita kita akan bingung membuat video apa. Ide ini bisa datang berbagai sumber. Bisa dari inspirasi yang kita dapatkan secara tiba – tiba, bisa dari bacaan yang kita baca dan kejadian yang datang tiba – tiba dari pengalaman kita dan sebagainya.

2. Kualitas suara/volume

- a. Musik latar belakang
- b. Voice over

3. Visualisasi/Gambar

- a. Teks
- b. Pencahayaan

Hal sederhana yang perlu kita pahami adalah upayakan mengambil gambar di ruang cahaya yang cukup. Jika suatu ruangan mendapatkan cahaya matahari yang cukup, maka biasanya ruang tersebut dapat dipakai untuk pengambilan gambar. Kalau cahaya tidak mencukupi, maka perlu bantuan pencahayaan tambahan (misalnya memakai lampu).

- c. Teknik pengambilan gambar (angle)

Angle bisa diartikan sebagai sudut pengambilan gambar. Pemilihan angle yang tepat dapat membantu menghasilkan gambar yang menarik.

d. Editing

Ditahap ini, kita akan mengedit gambar yang sudah kita dapatkan. Berbagai kegiatan akan dilakukan saat editing. Mulai dari memotong video, menyusun urutan video, menambah musik latar belakang, menambah narasi, menambahkan gambar/ilustrasi tertentu, dan lainnya.

4. Narasi

Naskah narasi adalah naskah yang dibaca oleh pengisi suara. Misalnya saat menonton berita di televisi, anda akan melihat berita cuplikan – cuplikan gambar yang ditayangkan, anda juga akan mendengar suara, entah itu dari news anchor ataupun dari pengisi suara. Dalam membuat video adakalanya kita perlu memasukan narasi. Khususnya, ketika kita tidak tampil dengan kamera. Narasi berfungsi untuk menambahkan informasi, bukan menjelaskan apa yang sudah ada pada gambar.

5. Thumbnail

Thumbnail adalah gambar kecil yang akan ditampilkan sebagai gambar video. Ketika sedang mencari video di youtube, pasti akan terlihat gambar kecil di setiap video.

6. Subscriber

Jumlah subscriber atau pengikut penting karena dapat berpengaruh pada seberapa luas jangkauan video kita. Makin banyak subscriber atau pengikut makin banyak pula yang menonton video kita. Makin banyak jumlah penonton, maka akan semakin banyak interaksi yang terjadi di video kita dan membuat video kita dikenal oleh khalayak.

7. Promotion/publikasi

Jika kita mempunyai blog, akun media sosial, atau channel Youtube, kita perlu melakukan publikasi dengan gencar. Agar orang – orang mengetahui bahwa kita mempunyai konten yang bagus dan bermanfaat.

8. Kata kunci

Selain sering membagikan video ke youtube, kata kunci adalah yang menjadikan video kita mudah ditemukan dipencarian. Entah google atau pencarian disitus youtube.

9. Komentar

Salah satu cara mempromosikan kanal Youtube adalah dengan berkomentar di channel Youtube lain. Ketika kita berkomentar di channel youtube lain maka nama channel kita akan tampil. Hal ini baik untuk mendatangkan pengikut di kanal di youtube kita.

10. Playlist

Playlist atau daftar putar adalah daftar yang memuat berbagai video relevan.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 6 indikator yang merupakan turunan dari variabel X yaitu 'Konten YouTube'. Indikator tersebut adalah kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten channel YouTube menarik perhatian, isi konten YouTube dapat dimengerti dan isi konten YouTube dapat diterima. (Rakhmat, 2013:260 dalam Hartati, 2020)

a. Kredibilitas

Kredibilitas disini terdiri dari dua unsur. Unsur tersebut adalah kepercayaan dan keahlian.

b. Daya Tarik

Memiliki kesamaan dengan penonton dan keakraban dari komunikator kepada komunikan.

c. Kekuasaan seorang

Komunikator (kemampuan menjadi teladan)

d. Isi Konten menarik perhatian

Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda

e. Isi Konten dapat dimengerti

Bersifat dua arah. Komunikan terlibat, bahasa yang digunakan mudah dipahami.

f. Isi Konten dapat diterima

Memberi informasi dan bersifat menghibur.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa youtube adalah Youtube merupakan aplikasi yang bisa dibilang wajib dimiliki atau diinstall pada setiap gadget seseorang. Youtube merupakan media massa berbasis web video sharing yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video yang diunggah berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah pada situs ini, seperti klip musik, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial, dan masih banyak lagi. Konten dalam aplikasi YouTube merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk video, dimana pesan yang ingin disampaikan ini diunggah oleh seorang pengguna akun YouTube yang dikenal sebagai YouTuber ke dalam YouTube.

2.3.2 Variabel Y

2.3.2.1 Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis

Opini publik atau opini masyarakat adalah sebuah pendapat yang pada mulanya dimiliki oleh seorang individu, lalu pendapat tersebut disetujui berbagai masyarakat yang lama kelamaan pendapat tersebut berubah menjadi opini publik, diakui publik atau masyarakat. Menurut Santoso Sastropoetra sendiri, istilah opini publik atau masyarakat sering sekali digunakan untuk menunjukkan pendapat kolektif orang dalam jumlah besar (Oli & Herlita, 2017)

Opini publik merupakan hasil atau efek dari pesan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator. Pesan disampaikan dengan menggunakan saluran dan media politik kepada khalayak agar mencapai suatu tujuan tertentu. Artinya, pembentukan opini publik adalah sebuah proses yang secara terus menerus harus dikerjakan sebagai upaya menyusun dan menciptakan persepsi yang bermakna gejala politik (citra politik) serta mengungkapkan kepercayaan, nilai, dan pengharapan yang saling melingkupi opini mereka. (Wahid, 2016)

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa Opini publik adalah pendapat kelompok masyarakat atau sintesis dari pendapat dan diperoleh dari suatu diskusi sosial dari pihak-pihak yang memiliki kaitan kepentingan.

Menurut Cutlip (2006:222), dalam Hartati, (2020), penelitian ini menggunakan 3 indikator yang merupakan turunan dari variabel Y yaitu ‘Opini Masyarakat terhdap konten mistis sebagai berikut:

1. Percaya (Belief)

Kepercayaan mengenai sesuatu hal atau apa yang diyakini seseorang / publik sebagai suatu kebenaran. yang mana tentunya, apabila ada orang lain yang tidak mempercayai hal tersebut maka dia tidak akan melihat hal tersebut sebagai suatu kebenaran. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasari oleh situasi seseorang dengan konteks sosialnya.

2. Sikap (attitude)

Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikap seseorang. Dimana, sikap ini sendiri merupakan kecenderungan untuk merespon pada suatu masalah atau situasi tertentu. Sikap bukanlah suatu hal yang kita bawa sejak lahir, sikap merupakan suatu hal yang dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan antara seseorang dengan suatu hal yang dirasakannya.

3. Persepsi (perception)

Sebuah proses memberikan makna yang berakar dari beberapa faktor yakni:

- a. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang / masyarakat
- b. Pengalaman masa lalu/kelompok tertentu menjadi landasan atau pendapat atau pandangan
- c. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat)
- d. Berita - berita dan pendapat - pendapat yang berkembang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita - berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

2.3.2.2 Konten Mistis

Mistik berasal dari Bahasa Yunani yaitu “Mystikos” yang berarti rahasia, serba rahasia, tersembunyi, gelap atau terselubung dalam kekelaman. Dengan demikian bahwa kata mistik sebagai paham atau aliran dengan kata lain bahwa

paham mistisme merupakan paham yang memberikan sebuah ajaran yang serba rahasia, terselubung dalam kekelaman sehingga hanya dikenal, diketahui atau dipahami oleh orang tertentu saja, terutama sekali oleh penganutnya.

Menurut Bungin (2007) dalam Muthmainnah dan Mulharnetti Syas (2020), Mistis adalah suatu hubungan antara realitas kebatinan dengan kesadaran manusia yang lebih mengutamakan kekuatan penginderaan dalam menafsirkan realitas. Walaupun memiliki dampak yang tidak terlalu mencerdaskan masyarakat, pada kenyataannya tayangan mistis begitu disukai. Lantaran konsumen media di Indonesia masih berbasis tradisional dan lebih menyukai informasi dengan unsur takhayul sebagai konstruksi besar pengetahuan mereka mengenai hidup, dan pengetahuan yang diperoleh selama hidup.

Mistik dalam konsep masyarakat adalah suasana misteri, kengerian, mencekam, horor, dan sebagainya, sehingga ketidakmampuan masyarakat menjawab konsep mistik inilah membuat rasa ingin tahu masyarakat terhadap fenomena mistik menjadi sangat besar. Bahkan mistik menjadi hiburan masyarakat salah satunya dengan menonton konten horror di Youtube. Kebutuhan masyarakat terhadap hiburan macam ini adalah sebuah petualangan batin masyarakat untuk menjawab rasa ingin tahu mereka terhadap misteri fisika (mistik) atau rasa ingin tahu terhadap dunia lain, dunia mistik yang tak terjawab itu. Hal-hal semacam itu yang mendorong manusia untuk menyukai tayangantayangan mistik.

Konten mistis sendiri merupakan pembahasan atau isi yang bersifat gaib atau tersembunyi, dimana tidak semua orang dapat mempercayai hal-hal yang berbau mistis. Terlebih lagi, hal yang berbau mistis sendiri cukup sulit untuk dapat dijelaskan dengan sains atau ilmu pengetahuan. Maka dari itu, mistis sendiri memiliki ketergantungan terhadap tingkat kepercayaan seorang individu kepada dirinya.

Pada umumnya sistem kepercayaan tidak dibatasi oleh kepercayaan religius saja, tetapi dapat meliputi kepercayaan terhadap apapun di dunia ini, dan kepercayaan yang dipegang seseorang secara teguh dan mendalam mempengaruhi tindakan orang-orang yang memegangnya, hal ini diperkuat dengan tindakan simbolis penganutnya. Dalam psikologi komunikasi, kepercayaan adalah

komponen kognitif dari faktor sosiopsikologis. Dalam psikologi komunikasi, kepercayaan adalah komponen kognitif dari faktor sosio-psikologis. Menurut Rakhmat (2015:42) menyimpulkan bahwa kepercayaan dapat bersifat rasional atau irrasional dan kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek sikap.

Bentuk dari adegan-adegan mistis yang terjadi dalam Channel Youtube “Sara Wijayanto”, seperti mendatangi tempat-tempat yang dipercaya memiliki mitos dan kekuatan gaib. Dalam konteks masyarakat modern dewasa ini, gejala tersebut menjadi menarik untuk diperbincangkan karena masyarakat Indonesia masih terikat dengan budaya mistiknya. Penayangan kisah-kisah makhluk halus di Youtube menimbulkan sejumlah persoalan dan ancaman dalam kehidupan masyarakat, seperti munculnya rasa ketakutan berlebihan, kepercayaan terhadap hal-hal mistis, dan sebagainya.

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat adalah tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu persoalan yang dinyatakan berdasarkan kata-kata (intangible), baik dalam bentuk opini tertulis maupun lisan, juga sebagai perilaku, sikap tindak, pandangan dan tanggapan dan lain sebagainya. Opini masyarakat tentang konten mistis sebagai sebuah tontonan masyarakat, konten mistis yang ada dengan konsep mistisnya tentu memiliki pengaruh terhadap audiens. Salah satunya adalah pengaruh terhadap kepercayaan masyarakat dalam hal mistis.

2.3 Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan tentative mengenai parameter perubahan acak. Kata Hipotesis berasal dari gabungan dua kata yaitu: (1) Hipo yang berarti tersembunyi, dan (2) Theses yang berarti pernyataan. Hipotesis menurut asal katanya berarti tidak diketahui kebenarannya secara pasti. (Sugiyono, 2017:84).

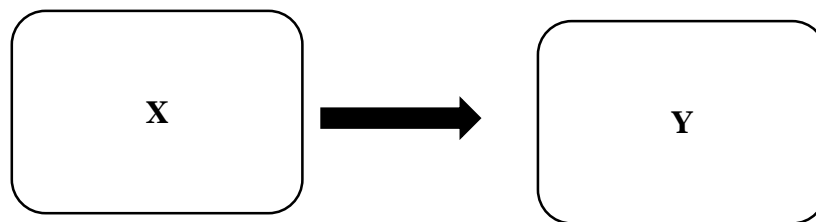
Bentuk-bentuk hipotesis penelitian sangat terkait dengan rumusan masalah penelitian. Bila dilihat dari tingkat eksplanasinya, maka bentuk rumusan masalah penelitian ada tiga, yaitu: rumusan masalah deskriptif (variabel mandiri), komparatif (perbandingan) dan asosiatif (hubungan).

Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah jenis hipotesis asosiatif, yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih. Rumusan hipotesis teoritis untuk penelitian ini, sebagai berikut :

1. Ho: Tidak terdapat hubungan yang kuat antara Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis.
2. Ha: Terdapat hubungan yang kuat antara Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis.

Sehingga dapat digambarkan antara variabel – variabel sebagai berikut:

Gambar 2.3
Model Penelitian

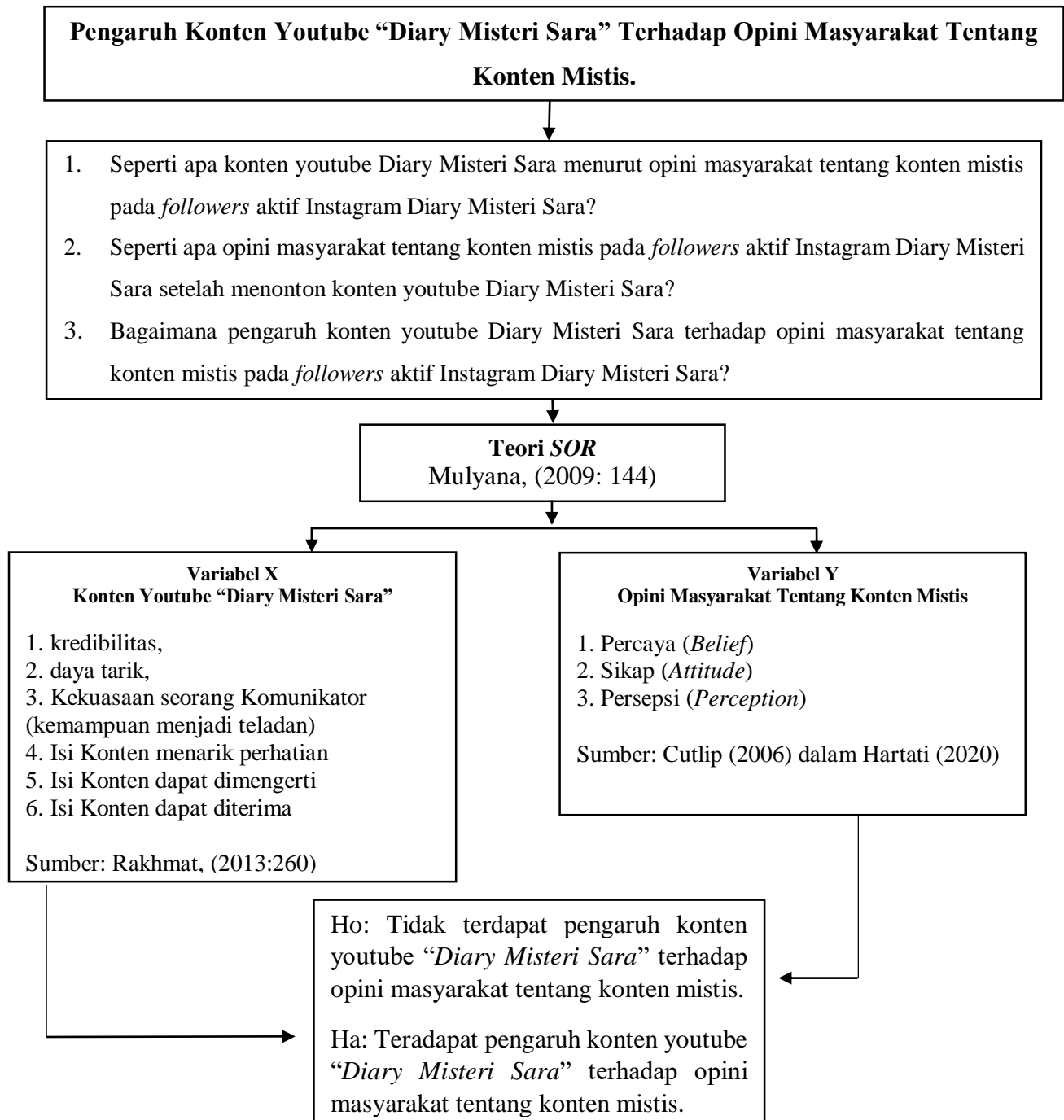


Keterangan:

X : Konten Youtube “Diary Misteri Sara”

Y : Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis

2.4 Kerangka Pemikiran



Gambar 2.4
Alur Kerangka Pemikiran

BAB 3

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian adalah pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan teknik analisis statistik yang akan digunakan. (Sugiono, 2016:42)

Dalam buku filsafat Ilmu Komunikasi Khaerul Azmi (2015:103) ada empat paradigma yaitu: Positivisme, Post-Positivisme, Konstruktivis, dan Teori Kristis. Positivisme mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses linier atau proses sebab akibat, yang mencerminkan pengirim (komunikator, encoder) untuk mengubah pengetahuan (sikap atau perilaku) yang pasif.

Paradigma post-positivisme merupakan aliran yang ingin memperbaiki kelemahan – kelemahan positivisme yang hanya mengandalkan kemampuan pengamatan langsung terhadap objek yang diteliti. Secara ontologis, postpositivisme bersifat critical realism. Critical realism memandang bahwa realitas memang ada dalam kenyataan sesuai dengan hukum alam, tetapi suatu hal yang mustahil bila manusia (peneliti) dapat melihat realitas tersebut secara benar (apa adanya, sebagaimana keyakinan positivism).

Paradigma Konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subyek dan obyek komunikasi. Dalam pandangan konstruktivisme, bahasa tidak lagi hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas obyektif belaka dan dipisahkan dari subyek sebagai penyampai pesan. Konstruktivisme justru menganggap subyek sebagai factor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan – hubungan sosialnya. Subyek memiliki kemampuan melakukan control terhadap maksud – maksud tertentu dalam setiap wacana.

Analisis teori kritis tidak dipusatkan kepada kebenaran atau ketidakbenaran struktur tata bahasa. Analisis kritis menekankan pada konstelasi kekuatan yang terjadi pada proses produksi dan reproduksi makna. Dalam analisis kritis, individu

tak dianggap sebagai subyek yang netral yang bisa menafsirkan secara bebas sesuai dengan pikirannya, karena sangat berhubungan dan dipengaruhi kekuatan sosial yang ada dalam masyarakat.

Berdasarkan empat asumsi paradigma yaitu, Postivisme, Post-Potivisme, Konstruktivis, dan Teori Kritis yang dijadikan dasar dari penelitian ini. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan paradigma positivisme. Positivisme dapat didefinisikan sebagai salah satu paham dalam filsafat barat yang hanya mengakui (dan membatasi) pengetahuan yang benar kepada fakta – fakta positif, dan fakta – fakta tersebut harus didekati dengan menggunakan metode ilmu pengetahuan, yaitu eksperimentasi, observasi, dan komparasi.

Alasan peneliti menggunakan paradigma positivisme karena paradigma ini berupaya mengungkap realitas dan mencari nilai – nilai yang mendasari pernyataan sebab – akibat dengan melakukan pengukuran yang akurat dan juga menguji hipotesis melalui analisis statistik, artinya peneliti ingin mengungkapkan hubungan antara dua variabel yaitu Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto).

3.2 Pendekatan Penelitian

Riset komunikasi dapat dibedakan berdasarkan pendekatannya. Pendekatan ini pada dasarnya merupakan falsafah yang mendasari suatu metodologi riset, apakah kuantitatif atau kualitatif. Riset kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Secara singkat pendekatan kuantitatif adalah riset yang datanya menggunakan angka – angka. Sedangkan riset kualitatif datanya berupa statement – statement atau pernyataan – pernyataan dan bertujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data (Kriyantono, 2014:55-56)

Metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrument

penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. (Sugiyono, 2017)

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif karena dalam hal ini peneliti lebih mementingkan keluasan data, sehingga data atau hasil riset yang sudah diteliti merupakan representasi dari seluruh populasi. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan jenis penelitian eksplanatif, maka peneliti ini menghubungkan atau mencari sebab akibat antara dua atau lebih konsep (variabel) yang akan diteliti.

Pendekatan kuantitatif dianggap peneliti sesuai untuk digunakan dalam penelitian ini. Dikarenakan peneliti ingin menjelaskan secara statistik hubungan yang terjadi diantara 2 (dua) variabel, yaitu X dan Y. Variabel X dalam penelitian ini adalah Konten Youtube Diary Misteri Sara dan variabel Y dalam penelitian ini adalah Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis. Penelitian ini menggunakan dari sejumlah teori konsep, hipotesa, dan pengumpulan data di lapangan.

3.3 Metode Penelitian

Menurut Sugiono (2016), metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian yang dipilih oleh peneliti adalah metode survey eksplanatif.

Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Secara umum metode survei terdiri dari dua jenis, yaitu deskriptif dan eksplanatif (analitik). Pembagian ini berdasarkan pada aturan atau cara peneliti menganalisis data yang telah dikumpulkan dan jumlah variabel yang telah diteliti.

Dalam penelitian ini termasuk dalam survei eksplanatif (analitik) dimana jenis survei ini digunakan bila periset ingin mengetahui mengapa situasi atau kondisi tertentu terjadi atau apa yang mempengaruhi terjadinya sesuatu. Peneliti tidak sekedar menggambarkan terjadinya fenomena tapi mencoba menjelaskan mengapa fenomena itu terjadi dan apa pengaruhnya. Dengan kata lain, peneliti ingin menjelaskan hubungan antara dua atau lebih variabel. Peneliti dituntut untuk

membuat hipotesis sebagai asumsi awal untuk menjelaskan hubungan antar variabel yang akan diteliti. (Sugiyono, 2016)

Bentuk masalah eksplanatif dibagi dalam 3 kelompok yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Eksplanatif Deskriptif

Suatu rumusan masalah yang berkenaan dengan pertanyaan terhadap keberadaan variabel mandiri, baik hanya pada satu variabel atau lebih (variabel yang berdiri sendiri).

2. Eksplanatif Komparatif

Rumusan masalah penelitian yang membandingkan keberadaan satu variabel atau lebih pada dua atau lebih sampel yang berbeda, atau pada waktu yang berbeda.

3. Eksplanatif Asosiatif

Suatu rumusan masalah penelitian yang bersifat menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.

Dari penjelasan di atas peneliti memilih metode penelitian eksplanatif asosiatif karena peneliti menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tersebut. Peneliti menggunakan metode survey ini untuk menentukan suatu populasi yang dapat dipelajari dengan sampel yang sudah diambil peneliti. Hasil kuesioner tersebut akan berubah dalam bentuk angka – angka, analisis statistik, tabel – tabel dan bentuk uraian statistik. Tujuan penelitian untuk mengetahui adakah hubungan (korelasi) antar variabel dalam penelitian ini antara Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis.

3.4 Subjek dan Objek Penelitian

3.4.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat, nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Sugiyono, 2017:38).

Dimaksud dengan pertimbangan objektif adalah pertimbangan berdasarkan kondisi masalah itu sendiri, layak atau tidak layak suatu masalah diteliti yang didasarkan pada kualitas masalah dan dapatnya masalah dikonseptualisasikan. Suatu masalah dikatakan berkualitas apabila masalah tersebut memiliki (1) nilai penemuan yang tinggi, (2) masalah tersebut adalah masalah yang saat ini sedang dirasakan oleh kebanyakan orang disuatu masyarakat, paling tidak beberapa kelompok masyarakat tertentu merasakan adanya masalah tersebut (3) bisa jadi peneliti terhadap suatu masalah bukan merupakan pengulangan terhadap penelitian sebelumnya oleh orang lain (4) masalah yang akan diteliti tersebut memiliki referensi teoritis yang jelas. Hal ini adalah pertimbangan – pertimbangan objektif bahwa suatu masalah layak diteliti. (Bungin, 2013:62)

Objek penelitian ini adalah Konten Youtube “Diary Misteri Sara” terhadap opini masyarakat tentang konten mistis. Teknik penyebaran menggunakan metode survei dengan pembagian kuesioner melalui google form yang dibuat sesuai dengan variabel X dan variabel Y dalam penelitian ini, dibagikan menggunakan fitur *direct message* pada aplikasi Instagram.

3.4.2 Subjek Penelitian

Pertimbangan subjektif adalah pertimbangan berkisar tentang kredibilitas peneliti (calon peneliti) terhadap apa yang akan ditelitinya. Karena itu suatu masalah dipertanyakan, (1) apakah masalah itu benar sesuai dengan minat peneliti atau tidak (2) keahlian dan disiplin ilmu penelitian berkesesuaian dengan masalah tersebut atau tidak (3) peneliti memiliki kemampuan penguasaan teoritis yang memadai atau tidak mengenai masalah tersebut (4) cukup banyak atau tidak hasil – hasil penelitian sebelumnya tentang masalah tersebut (5) apakah cukup waktu apabila penelitian terhadap masalah tersebut dilakukan (6) apakah biaya pendukung

untuk meneliti masalah tersebut dapat disediakan oleh peneliti atau tidak (7) apakah alasan politik dan situasional masyarakat (pemerintah menyambut baik masalah tersebut atau tidak apabila peneliti itu dilakukan). Subjek pada penelitian ini adalah Subscribers Youtube Sara Wijayanto yang merupakan responden pada penelitian ini.

3.5 Populasi Dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek/obyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di teliti kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013: 80).

Populasi sangat beragam, menurut H. Hadari Nawawi populasi dilihat dari penentuan sumber data terbagi menjadi dua macam, yaitu:

- a. Populasi terbatas yaitu populasi yang memiliki sumber data yang jelas batas – batasnya secara kuantitatif.
- b. Populasi tak terhingga yaitu populasi yang memiliki sumber data yang tidak dapat ditentukan batas – batasnya secara kuantitatif. Oleh karenanya, luas populasi bersifat tak terhingga dan hanya dapat dijelaskan secara kualitatif

Populasi yang diambil dalam penelitian ini adalah sekelompok objek yang lengkap dan jelas dari karakteristik tertentu yang dapat diketahui jumlahnya baik secara kuantitatif. Berdasarkan pemaparan diatas, populasi pada penelitian ini adalah *subscribers* Youtube Sara Wijayanto sebagai populasi dalam penelitian yang dibuat. Data pada saat pra penelitian hingga saat ini jumlah *subscribers* Youtube Sara Wijayanto adalah 8.510.000 *subscribers*.



Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. (Sugiyono, 2014: 81). Sampel adalah sebagian keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati. (Kriyantono, 2014:153) Pemilihan sampel didalam penelitian merupakan bagian penting dalam proses pengumpulan data. Kriyantono menyebutkan bahwa melalui rumus Slovin, dapat digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yang diketahui jumlahnya. Rumus perhitungan besaran sampel:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

n : ukuran sampel
N : ukuran populasi
 e^2 : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel
apat ditolerir. (Kriyantono, 2014:164)

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$
$$n = \frac{8.510.000}{1 + 8.510.000 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{8.510.000}{1+8.510.000 (0,01)}$$

$$n = \frac{8.510.000}{1+85.100}$$

$$n = \frac{8.510.000}{85.101} = 99,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan dari rumus di atas maka diperoleh $n = 100$ artinya jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 responden.

3.5.3. Teknik Pengambilan Sampel

Menurut Sugiyono, Pengambilan sampel (*sampling*) adalah: Teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Teknik ini meliputi, *simple random sampling*, *proportionate stratified random sampling*, *sampling area (cluster) sampling* (*sampling* menurut daerah). (Sugiyono, 2017:82)

Teknik *sampling* pada dasarnya dikelompokkan menjadi dua yaitu:

1. *Probability Sampling*

Pada *Probability Sampling*, derajat keterwakilan dapat diperhitungkan pada peluang tertentu. Oleh karena itu, sampel yang ditarik dengan cara ini dapat dipergunakan untuk melakukan generalisasi terhadap populasi. Ada banyak cara penarikan sampel yang tergolong dalam *Probability sampling* ini, antara lain *simple random sampling*, *staratified random sampling*, *cluster random sampling* dan *multistage random sampling*.

a. Pengambilan Sampel Acak Sederhana (*Simple Random Sampling*)

Pengambilan sampel acak sederhana disebut juga Simple Random Sampling. Teknik penarikan sampel menggunakan cara ini memberikan kesempatan yang sama bagi setiap anggota populasi untuk menjadi sampel penelitian. Cara pengambilannya menggunakan nomor undian.

b. Pengambilan Sampel Acak Sistematis (*Systematic Random Sampling*)

Metode pengambilan sampel acak sistematis menggunakan interval dalam memilih sampel penelitian. Misalnya sebuah penelitian membutuhkan 10 sampel dari 100 orang, maka jumlah kelompok intervalnya $100/10=10$. Selanjutnya

responden dibagi ke dalam masing-masing kelompok lalu diambil secara acak tiap kelompok.

c. Pengambilan Sampel Acak Berstrata (*Stratified Random Sampling*)

Metode Pengambilan sampel acak berstrata mengambil sampel berdasar tingkatan tertentu. Misalnya penelitian mengenai motivasi kerja pada manajer tingkat atas, manajer tingkat menengah dan manajer tingkat bawah. Proses pengacakan diambil dari masing-masing kelompok tersebut.

d. Pengambilan Sampel Acak Berdasar Area (*Cluster Random Sampling*)

Cluster Sampling adalah teknik sampling secara berkelompok. Pengambilan sampel jenis ini dilakukan berdasar kelompok / area tertentu. Tujuan metode Cluster Random Sampling antara lain untuk meneliti tentang suatu hal pada bagian-bagian yang berbeda di dalam suatu instansi.

e. Teknik Pengambilan Sampel Acak Bertingkat (*Multi Stage Sampling*)

Proses pengambilan sampel jenis ini dilakukan secara bertingkat. Baik itu bertingkat dua, tiga atau lebih.

2. *Nonprobability Sampling*

Penarikan sampel dengan *Nonprobability Sampling* pada umumnya dilakukan untuk suatu penelitian yang populasinya tidak diketahui, sehingga tidak dapat ditarik kesimpulannya yang berlaku umum terhadap populasi. Teknik sampel ini meliputi, *sampling* sistematis, kuota aksidental, purposive, jenuh, *snowball*.

a. *Purposive Sampling*

Purposive Sampling adalah teknik sampling yang cukup sering digunakan. Metode ini menggunakan kriteria yang telah dipilih oleh peneliti dalam memilih sampel. Kriteria pemilihan sampel terbagi menjadi kriteria inklusi dan eksklusi. Kriteria inklusi merupakan kriteria sampel yang diinginkan peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Sedangkan kriteria eksklusi merupakan kriteria khusus yang menyebabkan calon responden yang memenuhi kriteria inklusi harus dikeluarkan dari kelompok penelitian. Misalnya, calon responden mengalami penyakit penyerta atau gangguan psikologis yang dapat memengaruhi hasil penelitian.

b. *Snowball Sampling*

Snowball Sampling adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan wawancara atau korespondensi. Metode ini meminta informasi dari sampel pertama untuk mendapatkan sampel berikutnya, demikian secara terus menerus hingga seluruh kebutuhan sampel penelitian dapat terpenuhi.

c. *Accidental Sampling*

Pada metode penentuan sampel tanpa sengaja (accidental) ini, peneliti mengambil sampel yang kebetulan ditemuinya pada saat itu. Penelitian ini cocok untuk meneliti jenis kasus penyakit langka yang sampelnya sulit didapatkan.

d. *Quota Sampling*

Metode pengambilan sampel ini disebut juga Quota Sampling. Teknik sampling ini mengambil jumlah sampel sebanyak jumlah yang telah ditentukan oleh peneliti. Kelebihan metode ini yaitu praktis karena sampel penelitian sudah diketahui sebelumnya, sedangkan kekurangannya yaitu bias penelitian cukup tinggi jika menggunakan metode ini.

e. *Teknik Sampel Jenuh*

Teknik Sampling Jenuh adalah teknik penentuan sampel yang menjadikan semua anggota populasi sebagai sampel. dengan syarat populasi yang ada kurang dari 30 orang.

Berdasarkan penjelasan diatas dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teknik *Purposive Sampling*. Dengan cara pengambilan sampel ini, seluruh anggota populasi yaitu subscribers Youtube Sara Wijayanto. Peneliti menggunakan sampel pengikut aktif sebanyak 8.510.000 subscriber yang terdapat di Channel Youtube Sara Wijayanto dibagi berdasarkan kriteria peneliti, yaitu: memiliki akun instagram, sudah menonton konten Diary Misteri Sara lebih dari satu kali, sudah mensubscribe channel youtube Sara Wijayanto. Lalu dibagi lagi dalam klasifikasi usia, jenis kelamin (perempuan atau laki-laki), dan tingkat pendidikannya.

3.6 Operasional Variabel

3.6.1 Variabel Bebas (X)

Variabel X atau bisa disebut juga Variabel Independen, adalah variable stimulus, predictor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variable

bebas. Variabel bebas adalah merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen / terikat.

Dalam penelitian ini Variabel X atau Variabel Bebasnya adalah “Konten Youtube Diary Misteri Sara”. Dalam penelitian ini, variabel bebas yang digunakan peneliti adalah Konten Youtube Diary Misteri Sara meliputi : kredibilitas, daya tarik, Kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan), Isi Konten menarik perhatian, Isi Konten dapat dimengerti, Isi Konten dapat diterima

3.6.2 Variabel Terikat (Y)

Variabel Y atau biasa disebut Variabel Dependen, adalah variabel kriteria, konsekuen. Dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas.

Adapun yang menjadi Variabel Y atau Variabel Terikat adalah “Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis”. Dalam penelitian ini, variabel terikat yang digunakan peneliti masyarakat tentang konten mistis melalui interest kategori variabel Y adalah: Percaya (*Belief*), Sikap (*Attitude*) dan, Persepsi (*Perception*)

Tabel 3.1
Operasional Variabel X Dan Variabel Y

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Likert	Alat Uji
Konten Youtube “Diary Misteri Sara” (X)	Kredibilitas	1. Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		2. Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Daya Tarik	3. Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3	Kuesioner

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Likert	Alat Uji
			Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	
		4. Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Kekuasaan	5. Konten Youtube Sara Wijayanto karena mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		6. Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Isi Konten menarik perhatian	7. Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		8. Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Isi Konten dapat diterima	9. Komunikasi bersifat dua arah bahasa yang digunakan mudah dipahami	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Isi Konten dapat dimengerti	10. Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Y)	Percaya (<i>Belief</i>)	11. Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner

Variabel	Indikator	Pernyataan	Skala Likert	Alat Uji
	Sikap (<i>Attitude</i>)	12. Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		13. Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		14. Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		15. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang / masyarakat	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
	Persepsi (<i>Perception</i>)	16. Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		17. Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner
		18. Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat	Sangat Setuju = 5 Setuju = 4 Ragu – Ragu = 3 Tidak Setuju = 2 Sangat Tidak Setuju = 1	Kuesioner

3.7 Uji Statistik

3.7.1 Skala Likert

Menurut Sugiyono menjelaskan bahwa: Skala Likert adalah digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dalam penelitian, fenomena sosial ini telah ditetapkan secara spesifik oleh peneliti, yang selanjutnya disebut sebagai variabel penelitian. (Sugiyono, 2017:93)

Berdasarkan pengertian skala Likert yang telah dijelaskan, peneliti menggunakan skala Likert menyimpulkan bahwa dengan menggunakan skala Likert dapat diukur dan dijabarkan menjadi indikator. Variable indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk mengukur item-item instrument yang dapat berupa pernyataan dan pertanyaan. Jawaban dari setiap item instrument yang menggunakan Skala Likert mempunyai gradasi positif sampai negatif, yang dapat berupa kata-kata seperti:

Tabel 3.2
Skala Likert

Sangat Setuju	5
Setuju	4
Ragu-ragu	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

(Sumber: Sugiono, 2016)

Instrumen penelitian yang menggunakan skala likert dapat dibuat dalam bentuk checklist atau pilihan ganda. Secara keseluruhan kebenaran data baik dalam bentuk angka atau fakta-fakta yang dituangkan dalam penelitian ini dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya.

3.7.2 Pengujian Korelasi

Analisis korelasi adalah analisis yang menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih variabel. Kekuatan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi)". (Sugiyono 2017:183)

Tabel 3.3
Pedoman Untuk Memberikan Interpretasi
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,21 – 0,390	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber: (Sugiyono, 2017: 184)

Menurut Sugiyono (2017), ada beberapa ketentuan lain yang berlaku mengenai sifat dan nilai hubungan (korelasi) yaitu:

- a. Nilai hubungan (korelasi) antara variabel X dan Y berkisar antara -1 sampai dengan $+1$
- b. Hubungan bersifat positif terjadi bila “semakin besar nilai variabel X maka semakin besar pula nilai variabel Y atau sebaliknya”.
- c. Hubungan bersifat negatif terjadi bila “semakin kecil nilai variabel X maka semakin kecil nilai variabel Y atau sebaliknya”.
- d. Bila nilai koefisien hubungan sama dengan 0, berarti tidak ada hubungan antar variabel.
- e. Bila nilai koefisien hubungan sama dengan 1 atau sama dengan -1 , berarti terjadi hubungan sempurna. Yang pertama disebut mempunyai hubungan (korelasi) yang sempurna positif dan yang kedua adalah hubungan sempurna negatif

Signifikasi hubungan antar variabel yang diteliti dapat dianalisa dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas atau signifikansi $< 0,005$ hubungan antar variable signifikan.
2. Jika probabilitas atau signifikansi $> 0,005$ hubungan antar variabel tidak signifikan.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik *statistic Pearson's Corellation Moment*. Rumus ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel lainnya.

Berikut ini adalah rumus *Pearson's Corellation Product Moment*:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

- r = Koefisien korelasi Pearson's Correlation Product Moment
- N = Jumlah individu dalam sampel
- X = Skor yang diperoleh subjek dalam setiap item
- Y = Skor total yang diperoleh subjek dalam setiap item
- $\sum x$ = Jumlah skor dalam variabel X
- $\sum y$ = Jumlah skor dalam variabel Y
- $\sum x^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing skor Y
- $\sum xy$ = Jumlah skor perkalian variabel X dan Y

3.7.3 Analisis Regresi

Menurut Sugiyono (2017:275) analisis regresi ditujukan untuk mencari hubungan dua variabel atau lebih dalam bentuk fungsi atau persamaan tergantung dari yang dihasilkan adanya pengaruh satu atau lebih variabel bebas.

Persamaan analisis regresi linier sederhana adalah:

$$Y = a + bX$$

Dimana: Y = Variabel T

X = Variabel bebas

a = Konstanta, yang diperoleh dengan rumus:

$$a = \frac{(\sum y)(\sum x^2) - (\sum x)(\sum xy)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

b = Koefisien regresi, yang diperoleh dengan rumus:

$$b = \frac{n(\sum xy) - (\sum x)(\sum y)}{n(\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

3.7.4 Uji Anova (Uji F)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model mempunyai hubungan secara bersama-sama terhadap variabel dependen atau variabel independen. Untuk melihat dan mengetahui hipotesis yang telah diajukan dapat diterima signifikan atau ditolak, maka akan diuji dengan menggunakan uji anova. Uji anova digunakan untuk menguji hipotesis dengan menggunakan rumus sebagai berikut. (Sugiyono 2017:192)

$$SS_b = \sum \frac{T^2}{n} - \frac{G^2}{N}$$

Ket: T = Total X masing-masing kelompok

G = Total G keseluruhan

n = Jumlah sampel masing-masing kelompok

N = Jumlah sampel keseluruhan

Selanjutnya untuk mengetahui signifikan analisis jalur dibandingkan antara probabilitas 0,05 dengan nilai probabilitas signifikan sebagai dasar pengambilan keputusan sebagai berikut.

- Jika nilai probabilitas < 0,05 H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya signifikan.
- Jika nilai probabilitas > 0,05 H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya tidak signifikan.

3.7.5 Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi (KD) adalah angka yang menyatakan atau digunakan untuk mengetahui Kontribusi atau sumbangan yang diberikan oleh sebuah variabel atau lebih X (bebas) terhadap Y (terikat). Mengetahui beberapa persen (%) dari variabel-variabel dependent (Y) dapat diterangkan oleh variabel independent (X) atau berapa besar variable independent (X) mempengaruhi variabel (Y), maka koefisien determinasi yang dapat digunakan kuadrat koefisien korelasi. Rumus koefisien determinasi adalah: (Sugiyono, 2017)

$$KD = r^2 \times 100\%$$

Ket: KD = Koefisien Determinasi

r = Koefisien Korelasi

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Dalam suatu penelitian ilmiah, teknik pengumpulan data dimaksudkan untuk memperoleh bahan-bahan yang relevan, akurat, dan terpercaya. Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang terbagi dalam 2 cara yaitu:

3.8.1 Data Primer

1) Kuesioner

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini diperoleh langsung dari objek penelitian yaitu dengan menggunakan instrument penelitian berbentuk kuesioner yaitu suatu alat pengumpulan data dengan memberikan daftar pertanyaan tertulis kepada responden untuk diisi guna mendapatkan informasi dalam rangka memperoleh data yang diperlukan. Kuesioner dibuat melalui google forms dengan menyusun pertanyaan-pertanyaan berdasarkan variabel penelitian yakni variabel X dan variabel Y.

Proses penyebaran kuesioner yang dilakukan peneliti adalah dengan mengirimkan link atau website dari google forms melalui direct message (pesan langsung) kepada *followers* aktif Instagram @diarymisterisara. Hal ini dilakukan karena adanya masalah teknis dalam aplikasi youtube tempat dimana konten dalam penelitian ini ditayangkan. Kendala teknis tersebut adalah tidak adanya fitur untuk mengirim pesan kepada akun yang berkomentar di kolom komentar youtube, maka dari itu peneliti menggunakan media Instagram dalam pembagian kuesioner dengan asumsi bahwa *followers* akun tersebut merupakan subscriber channel youtube Sara Wijayanto.

Kuesioner digunakan untuk mencari tahu pendapat mereka mengenai pengaruh media sosial Youtube terhadap minat kuliner. Kuesioner disebar dan diisi selama seminggu. Peneliti memandu responden dalam mengisi kuesioner, agar pengisiannya benar dan tidak bersifat subjektif. Setiap pertanyaan kuesioner diutarakan dengan jelas oleh peneliti. Setelah diisi, semua kuesioner kembali ke peneliti secara utuh, dan tidak terdapat kesalahan saat mengisi.

3.8.2 Data Sekunder

Data Sekunder menurut Sugiyono (2016: 225) merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Sumber data sekunder merupakan sumber data pelengkap yang berfungsi melengkapi data yang diperlukan data primer.

Data sekunder peneliti dapatkan dari studi kepustakaan dan juga buku - buku yang menunjang kelengkapan penelitian, selain itu juga data sekunder pada penelitian ini seperti referensi dari internet, teori serta jurnal – jurnal penelitian terdahulu yang berada pada lokasi yang berbeda dan kemudian dikumpulkan untuk melengkapi penelitian. Teknik ini sangat diperlukan oleh peneliti guna mendapatkan dokumen – dokumen yang dibutuhkan untuk menjadi bahan perbandingan teoritis sehingga menunjang validitas penelitian.

3.9 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah suatu proses penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Analisis yang dilakukan adalah data yang berupa jawaban dari para responden dikumpulkan dan dianalisa secara kuantitatif, yaitu data tersebut dikelompokkan dan dijumlahkan sehingga menghasilkan angka-angka, jadi data dari penelitian ini bersifat kuantitatif.

Analisis data hasil penelitian kuantitatif menggunakan statistik. Ada dua macam statistik yang digunakan penelitian kuantitatif yakni statistik deskriptif dan statistik inferensial. (Sugiyono, 2017:148)

1. Statistik Deskriptif

Statistik deskriptif digunakan untuk menggambarkan peristiwa, perilaku atau objek tertentu lainnya.

a. Distribusi Frekuensi

Distribusi frekuensi adalah membantu peneliti untuk mengetahui bagaimana distribusi frekuensi data penelitian

b. Tendensi Sentral

Bertujuan untuk mendapatkan ciri khas tertentu dalam bentuk sebuah nilai bilangan yang merupakan ciri khas dari bilangan tersebut. Ada 3 pengukur berbeda tendensi sentral yaitu :

1) Mean

Mean (nilai rata-rata) adalah nilai tengah dari total bilangan

2) Modus

Modus merupakan jenis tendensi sentral yang menunjukkan frekuensi terbesar pada suatu kelompok data nominal tertentu.

3) Median

Median adalah nilai tengah sebuah data, untuk mencarinya data terlebih dahulu diurutkan.

2. Statistik inferensial

Statistik inferensial yang digunakan adalah statistik parametris karena statistik parametris kebanyakan digunakan untuk menganalisis data interval dan rasio. Menurut Sugiyono (2017:149) pengertian statistik parametris adalah sebagai berikut:

“Statistik parametris digunakan untuk menguji parameter populasi melalui statistik, atau menguji ukuran populasi melalui data sampel. (pengertian statistik di sini adalah data yang diperoleh dari sampel)”.

Menurut Sugiyono (2017:149) statistik parametris memerlukan terpenuhi banyak asumsi. Asumsi yang utama adalah data yang akan dianalisis harus berdistribusi normal. Selanjutnya dalam penggunaan salah satu tes mengharuskan data dua kelompok atau lebih yang diuji harus homogen, dalam regresi harus terpenuhi asumsi linieritas

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa penelitian ini menggunakan teknik analisis data dengan jenis statistik inferensial karena penelitian ini sudah diketahui data sampel dan data populasi.

Data yang diperoleh nantinya akan dianalisis secara kuantitatif dengan jenis/tipe eksplanatif. Untuk membantu serta mengolah data dan menghitung hasil penelitian menggunakan metode SPSS (*Statiscal Package for Social Science*) melalui tahap-tahap sebagai berikut:

1. Editing

Penelitian memisahkan jawaban dari responden antara error dan tidak error, juga memisahkan jawaban responden. Editing dilakukan terhadap rekaman jawaban yang telah ditulis ke dalam daftar pernyataan atau pertanyaan oleh para pencari data. Dalam editing ini akan diteliti kembali dengan hal-hal sebagai berikut:

- a. Lengkapnya penelitian
- b. Keterbacaan tulisan
- c. Kejelasan makna jawaban
- d. Relefas jawaban
- e. Keragaman suatu data

2. Coding

yang dimaksud coding adalah usaha untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban para responden menurut bagian-bagiannya. Dengan kata lain dapat disebutkan bahwa tujuan dari coding adalah untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban kedalam kategori-kategori yang penting dimana penulis akan memberi tanda-tanda atau kode-kode berupa simbol atau angka pada jawaban-jawaban dari responden.

3. Tabulasi

Proses perhitungan frekuensi yang terbilang didalam masing-masing kategori disebut tabulasi. Oleh karena itu hasil perhitungan harus selalu disajikan dalam bentuk tabel, maka istilah tabulasi sering kali diartikan sebagai proses penyusunan data kedalam bentuk tabel, karena data yang dibaca kemudian dimasukkan ke dalam computer dalam bentuk tabel-tabel tunggal.

4. Interpreting

Interpreting adalah bagian terakhir dalam pengolahan data penelitian kuantitatif. Pada bagian ini diskusi serta interpretasi data yang dilakukan sebenarnya bertujuan penyimpulan yang mendukung hipotesis teoritis, dan interpretasi data bermakna sebagai proses reconseptualisasi terhadap hasil analisis yang bersifat empiris.

3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian

Adapun lokasi penelitian yaitu peneliti telah mengamati media sosial instagram dan konten youtube “Diary Misteri Sara”. Waktu penelitian dimulai sejak penulisan penelitian ini yaitu sejak 22 Mei 2021 dan masih berlangsung hingga Desember 2021. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan kuesioner online dari Google Forms (<http://docs.google.com/>). Menyebarkan kuesioner kepada pengguna Instagram yang merupakan *followers* aktif akun @diarymisterisara untuk mendapatkan jawaban dari setiap responden yang dipilih sebagai sampel.

3.11 Validitas dan Reabilitas

3.11.1 Validitas

Menurut Sugiyono mengatakan “instrumen yang valid berarti alat ukur yang digunakan untuk mendapatkan data (mengukur) itu valid. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur” (Sugiyono, 2017:121)

Uji validitas *content* (validitas isi) peneliti akan mengkonsultasikan instrument dengan faktor-faktor variabel yang bersangkutan. Uji coba secara empiris menggunakan korelasi *product moment* dengan bantuan fasilitas SPSS versi 20 for windows. Adapun angka-angka yang tersaji dalam tabel distribusi frekuensi maupun tabel silang tersebut dianalisis dengan korelasi *product moment* untuk mengetahui seberapa jauh hubungan dari variabel-variabel yang berhubungan dengan perilaku kognitif, afektif dan konatif dengan rumus:

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

R_{xy} : koefisien korelasi antara X dan Y

X : Variabel (Pengaruh Konten Youtube Horor “Diary Misteri Sara”)

Y : Variabel (Opini Masyarakat tentang konten mistis)

N : Jumlah sampel yang ingin diteliti

Untuk mengetahui valid atau tidak validnya pernyataan – pernyataan dalam kuesioner, maka peneliti terlebih dahulu menentukan besaran nilai batas validitas:

$$Df = n-2$$

$$Df = 100-2$$

$$Df = 98$$

Besaran $df = 98$ dipertemukan dengan margin **error** 5 % (0,05) dalam tabel r, sehingga diperoleh nilai batasan = 0,1966. Dasar pengambilan keputusan pada uji validitas ini adalah sebagai berikut:

- a. Jika $r_{\text{tabel}} < r_{\text{hitung}}$, maka butir atau pernyataan tersebut valid
 - b. Jika $r_{\text{tabel}} > r_{\text{hitung}}$, maka butir atau pernyataan tersebut tidak valid
- Bahwa semua pernyataan ini dinyatakan valid. Nilai r hasil didapat dari hasil perhitungan korelasi **pearson's product moment** antara skor tiap butir pernyataan dengan skor total dengan bantuan SPSS versi 20.

3.11.1.1 Hasil Uji Validitas

a. Uji Validitas Variabel X

Hasil uji validitas instrumen akun @Diary Misteri Sara (variabel X). Setelah dilakukan uji validitas pada instrument variabel X, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 3.4
Hasil Spss Uji Validitas Kuesioner Variabel X

Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Tabel 3.4 (Lanjutan) Hasil Spss Uji Validitas Kuesioner Variabel X				
X1.4	35.7600	31.518	.906	.919
X1.5	35.7600	31.841	.851	.921
X1.6	36.2200	28.759	.778	.922
X1.7	35.8800	34.046	.322	.944
X1.8	36.1500	28.614	.705	.929
X1.9	35.8300	30.991	.824	.920
X1.10	35.8000	30.121	.781	.921

Sumber: Data Hasil SPSS ver. 20

Berdasarkan tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa 10 (Sepuluh) butir pernyataan yang dikatakan valid apabila $> 0,1966$. Dari tabel diatas, maka berikut kesimpulan hasil dari r -hitung setiap pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel.

Tabel 3.5
Kesimpulan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel X
Konten Youtube “Diary Misteri Sara”

No	Pernyataan Variabel Konten Youtube Diary Misteri Sara	Nilai r hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
X1.1	Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.	0.863	0.1996	Valid
X1.2	Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural	0.776	0.1996	Valid
X1.3	Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi	0.820	0.1996	Valid
X1.4	Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton	0.906	0.1996	Valid
X1.5	Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis	0.851	0.1996	Valid
X1.6	Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus	0.778	0.1996	Valid
X1.7	Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda	0.322	0.1996	Valid
X1.8	Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata	0.705	0.1996	Valid
X1.9	Komunikasi bersifat dua arah, bahasa yang digunakan mudah dipahami	0.824	0.1996	Valid
X1.10	Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait	0.781	0.1996	Valid

No	Pernyataan Variabel Konten Youtube Diary Misteri Sara	Nilai r hitung	Nilai r Tabel	Keterangan
	keberadaan adanya hal-hal mistis			

Sumber: **Data Hasil SPSS ver. 20**

Berdasarkan tabel 3.5 diketahui untuk mengetahui butir pernyataan, caranya adalah dengan membandingkan skor r hitung pada kolom Corrected Item-Total Correlation dengan r tabel, r tabel dilihat pada signifikansi 5% dengan derajat bebas (df) = $n-2 = 100-2 = 98$ sehingga di dapat r tabel sebesar 0,1996. Jika r hitung > r tabel maka butir pernyataan tersebut dinyatakan valid. sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pernyataan pada variabel X adalah valid. Pada tabel diatas dari 10 (Dua Puluh) pernyataan pada variabel X yang diajukan semuanya valid.

b. Uji Validitas Y

Hasil uji validitas instrumen opini masyarakat tentang konten mistis (variabel Y). Setelah dilakukan uji validitas pada instrumen variabel Y, maka diperoleh hasil sebagai berikut

Tabel 3.6

Hasil Spss Uji Validitas Kuesioner Variabel Y
Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis

Item-Total Statistics				
Item Pernyataan	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	28.3300	15.759	.622	.894
Y2	28.6400	13.950	.720	.889
Y3	28.1800	16.573	.768	.887
Y4	28.1800	16.573	.768	.887
Y5	28.5800	13.842	.836	.873
Y6	28.1200	16.652	.558	.899
Y7	28.5800	13.842	.836	.873
Y8	28.1200	16.652	.558	.899

Sumber: **Data Hasil SPSS ver. 20**

Berdasarkan tabel diatas tersebut menunjukkan bahwa 8 (delapan) butir pernyataan yang dikatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Dari tabel diatas, maka berikut hasil nilai r -hitung setiap pernyataan dalam kuesioner untuk masing-masing variabel.

Tabel 3.7
Kesimpulan Hasil Uji Validitas Kuesioner Variabel Y

No	Pernyataan Variabel Y Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis	Nilai r hitung	Nilai r tabel	Keterangan
Y1	Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain	0.622	0.1996	Valid
Y2	Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.	0.720	0.1996	Valid
Y3	Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis	0.768	0.1996	Valid
Y4	Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai	0.768	0.1996	Valid
Y5	Latar belakang budaya,kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang /masyarakat	0.836	0.1996	Valid
Y6	Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami	0.558	0.1996	Valid
Y7	Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat	0.836	0.1996	Valid
Y8	Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat	0.558	0.1996	Valid

Sumber: Data Hasil SPSS ver. 20

Berdasarkan pada tabel 3.7. diatas dari 8 (delapan) pernyataan pada variabel Y yang diajukan semuanya valid.

3.11.2 Reliabilitas

Reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama pula.

Teknik pengukur dalam reliabilitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah AlphaCronbach, dan dibantu fasilitas SPSS versi 20 for Windows. Menurut Siregar dalam bukunya Metode Penelitian Kuantitatif, “Teknik atau rumus ini dapat digunakan untuk menentukan apakah suatu instrument penelitian reabel atau tidak, bila jawaban yang diberikan responden berbentuk skala seperti 1 – 3, dan 1 – 5, serta 1 – 7 atau jawaban responden yang menginterpretasikan penilaian sikap.

Adapun interpretasi dan nilai dari cronbach adalah sebagai berikut:

Tabel 3.8
Interval Cronbach's Alpha

Interval Cronbach's Alpha	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,20	Tidak Reliable
0,21 – 0,40	Kurang Reliabel
0,41 – 0,60	Cukup Reliabel
0,61 – 0,80	Reliabel
0,81 – 1,00	Sangat Reliabel

Reliabilitas mengandung arti bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan dan tetap. Dalam penelitian ini menggunakan metode alpha cronbach yaitu perhitungan yang dilakukan dengan menghitung rata-rata interkorelasi diantara butir-butir pernyataan dalam kuesioner. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item yang masuk pengujian adalah item yang valid saja. Untuk menentukan apakah instrument reliable atau tidak menggunakan batasan 0,6. Menurut sekaran (1992), reliabilitas kurang dari 0,6 adalah kurang baik, sedangkan 0,7 dapat diterima dan di atas 0,8 adalah baik (Priyatno,2014).

Tabel 3.9

Kesimpulan Hasil Spps Uji Reliabilitas Variabel X
Konten Youtube Diary Misteri Sara Dan Variabel Y
Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis

No	Variabel	Cronbach's Alpha	Batas Realibilitas	Kesimpulan
1	Konten Youtube Diary Misteri Sara (X)	0,931	0,60	Sangat Realibel
2	Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Y)	0,901	0,60	Sangat Realibel

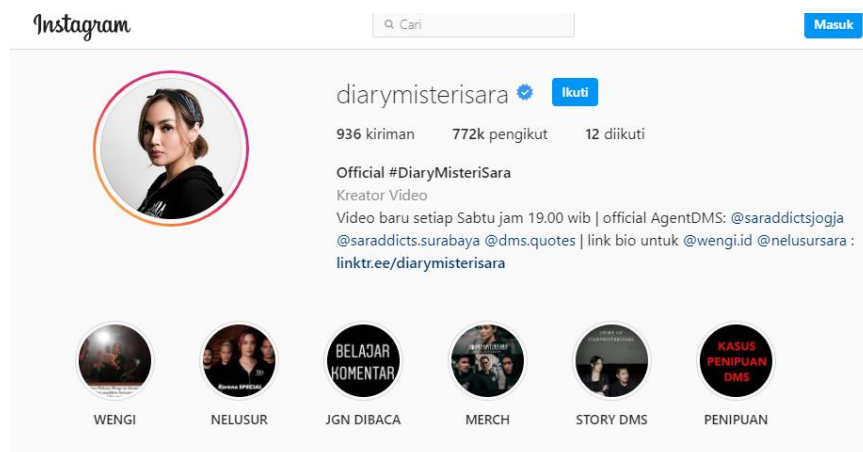
Sumber: Data Hasil SPSS ver. 20

Pada tabel diatas reability statistic yang terlihat cronbach's alpha sebesar 0,931 untuk variabel X dan 0,901 untuk variabel Y. Jika nilai cronbach's alpha lebih dari 0,60 maka kuesioner dapat dikatakan memenuhi konsep reliabilitas, sehingga pernyataan dapat dijadikan sebagai alat ukur penelitian. Untuk uji cronbach's alpha 0,931 dan 0,901 berada dikisaran 0,81 – 1,00 artinya sangat realibel. Dari kedua hasil pengujian validitas dan reliabilitas memperlihatkan bahwa pernyataan yang digunakan pada kuesioner telah sesuai, konsisten, dan sah. Sehingga dapat dilakukan pembahasan jawaban responden untuk tiap masing-masing pernyataan.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian



Sumber: Instagram diarymisterisara

Gambar 4.1

Jumlah Followers diarymisterisara pada 13 Oktober 2021

Peneliti menjadikan akun instagram diarymisterisara sebagai tempat penelitian yang sedang peneliti teliti dikarenakan adanya masalah teknis dalam aplikasi youtube tempat dimana konten dalam penelitian ini ditayangkan. Kendala teknis tersebut adalah tidak adanya fitur untuk mengirim pesan kepada akun yang berkomentar di kolom komentar youtube, maka dari itu peneliti menggunakan media Instagram dalam pembagian kueisoner dengan asumsi bahwa followers akun tersebut merupakan subscriber channel youtube Sara Wijayanto. Akun Instagram Tim Diary Misteri Sara atau lebih dikenal dengan nama pengguna @diarymisterisara ini memiliki 12 following dan 772.000 followers. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil pengikut atau followers dalam instagram tersebut sebagai subjek penelitian. Penentuan subjek melalui teknik purposive sampling, dengan melihat followers aktif di komen foto akun instagram tersebut. Setelah mendapatkan populasi yang diinginkan yaitu, 100 orang setelah dihitung menggunakan rumus slovin, peneliti merasa cukup sesuai untuk dijadikan sampel

penelitian ini. Followers dari akun instagram diarymisterisara beragam, tidak hanya perempuan yang menjadi pengikut dari akun tersebut. Kaum lelaki pun menjadi pengikut dari akun instagram diarymisterisara. Rata – rata pengikut akun tersebut berusia sekitar 15 tahun kebawah hingga 20 tahun keatas.

4.2 Hasil Penelitian

Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis yang dianalisis peneliti pada Subscribers Youtube Sara Wijayanto dalam hal opini masyarakat tentang konten mistis dapat diketahui melalui 18 pernyataan yang telah ditentukan. Peneliti menetapkan 100 responden dengan penyebaran kuesioner melalui Direct Message berupa Google Docs yang berjumlah sebanyak 18 pertanyaan, dan dibagikan kepada followers akun instagram @diarymisterisara. Terdapat 132 kuesioner yang telah terisi namun setelah dilakukan tahap penyortiran dan pengecekan terhadap data isian, hanya terdapat 100 kuesioner yang layak untuk digunakan sebagai bahan penelitian.

Data diperoleh dari hasil kuesioner terdiri dari dua macam, yaitu data responden dan data penelitian. Data responden adalah seluruh data responden atau sampel yang dipandang relevan dengan permasalahan yang diidentifikasi, sedangkan data penelitian adalah sejumlah skor yang diperoleh dari jawaban responden atas pernyataan mengenai variabel penelitian, yaitu Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis.

4.2.1. Karakteristik Responden

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis kelamin responden laki – laki dan perempuan, dan usia responden dari < 17 tahun, 18 – 24 tahun, dan > 25 tahun. dan tingkat pendidikan. Untuk lebih jelasnya akan disajikan karakteristik responden berdasarkan usia yang dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 4.1
Data Responden Berdasarkan Usia, Jenis Kelamin Dan Tingkat Pendidikan

Keterangan		Frekuensi	Percent	Mean	Median	Modus
Usia	< 17 Tahun	0		2,23	2,00	2
	18-24 Tahun	77	77%			
	>25 tahun	23	23%			
	Total	100	100%			
Jenis Kelamin	Laki-Laki	26	26%	1,74	2,00	2
	Perempuan	74	74%			
	Total	100	100%			
Pendidikan	SMP	0	0	2,45	2,00	2
	SMA	55	55%			
	S1	45	45%			
	Total	100	100%			

Sumber: **Kuisisioner Responden (diolah peneliti)**

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang, dengan usia < 17 sebanyak 0 responden (0%), 18–24 sebanyak 77 responden (77%) dan > 25 sebanyak 23 responden (23%). Dapat dilihat dari jumlah tersebut maka disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh usia 18-24 tahun. terdapat Mean 2,23, Median 2,00 dan Modus 2.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 100 orang, dengan jenis kelamin laki-laki 26 responden (26%) dan perempuan 74 responden (74 %). Pada penelitian ini responden perempuan lebih dominan dibanding laki-laki. Dapat dilihat dari jumlah tersebut maka disimpulkan bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh perempuan, terdapat Mean 1,74, Median 2,00 dan Modus 2.

Berdasarkan tabel 4.1 dapat dilihat bahwa dalam penelitian ini jumlah responden sebanyak 88 orang, dengan tingkat pendidikan SMP sebanyak 0 responden (0%), SMA sebanyak 55 responden (55%) dan S1 sebanyak 45 responden (45%) Pada penelitian ini responden pendidikan SMA lebih dominan dibanding S1 (Sarjana). Dapat dilihat dari jumlah tersebut maka disimpulkan

bahwa responden dalam penelitian ini di dominasi oleh tingkat pendidikan SMA terdapat Mean 2,45 Median 2,00 dan Modus 2.

4.2.2. Analisa Frekuensi Pernyataan Variabel (X) dan Variabel (Y)

Pada sub-bab in akan dijelaskan mengenai deskripsi data hasil dari penelitian yang diperoleh dari kuisoner, data tersebut kemudian dianalisis berdasarkan perhitungan frekuensi dan presentase yang disajikan dalam bentuk tabel dan diagram oleh peneliti. Peneliti melakukan pembahasan berdasarkan indikator pada operasional variabel.

4.2.2.1. Analisa Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara”

Penilaian mengenai akun @Diary Misteri Sara di jejaring sosial Instagram terdiri dari 6 (enam) indikator yaitu: kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten menarik perhatian, isi konten dapat diterima dan isi konten dapat dimengerti, kemudian indikator tersebut dikembangkan menjadi 10 pernyataan. Dengan rincian indikator dari Pengaruh Konten Youtube “Diary Misteri Sara” sebagai berikut:

Tabel 4.2.
Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya

X1.1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Ragu-Ragu	11	11.0	11.0	12.0
Valid Setuju	64	64.0	64.0	76.0
Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.2 diatas, bahwa ada 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 11 responden (11%) menjawab ragu-ragu, 64 responden (64%) menjawab setuju dan 24 responden (24%) menjawab sangat sangat setuju konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.

Tabel 4.3
Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan
supranatural

X1.2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	10.0
Valid Setuju	65	65.0	65.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.3 diatas, bahwa,1 responden (1%) menjawab tidak setuju,9 responden (9%) menjawab ragu-ragu, 65 responden (65%) menjawab setuju dan 25 responden (25%) menjawab sangat sangat setuju Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural

Tabel 4.4
Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	15.0
Ragu-Ragu	28	28.0	28.0	43.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.4 diatas, bahwa ada 15 esponden (15%) menjawab tidak setuju, 28 responden (28%) menjawab ragu-ragu, 35 responden (35%) menjawab setuju dan 22 responden (22%) menjawab sangat sangat setuju Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi.

Tabel 4.5
Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton
X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	9.0
Setuju	66	66.0	66.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.5 diatas, bahwa ada 9 responden (9%) menjawab ragu-ragu, 66 responden (66 %) menjawab setuju dan 25 responden (25 %) menjawab sangat sangat setuju memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton

Tabel 4.6
Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis
X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	10	9.0	9.0	9.0
Setuju	65	66.0	66.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.6 diatas, Berdasarkan pernyataan tabel 4.5 diatas, bahwa ada 9 responden (9%) menjawab ragu-ragu, 65 responden (65%) menjawab setuju dan 25 responden (25 %) menjawab sangat sangat setuju Sara Wijayanto karena mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis

Tabel 4.7
Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa
atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
Ragu-Ragu	28	28.0	28.0	40.0
Valid Setuju	38	38.0	38.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.7, diatas, bahwa ada 12 ersponden (12%) menjawab tidak setuju, 28 responden (28%) menjawab ragu-ragu, 38 responden (38 %) menjawab setuju dan 22 responden (22 %) menjawab sangat sangat setuju Konten Youtube Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus .

Tabel 4.8
Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda

X1.7

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Ragu-Ragu	4	4.0	4.0	8.0
Valid Setuju	72	72.0	72.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.8 diatas, bahwa ada 4 responden (4%) menjawab tidak setuju, 4 responden (4%) menjawab ragu-ragu, 72 responden (72

%) menjawab setuju dan 20 responden (20 %) menjawab sangat sangat setuju isi konten memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda.

Tabel 4.9
Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk
tak kasat mata

X1.8

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	36.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.9 diatas, bahwa ada 16 responden (16%) menjawab tidak setuju, 20 responden (20%) menjawab ragu-ragu, 35 responden (35%) menjawab setuju dan 29 responden (29 %) menjawab sangat sangatsetuju konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata

Tabel 4.10
Komunikasi bersifat dua arah bahasa yang digunakan mudah dipahami

X1.9

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	14.0
Valid Setuju	61	61.0	61.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20)

Berdasarkan pernyataan tabel 4.10 diatas, bahwa ada 2 responden (2%) menjawab tidak setuju, 12 responden (13%) menjawab ragu-ragu, 61 responden (61%) menjawab setuju dan 25 responden (25 %) menjawab sangat sangat setuju

isi konten dapat diterima dan komunikasi bersifat dua arah, bahasa yang digunakan mudah dipahami.

Tabel 4.11
Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan
adanya hal-hal mistis
X1.10

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	3.0
Ragu-Ragu	11	11.0	11.0	14.0
Setuju	55	55.0	55.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20)

Berdasarkan pernyataan tabel 4.11 diatas, bahwa ada 2 responden (2%) menjawab sangat tidak setuju, 1 responden (1%) menjawab tidak setuju, 11 responden (11%) menjawab ragu-ragu, 55 responden (55 %) menjawab setuju dan 31 responden (31%) menjawab sangat sangat setuju isi konten memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis

4.2.2.2. Analisa Terhadap Opini Masyarakat tentang Konten Mistis (Y)

Setelah mengetahui hasil data karakteristik responden dan pengaruh opini masyarakat tentang konten mistis di instagram @Diary Misteri Sara, peneliti akan membahas dan menyajikan data valid hasil dari jawaban responden followers (pengikut) akun instagram @Diary Misteri Sara. Dengan indikator. Percaya (Belief), mempunyai 2 pernyataan, indikator Sikap (Attitude) mempunyai 2 pernyataan, dan Persepsi (Perception) mempunyai 4 pernyataan. Berikut adalah hasil pengolahan data variabel Dependen y:

Tabel 4.12

Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	14.0
Valid Setuju	61	61.0	61.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.12 diatas, bahwa ada 5 responden (5%) menjawab tidak setuju, 9 responden (9%) menjawab ragu-ragu, 61 responden (61%) menjawab setuju dan 25 responden (25%) menjawab sangat sangat setuju dengan menonton konten youtube “Diary Misteri Sara” keyakinan adanya kehidupan di dunia lain

Tabel 4.13

Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
Ragu-Ragu	30	30.0	30.0	40.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.13 diatas, bahwa ada 10 responden (10%) menjawab tidak setuju, 30 responden (30%) menjawab ragu-ragu, 35 responden (35%) menjawab setuju dan 25 responden (25%) menjawab sangat sangat setuju setelah menonton konten youtube Diary Misteri Sara” pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.

Tabel 4.14
Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis
Y3

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	4	4.0	4.0	4.0
Setuju	71	71.0	71.0	75.0
Valid Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.14 diatas, bahwa ada 33 responden (33%) menjawab ragu-ragu, 41 responden (41%) menjawab setuju dan 9 responden (9%) menjawab sangat sangat setuju sikap penonton setelah menonton konten youtube “Diary Misteri Sara” menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis.

Tabel 4.15
Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai
Y4

	Frekuensi	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	28	28.0	28.0	28.0
Ragu-Ragu	31	31.0	31.0	59.0
Valid Setuju	34	34.0	34.0	93.0
Sangat Setuju	7	7.0	7.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.15 diatas, bahwa ada 28 responden (28%) menjawab tidak setuju, 31 responden (31%) menjawab ragu-ragu, 34 responden (34%) menjawab setuju dan 7 responden (7%) menjawab sangat sangat setuju setelah menonton konten youtube “Diary Misteri Sara” timbul rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai

Tabel 4.16
Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang /masyarakat

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Ragu-Ragu	27	27.0	27.0	34.0
Valid Setuju	44	44.0	44.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.16 diatas, bahwa ada 7 responden (7%) menjawab tidak setuju, 27 responden (27%) menjawab ragu-ragu, 44 responden (44%) menjawab setuju dan 22 responden (22%) menjawab sangat sangat setuju konten youtube “Diary Misteri Sara” tidak sesuai dengan budaya yang dianut masyarakat Indonesia

Tabel 4.17
Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	53	53.0	53.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.17 diatas, bahwa ada 10 responden (10%) menjawab ragu-ragu, 53 responden (53%) menjawab setuju dan 37 responden (37%) menjawab sangat sangat setuju setelah menonton konten youtube “Diary Misteri Sara” membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami.

Tabel 4.18
Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku di masyarakat

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Ragu-Ragu	27	27.0	27.0	34.0
Valid Setuju	44	44.0	44.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20

Berdasarkan pernyataan tabel 4.18 diatas, bahwa ada 7 responden (7%) menjawab tidak setuju, 27 responden (27%) menjawab ragu-ragu, 44 responden (44%) menjawab setuju dan 22 responden (22%) menjawab sangat sangat setuju konten youtube “Diary Misteri Sara” mengandung nilai moral, etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat

Tabel 4.19
Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	10.0
Valid Setuju	53	53.0	53.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

(Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS Versi 20)

Berdasarkan pernyataan tabel 4.19 diatas, bahwa ada 10 responden (10%) menjawab ragu-ragu, 53 responden (53%) menjawab setuju dan 37 responden (37%) menjawab sangat sangat setuju memperjelas pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat.

4.2.3 Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif berfungsi untuk mengetahui kondisi nyata antara variabel X dan variabel Y. Analisis ini dilakukan dengan cara mendeskripsikan setiap pernyataan dengan merujuk pada jumlah skor yang diperoleh pada setiap pernyataan dalam kuesioner. Pedoman yang digunakan dalam memberikan interpretasi merujuk pada Skala Likert dengan 5 (lima) alternative jawaban yakni; sangat setuju dengan nilai lima (5), setuju dengan nilai empat (4), ragu – ragu dengan nilai tiga (3), tidak setuju dengan nilai dua (2), sangat tidak setuju dengan nilai satu (1). Selanjutnya nilai tersebut dapat di interpretasikan ke dalam tabel 4.20 sebagai berikut:

Tabel 4.20

Pedoman Interpretasi Jumlah Skor Jawaban Responden

Interval	Kategori
4,01 – 5,00	Sangat Baik
3,01 – 4	Baik
2,01 – 3	Cukup Baik
1,01 – 2	Buruk
< 1	Sangat Buruk

Berdasarkan hasil pengolahan data dengan bantuan SPSS pada tabel 4.21 diketahui bahwa nilai rata – rata (mean) jawaban responden untuk variabel pengaruh konten youtbe Diary Misteri Sara sebagai berikut:

Tabel 4.21
Nilai Mean Variabel X (Konten Youtube Diary Misteri Sara)

No	Indikator Variabel X	Mean	Kesimpulan
1.	Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.	4,11	Sangat Baik
2.	Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural	4,13	Sangat Baik
3.	Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi	3,64	Baik
4.	Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton	4,16	Sangat Baik
5.	Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis	4,15	Sangat Baik
6.	Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus	3,70	Baik
7.	Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda	4,04	Sangat Baik
8.	Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata	3,77	Baik
9.	Komunikasi bersifat dua arah, bahasa yang digunakan mudah dipahami	4,09	Sangat Baik
10.	Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis	4,12	Baik
TOTAL MEAN		39,92	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS versi 20

Pada tabel 4.21 dari 10 pernyataan menghasilkan total nilai rata-rata atau mean sebesar 39,92. Apabila dirata-ratakan untuk ke 10 pernyataan tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,992. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara berada pada penilaian Baik.

Untuk mengetahui nilai jawaban responden tertinggi dan terendah bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.22
Total Skor Variabel X (Konten Youtube Diary Misteri Sara)

No	Indikator Variabel X	Skor	Kesimpulan
1.	Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.	4,11	
2.	Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural	4,13	
3.	Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi	3,64	Terendah
4.	Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton	4,16	Tertinggi
5.	Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis	4,15	
6.	Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus	3,70	
7.	Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda	4,04	
8.	Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata	3,77	
9.	Komunikasi bersifat dua arah, bahasa yang digunakan mudah dipahami	4,09	
10.	Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis	4,12	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS versi 20

Pada tabel 4.22 diatas yang menggambarkan tentang kondisi total jawaban responden terhadap indikator variabel X (Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara) terlihat bahwa nilai tertinggi pada Variabel X berada pada indikator pernyataan bernilai 4,16 artinya bahwa daya tarik “Diary Misteri Sara” memiliki

kesamaan dan keakraban dengan penonton di konten youtube @Diary Misteri Sara.

Sedangkan Nilai Terendah variabel X sesuai dengan jawaban responden ada pada indikator pernyataan Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi bernilai 3,64. Artinya bahwa responden tidak sepenuhnya setuju terhadap Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah Bersosialisasi.

Tabel 4.23
Nilai Mean Variabel Y (Opini Masyarakat tentang Konten Mistis)

No	Indikator Variabel Y	Mean	Kesimpulan
1.	Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain	4,06	Baik
2.	Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.	3,75	Baik
3.	Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis	4,21	Baik
4.	Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai	4,21	Baik
5.	Latar belakang budaya,kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang /masyarakat	3,81	Baik
6.	Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami	4,27	Baik
7.	Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat	3,81	Baik
8.	Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat	4,27	Baik
	TOTAL MEAN	32,39	

Sumber: Hasil Olah Data Melalui SPSS versi 20)

Pada tabel 4.32 dari 8 pernyataan menghasilkan total nilai rata-rata atau mean sebesar 32.39. Apabila dirata-ratakan untuk ke 8 pernyataan tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat tentang konten mistis berada pada penilaian sangat baik.

Untuk mengetahui nilai jawaban responden tertinggi dan terendah bisa dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4.24
Total Skor Variabel Y (Opini Masyarakat tentang Konten Mistis)

No	Indikator Variabel Y	Skor	Kesimpulan
1.	Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain	4,06	
2.	Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.	3,75	Terendah
3.	Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis	4,21	
4.	Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai	4,21	
5.	Latar belakang budaya,kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang /masyarakat	3,81	
6.	Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami	4,27	Tertinggi
7.	Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat	3,81	
8.	Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat	4,27	Tertinggi

Sumber: **Hasil Olah Data Melalui SPSS versi 20**

Pada tabel 4.24 diatas yang menggambarkan tentang kondisi total jawaban responden terhadap indicator variabel Y (Opini Masyarakat tentang Konten Mistis) terlihat bahwa nilai tertinggi pada Variabel Y berada pada indicator pernyataan “Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami dan Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat yang bernilai 4,27. Artinya bahwa responden setuju persepsi masyarakat terhadap konten youtube Diary Misteri Sara mengenai pengalaman mistis yang pernah dialami dan pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat .

Sedangkan nilai terendah variabel Y sesuai dengan jawaban responden ada pada indikator pernyataan percaya dengan adanya hal – hal mistis yang bernilai

3,75. Artinya bahwa responden tidak sepenuhnya setuju pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.

4.2.4 Analisis Statistik Inferensial

Dengan Kondisi masing-masing variabel seperti gambaran analisis deskriptif diatas, maka hubungan antar variabel selanjutnya dapat dilihat berdasarkan analisis statistik (Kuantitatif) menggunakan program SPSS versi 20. Analisis Statistik tersebut dilakukan berdasarkan 100 Responden yang telah mengisi kuesioner

4.2.5 Hasil Uji Korelasi

Uji korelasi adalah menggunakan uji statistik inferensial dengan tujuan untuk melihat derajat hubungan diantara dua atau lebih dari dua variabel dan kekuatan hubungan yang menunjukkan derajat hubungan ini disebut koefisien asosiasi (korelasi). Signifikan hubungan antar variabel yang diteliti dapat dianalisa dengan ketentuan sebagai berikut:

1. Jika probabilitas atau signifikansi $< 0,05$ hubungan antar variabel signifikan
2. Jika probabilitas atau signifikansi $> 0,05$ hubungan antar variabel tidak signifikan.

Nilai koefisien korelasi (R) menunjukkan seberapa erat hubungan antara variabel pengaruh konten youtube “Diary Misteri Sara” terhadap opini masyarakat tentang konten mistis (Y). Untuk mengetahui tingkat korelasi digunakan pedoman menurut Sugiyono (2002:216) seperti pada tabel berikut ini:

Tabel 4.25
Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Tabel 4.26
Hasil Uji Korelasi

Correlations		Opini_Mas yarakat	Konten_Youtu be
Pearson Correlation	Opini_Masyarakat	1.000	.775
	Konten_Youtube	.775	1.000
Sig. (2-tailed)	Opini_Masyarakat	.	.000
	Konten_Youtube	.000	.
N	Opini_Masyarakat	100	100
	Konten_Youtube	100	100

Berdasarkan tabel 4.26 diatas tentang hasil uji koefisien korelasi, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Pearson Correlation menunjukkan nilai r hitung = 0,775
- b. Sig. (2-tailed) atau probabilitasnya 0,000 atau lebih kecil dari taraf signifikansi ($0,000 < 0,05$) yang berarti korelasi antara kedua variabel signifikan.
- c. Jumlah responden = 100 orang responden

Berdasarkan tabel 4.26 analisis korelasi data data output SPSS 20 tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis adalah sebesar 0,000. Peneliti menggunakan taraf signifikansi 10% menjadi 0,01. Artinya korelasi antara kedua variabel memiliki pengaruh. Dapat dilihat dari jumlah angka sig. (2-tailed) sebesar 0,000 dan alpha sebesar 0,01 sehingga $0,000 < 0,01$ dapat dikatakan signifikan. Sedangkan untuk melihat kekuatan korelasi antara kedua variabel pada Pearson Correlation's sebesar 0,775. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kuatnya hubungan variabel pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis bernilai kuat, karena nilai korelasi tersebut berada pada interval koefisien antara 0,60 – 0,799. Maka yang terjadi bahwa hipotesis diatas H_0 ditolak maka hipotesis alternative (H_a) diterima, sehingga kesimpulannya adalah signifikan artinya terdapat hubungan yang kuat dan

signifikan konten youtube diary misteri Sara Wijayannto terhadap opini masyarakat tentang misteri mistis.

4.2.6 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Penelitian ini menggunakan Regresi linier sederhana, yaitu regresi linier yang hanya melibatkan 2 variabel (variabel x dan y). Persamaan regresi linier dari X terhadap Y. Dalam regresi linier sederhana menjelaskan mengenai hubungan antardua variabel yang biasanya dapat dinyatakan dalam suatu garis regresi, serta merupakan teknik dalam statistika parametric yang digunakan secara umum untuk menganalisis rata-rata respons dari variabel Y yang berubah sehubungan dengan besarnya intervensi dari variabel X. Dalam regresi linier, variabel Y dapat disebut sebagai variabel respons, juga disebut sebagai variabel output dan tidak bebas (dependent). Adapun variabel X dapat disebut sebagai variabel predictor (digunakan untuk memprediksi nilai dari Y), juga dapat disebut variabel explanatory, input, regressors, dan bebas (independent).

Tabel 4.27
Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

.	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
Model				
1	.775 ^a	.601	.597	2.83360

a. Predictors: (Constant), Konten_Youtube

Dari tabel diatas dapat dilihat bahwa nilai R (koefesien kolerasi) menunjukan nilai sebesar 0,263. Apabila dimasukan kedalam persamaan koefesien determinasi, maka hasilnya:

$$Kd = (R)^2 \times 100\%$$

$$Kd = (0,775)^2 \times 100\%$$

$$Kd = 0,601$$

Berdasarkan hasil uji regresi di tabel 4.35 diatas, diketahui bahwa nilai R adalah 0,775. Melalui model summary diatas juga dapat menunjukan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,601 yang bila di presentasekan menjadi 60,1%. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang misteris mistis sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2.7 Hasil Uji Anova (Uji F)

Hasil pengolahan data uji anova dengan bantuan SPSS dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Tabel 4.28
Hasil Uji Anova

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1186.918	1	1186.918	147.823	.000 ^b
	Residual	786.872	98	8.029		
	Total	1973.790	99			

a. Dependent Variable: Opini_Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Konten_Youtube

Berdasarkan tabel 4.38 Anova diatas diketahui bahwa Sig. adalah 0,000 hal ini berarti nilai Sig. < 0,01 sehingga model regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksi variabel pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis. Adapun persamaan regresi yang terbentuk dapat dilihat berdasarkan tabel coefficients dibawah ini:

Tabel 4.29
Persamaan Regresi Linier

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	11.104	1.773		6.261	.000
1 Konten_Youtube	.558	.046	.775	12.158	.000

a. Dependent Variable: Opini_Masyarakat

Berdasarkan tabel 4.39 coefficients diperoleh bahwa nilai koefisien a adalah 11,104 dan nilai koefisien b adalah 0,558. Sehingga persamaan linear dalam penelitian ini adalah:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y = Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis

X = Konten Youtube Misteri Diary Sara

A = Konstan

B = Koefisien

$$Y = 11,104 + 0,558X$$

4.3. Pembahasan

Perubahan zaman menyebabkan dalam berkomunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara langsung antar pribadi namun juga bisa melalui sarana media atau lainnya. Salah satu media baru atau new media yang paling banyak digunakan dan paling akrab dengan kehidupan kita adalah internet. Internet menyediakan berbagai macam situs – situs online yang dapat mempermudah kita untuk mengantarkan pesan sehingga kita mudah untuk berkomunikasi secara individu maupun kelompok. Situs online yang paling banyak diakses saat ini adalah situs Youtube.

Youtube merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa “gambar bergerak” yang bisa diandalkan. Konten video Youtube merupakan sebuah perwujudan dari komunikasi massa yang dimana di definisikan sebagai

proses penggunaan medium massa untuk mengirim pesan kepada khalayak yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk.

Penelitian telah dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai **Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis**. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan Teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon). Teori S-O-R adalah teori yang membahas tentang penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Efek atau respon yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dari reaksi komunikasi.

Selain itu, teori ini menjelaskan tentang pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari ilmu komunikasi. Akibat atau pengaruh yang terjadi merupakan suatu reaksi tertentu dari rangsangan tertentu, artinya stimulus dan dalam bentuk apa pengaruh atau stimulus tersebut tergantung dari isi pesan yang ditampilkan. Dalam hal ini yang menjadi stimulus khusus adalah konten youtube yang disajikan oleh diarymisterisara menimbulkan reaksi khusus yaitu opini masyarakat tentang konten mistis. Pada penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, dapat dilihat data yang disajikan untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten youtube “Diary Misteri Sara” (X) terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Y) dilihat dari respon positif para responden.

Peneliti menggunakan teknik sampling simple random sampling, dikarenakan pengambilan anggota untuk responden dari populasi yang dipilih oleh peneliti nantinya akan dipilih secara acak untuk dijadikan sampel penelitian ini. Peneliti mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner penelitian ini kepada sampel, dan akan diolah serta dianalisis menggunakan SPSS (*Statistical Product and Service Solution*) versi 20.

Penelitian ini mengangkat judul penelitian “Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara Terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto)”. Peneliti memilih Subscribers Youtube Sara Wijayanto untuk menyebar kuesioner sebanyak 100 followers untuk mengetahui nilai validitas dan reliabilitas dari 18 pernyataan tersebut, kemudian di analisis dengan menggunakan software SPSS versi 20 untuk mengetahui validitas

dari data yang sudah diperoleh. Data tersebut dihitung dengan rumus r tabel, dan peneliti memperoleh nilai r tabel pada penelitian ini yang telah disebutkan pada tabel 3.5 sebesar 0,1966. Dengan begitu pernyataan – pernyataan yang digunakan pada penelitian ini dapat dinyatakan valid karena tiap butir pernyataan memiliki tingkat korelasi diatas nilai r tabel penelitian ini yaitu 0,1966. Dan data tersebut dapat dinyatakan sangat reliable karena berdasarkan data pada tabel 3.9 untuk variabel X nilai Cronbach's Alpha adalah 0,931 dan pada tabel 3.9 untuk variabel Y nilai Cronbach's Alpha adalah 0,901 berada diantara interval Cronbach's Alpha 0,80 – 1,00.

4.3.1 Pembahasan Frekuensi Karakteristik Responden

Data frekuensi karakteristik responden penelitian ini didapatkan dari hasil jawaban kuesioner yang telah peneliti berikan kepada sampel penelitian yang berjumlah 100 responden, yang telah melalui pertanyaan filter yaitu apakah anda pernah menonton KontenYoutube Diary Misteri Sara. Dan dalam penelitian ini terdapat beberapa karakteristik responden yang dikelompokkan menurut jenis kelamin dan usia. Berdasarkan data responden untuk usia pada tabel 4.1 menunjukkan bahwa usia < 17 sebanyak 0 orang (0%), 18 – 24 sebanyak 77 orang (77%) dan > 25 sebanyak 23 orang (23%).

Berdasarkan data responden untuk jenis kelamin pada tabel 4.1 menunjukkan responden yang menjawab kuesioner penelitian ini yaitu untuk jenis kelamin laki-laki sebanyak 26 responden (26%) dan perempuan sebanyak 74 responden (74%).

Maka dapat disimpulkan bahwa sampel Subscribers Youtube Sara Wijayanto dalam penelitian ini di dominasikan dengan jenis kelamin perempuan usia > 25 tahun.

4.3.2 Pembahasan Distribusi Frekuensi Variabel X (Konten Youtube Diary Mystery Sara) dan Variabel Y (Opini Masyarakat tentang konten mistis)

Pada bagian frekuensi pernyataan terdapat 18 pernyataan yang dibagi menjadi dua bagian, 10 pernyataan variabel X dengan enam dikator yang meliputi: kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten menarik perhatian, isi konten dapat

diterima dan isi konten dapat dimengerti. Frekuensi jawaban yang selalu muncul pada setiap pernyataan adalah sangat setuju dan setuju.

Berdasarkan data pada tabel 4.22 kita dapat mengetahui nilai tertinggi pada setiap indikator dengan melihat mean atau nilai rata-rata. Pada variabel X indikator pertama dengan mean tertinggi sebesar 4.16 adalah pernyataan (daya tarik “Diary Misteri Sara” memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton di konten youtube @Diary Misteri Sara).

Berdasarkan data pada tabel 4.23 kita dapat mengetahui nilai tertinggi pada setiap indikator untuk variabel Y dengan mean tertinggi 4.27 adalah pernyataan 6 dan 8 (bahwa responden setuju persepsi masyarakat terhadap konten youtube Diary Misteri Sara mengenai pengalaman mistis yang pernah dialami dan pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat).

Berdasarkan data pada tabel 4.22 kita dapat mengetahui nilai terendah pada setiap indikator dari variabel X dengan mean terendah 3.64 adalah pernyataan Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi. Artinya bahwa responden tidak sepenuhnya setuju terhadap Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi.

Berdasarkan data pada tabel 4.24, nilai terendah variabel Y sesuai dengan jawaban responden ada pada indikator pernyataan percaya dengan adanya hal – hal mistis yang bernilai 3,75. Artinya bahwa responden tidak sepenuhnya setuju pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.

4.3.3. Pembahasan Uji Korelasi dan Regresi

Berdasarkan tabel 4.26 analisis korelasi dari data output SPSS ver 20 tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara konten youtube Diary Misteri Sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis adalah 0,775. Menunjukkan hubungan korelasi yang kuat. Jika dilihat pada tabel 3.3 menurut Sugiyono (2017) menunjukkan bahwa jika angka korelasi berada diantara 0,60 – 0,799 mempunyai hubungan antara variabel yang kuat. Bahwa nilai Sig.(2-tailed) $0,000 < 0,05$ maka yang terjadi bahwa hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima, artinya signifikan atau terdapat pengaruh.

Dari hasil uji regresi di atas, diketahui bahwa R adalah 0,775. Berdasarkan tabel 3.3 sebelumnya yang diberikan oleh Sugiyono (2017) maka hubungan koefisien korelasi antara Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara Terhadap Opini Masyarakat tentang konten mistis tergolong dalam tingkatan hubungan kuat, artinya bahwa H_a diterima, sehingga dapat disimpulkan terdapat sifat hubungan pada Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara Terhadap Opini Masyarakat tentang konten mistis (Studi Kasus Pada Followers Aktif Instagram Diary Mystery Sara)

Melalui tabel 4.27 Model Summary diatas juga menunjukan nilai R square atau koefisien determinasi sebesar 0,601 yang bila dipresentasikan menjadi 60,1. Dapat disimpulkan bahwa variabel pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis sebesar 60,1% dan sisanya 39,9% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.3.4. Pembahasan Keterkaitan Antara Hasil Penelitian Dengan Teori S-O-R

Teori S-O-R adalah teori yang membahas tentang penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Teori ini menggambarkan bahwa konten youtube mempunyai efek yang sangat kuat dalam masyarakat pendapat ini didukung kenyataan bahwa tingkat konsumsi masyarakat atas youtube.

Keterkaitan teori S-O-R dalam penelitian ini adalah Stimulus dalam penelitian ini adalah Konten Youtube Diary Mystery Sara, sedangkan Organism dalam penelitian ini adalah responden yang menjadi sampel penelitian ini yaitu sebanyak 100 orang responden, lalu response dari penelitian ini tentu Opini Masyarakat tentang konten mistis. Stimulus atau pesan yang disampaikan oleh media yang diterima oleh sejumlah besar individu akan menghasilkan suatu respon yaitu berupa opini.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, konten youtube Diary Misteri Sara memberikan efek pada followers aktif instagram diarymisterisara untuk beropini tentang konten mistis. @diarymisterisara juga memiliki peran dan fungsinya, salah satu contohnya sebagai alat atau media informasi, hiburan, dll.

Dapat disimpulkan bahwa hasil semua variabel bebas (Konten Youtube Diary Misteri Sara) dan variabel terikat (Opini Masyarakat tentang konten mistis) adalah Sangat Reliabel. Jadi sangat memungkinkan dengan kehadiran Konten Youtube Diary Misteri Sara sangat mempermudah masyarakat khususnya followers untuk menambah pengetahuan tentang hal mistis. Dengan konten yang disajikan oleh channel youtube “Diary Misteri Sara” menimbulkan opini masyarakat tentang konten mistis. Dan dari hasil yang telah peneliti peroleh bahwa Konten Youtube Diary Misteri Sara mempengaruhi Opini Masyarakat tentang konten mistis.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang didapatkan, proses penelitian analisis serta penjabaran dalam bab sebelumnya. Membenarkan hipotesis yang diajukan berdasarkan pada uraian bab-bab sebelumnya. Maka peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut:

1. Pada tabel 4.21 dari 10 pernyataan menghasilkan total nilai rata-rata atau mean sebesar 39,92. Apabila dirata-ratakan untuk ke 10 pernyataan tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 3,992. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara berada pada penilaian baik.
2. Berdasarkan Pada tabel 4.32 dari 8 pernyataan menghasilkan total nilai rata-rata atau mean sebesar 32.39. Apabila dirata-ratakan untuk ke 8 pernyataan tersebut diperoleh nilai rata-rata sebesar 4,05 Sehingga dapat disimpulkan bahwa opini masyarakat tentang konten mistis berada pada penilaian sangat baik.
3. Berdasarkan tabel 4.26 analisis korelasi data output SPSS 20 tersebut menunjukkan bahwa nilai koefisien korelasi antara pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis adalah sebesar 0,000. Kekuatan korelasi antara kedua variabel pada Pearson Correlation's sebesar 0,775. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kuatnya hubungan variabel pengaruh konten youtube diary misteri sara terhadap opini masyarakat tentang konten mistis bernilai kuat, karena nilai korelasi tersebut berada pada interval koefisien antara 0,60 – 0,799.
4. Berdasarkan hasil uji regresi diperoleh bahwa nilai Sig. (2-tailed) $0,000 < 0,05$ maka yang terjadi bahwa hipotesis H_0 ditolak dan hipotesis H_a diterima, artinya signifikan sehingga dapat disimpulkan terdapat pengaruh yang kuat antara Pengaruh konten youtube diary “Misteri Sara” terhadap opini masyarakat tentang konten mistis (Studi Kasus Pada Subscriber Youtube Sara Wijayanto).

5.2 Saran

Saran adalah pendapat peneliti setelah melakukan penelitian melalui tahap demi tahap hingga pada akhir penelitian. Dalam melakukan penelitian, peneliti mendapatkan pengalaman-pengalaman menarik dari aspek teoritis maupun praktis.

5.2.1 Saran Teoritis

1. Adapun saran dalam penelitian ini adalah bagi penelitian selanjutnya diharapkan dapat menggunakan metode penelitian kualitatif agar data yang diperoleh lebih banyak, sehingga dapat mengungkap fenomena baru dari berbagai faktor terkait pengaruh Konten Youtube Diary Misteri Sara terhadap Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis, sehingga dapat mendeskripsikan lebih merinci mengenai faktor-faktor lain yang menimbulkan efek terhadap sikap penontonnya.
2. Peneliti menyarankan kepada pembaca yang nantinya akan melakukan penelitian selanjutnya, agar menggunakan metode dan variabel selain opini masyarakat. Hal tersebut bertujuan untuk membedakan fenomena pada penelitian ini serta informasi bagi pembacanya.

5.2.2 Saran Praktis

1. Untuk Sarah Wijayanto tetap mengembangkan dan konsisten dalam membuat konten yang berkualitas dan bersifat informatif bagi khalayak. Selalu menjadi youtuber yang inspiratif dan bermanfaat guna menjaga kuantitas subscribe.
2. Saran penulis untuk penelitian berikutnya, akan lebih lengkap jika penelitian menggunakan sample yang lebih besar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Budiargo, Dian. (2015). Berkomunikasi ala Net Generation. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, Burhan. (2013). Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama. Jakarta: kencana prenada media group.
- Burgess, Jean and Green, Joshua. (2009). Youtube: Digital Media and Society Series, Cambridge: Polity Press
- Effendy, Onong Uchjana. (2004). Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosdakarya
- Helianthusonfri, Jefferly. (2017). Youtube Marketing Jakarta: Elex Media Komputindo
- Kriyantono, Rachmat. (2014). Teknik Praktis Riset Komunikasi, cetakan 7. Jakarta: Kencana Perdana Media Grup
- McQuail, Denis. (2010). Mcquail's Mass Communication Theory. 5th ed. Sage Publications: Londo
- Moore, Frazier. (2004). Humas Membangun Citra dengan Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya. Bandung.
- Rakhmat, Jalaluddin. (2015). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Soemirat, Soleh dan Elvinaro Ardianto. (2004). Dasar-Dasar Public Relation. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2017). Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D, Bandung: Alfabeta

Olii, H., & Herlita, N. (2017). Opini Publik. Indeks

Wahid, Umaimah. (2016). Komunikasi Politik: Teori, Konsep, dan Aplikasi Pada Era Media Baru. Bandung: Simbiosis Rekataman Media

Jurnal

Agesti, Y. (2018). Pengaruh Konten Video Dance K-POP di YouTube Terhadap Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-POP

Anggraini, Irene. (2013). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Pesan Mistik Dalam Program Acara Dua Dunia DiTrans7. Jurnal E Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya

David Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, Stefi Harilama. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. e-journal "Acta Diurna" Volume VI. No. 1. Tahun 2017

Faiqah Fatty, Muh. Nadjib, Andi Subhan Amir. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar vidgram. Jurnal Komunikasi Kareba Vol. 5 No.2 Juli - Desember 2016

Febriansyah Muhammad. (2020). Pengaruh Konten Channel Youtube Ericko Lim Terhadap Perilaku Imitatif Remaja. Vol 4 No.03. Jurnal PANTAREI.

Hartati Celine. (2020). Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis. JOM FISIP Edisi II Juli – Desember 2020, Volume 7

Mellyaningsih Adinda. (2016). Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika. Jurnal E-Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra, Surabaya. Vol 4. No.1 Tahun 2016

Muthmainnah, Mulharnetti Syas. (2020). Komodifikasi Mistis Dalam Program Reality Show Pencarian Jodoh Garis Tangan Di Antv. Jurnal SCRIPTURA, Vol. 10, No. 2, Desember 2020, 97-110. ISSN 2655-4968 (Online)

- Palinoan Imanuella Yunike. (2017). Dampak Tayangan Vlog Di Youtube Terhadap Gaya Hidup Hedonis Siswa Sma Kristen Sunodia. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(2) 2017: 215-225
- Putri Dhini Mutiara. (2019) Pengaruh Konten Video Youtube Ria Ricis Terhadap Keputusan Audience Untuk Melakukan Subscribe.
- Sitar Vanya, Satya Indra Karsa. 2019. Persepsi Mengenai Tayangan Youtube Jurnalrisa #31 “Jangan Kambing Hitamkan Mang Emen” Prosiding Manajemen Komunikasi. Vol 5, No 2, (Agustus, 2019)

Skripsi

- Gabriella Prily Elvani. (2020). Fenomena Youtuber Atta Halilintar Dan Citranya Di Remaja Pengguna Aktif Youtube Di Kota Medan (Studi Deskriptif Mengenai Fenomena Youtuber Atta Halilintar Dan Citranya Di Remaja Pengguna Youtube Di Kota Medan)
- Manalu, Boy Marusaha. (2016). Efektivitas Iklan Di Youtube Dan Persepsi Mahasiswa. Skripsi: Universitas Sumatera Utara.

Referensi Online

- Aria, Indhi. (2017). Fenomena Youtube sebagai Media Penyiaran di Zaman Modern
- Dahlan, Dedy. (2015). Dari Mana Asal Duit Para YouTuber?. Jakarta: Money Kompas.
- Machmudi, Iqbal, (2020). Konten Horor di Youtube Kian Diminati, Apa Alasannya? <https://mediaindonesia.com/hiburan/346911/konten-horor-di-youtube-kian-diminati-apa-alasannya> (diakses 3 Juni 2021)

LAMPIRAN

LEMBAR KUESIONER

Kepada Yth:
Bpk/Ibu, Sdr/i
Di Tempat.

Saya Milan Cahya Irnandoputra mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Program Studi Broadcast Journalism Universitas Budi Luhur. Saat ini saya sedang melakukan penelitian dengan judul **“PENGARUH KONTEN YOUTUBE DIARY MISTERI SARA TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN MISTIS”**.

Sehubungan dengan hal tersebut, saya memohon kesediaan Anda untuk berpartisipasi dengan mengisi kuesioner ini. Atas waktu dan kesediaan Anda dalam mengisi kuesioner ini, saya ucapkan banyak terima kasih.

I. PETUNJUK PENGISIAN ANGKET/KUESIONER:

1. Mohon jawablah seluruh pertanyaan dengan sejujur-jujurnya.
1. Berikan tanda (ceklis) pada kolom yang tersedia dan pilih jawaban sesuai dengan kegiatan dan keadaan yang sebenarnya.
2. Mohon jawablah seluruh pertanyaan-pertanyaan ini, tidak ada jawaban yang salah untuk kelancaran penelitian ini, oleh karena itu usahakan agar tidak ada jawaban yang dikosongkan
3. Skor Nilai jawaban adalah sebagai berikut:
Skor Nilai 5: Sangat Setuju (SS)
Skor Nilai 4: Setuju (S)
Skor Nilai 3: Ragu-Ragu (R)
Skor Nilai 2: Tidak Setuju (TS)
Skor Nilai 1: Sangat Tidak Setuju (STS)

II. IDENTITAS RESPONDEN:

1. Usia :
1) < 17 Tahun
2) 18 – 24 Tahun
3) > 25 Tahun
2. Jenis Kelamin :
1) Laki – Laki
2) Perempuan

Bagian I**Konten Youtube “Diary Misteri Sara” (X)**

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
KREDIBILITAS						
1	Konten youtube Sara Wijayanto dapat di percaya karena menceritakan kejadian yang dialaminya.					
2	Sara Wijayanto sebagai narasumber mempunyai kemampuan supranatural					
DAYA TARIK						
3	Sarah Wijayanto merupakan sosok yang mudah bersosialisasi					
4	Memiliki kesamaan dan keakraban dengan penonton					
KEKUASAAN						
5	Sara Wijayanto mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi dengan hal-hal yang mistis					
6	Sarah Wijayanto dapat membuat orang lain kagum dengan Gaya bahasa atau bicara Sara Wijayanto ketika membahas makhluk halus					
ISI KONTEN MENARIK PERHATIAN						
7	Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda					
8	Konten yang berisikan cerita-cerita menarik tentang makhluk tak kasat mata					
ISI KONTEN DAPAT DITERIMA						
9	Komunikasi bersifat dua arah, bahasa yang digunakan mudah dipahami					

ISI KONTEN DAPAT DIMENGERTI						
10	Memberi informasi dan bersifat menghibur terkait keberadaan adanya hal-hal mistis					

Bagian II

Opini Masyarakat Tentang Konten Mistis (Y)

NO	PERNYATAAN	SS	S	R	TS	STS
		5	4	3	2	1
PERCAYA (<i>BELIEF</i>)						
11	Keyakinan adanya kehidupan di dunia lain					
12	Pengetahuan terkait hal-hal mistis menjadi meningkat.					
SIKAP (<i>ATTITUDE</i>)						
13	Menjadi tahu dan lebih sensitif terhadap hal – hal mistis					
14	Rasa keberanian melihat bangunan tidak berpenghuni dan terbengkalai					
PERSEPSI (<i>PERCEPTION</i>)						
15	Latar belakang budaya,kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang /masyarakat					
16	Membangkitkan pengalaman mistis yang pernah dialami					
17	Etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat					
18	Pandangan terhadap berita dan pendapat tentang hal mistis yang terjadi di masyarakat					

LAMPIRAN OUTPUT UJI VALIDITAS DAN REALIBILITAS

Case Processing Summary

	N	%
Valid	100	100.0
Cases Excluded ^a	0	.0
Total	100	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.931	10

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
X1.1	4.1100	.61783	100
X1.2	4.1300	.64597	100
X1.3	3.6400	.99005	100
X1.4	4.1600	.56354	100
X1.5	4.1600	.56354	100
X1.6	3.7000	.94815	100
X1.7	4.0400	.77746	100
X1.8	3.7700	1.04306	100
X1.9	4.0900	.66810	100
X1.10	4.1200	.79493	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
X1.1	35.8100	31.226	.863	.920
X1.2	35.7900	31.521	.776	.923
X1.3	36.2800	28.002	.820	.920
X1.4	35.7600	31.518	.906	.919
X1.5	35.7600	31.841	.851	.921
X1.6	36.2200	28.759	.778	.922
X1.7	35.8800	34.046	.322	.944
X1.8	36.1500	28.614	.705	.929
X1.9	35.8300	30.991	.824	.920
X1.10	35.8000	30.121	.781	.921

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.901	8

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	4.0600	.73608	100
Y2	3.7500	.94682	100
Y3	4.2100	.49838	100
Y4	4.2100	.49838	100
Y5	3.8100	.86100	100
Y6	4.2700	.63333	100
Y7	3.8100	.86100	100
Y8	4.2700	.63333	100

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	28.3300	15.759	.622	.894
Y2	28.6400	13.950	.720	.889
Y3	28.1800	16.573	.768	.887
Y4	28.1800	16.573	.768	.887
Y5	28.5800	13.842	.836	.873
Y6	28.1200	16.652	.558	.899
Y7	28.5800	13.842	.836	.873
Y8	28.1200	16.652	.558	.899

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
32.3900	19.937	4.46512	8

LAMPIRAN UJI DESKRIPTIF VARIABEL

Statistics										
	X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10
Valid	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
N Missing	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.1100	4.1300	3.6400	4.1600	4.1600	3.7000	4.0400	3.7700	4.0900	4.1200
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.61783	.64597	.99005	.56354	.56354	.94815	.77746	1.04306	.66810	.79493
Variance	.382	.417	.980	.318	.318	.899	.604	1.088	.446	.632
Range	3.00	4.00	3.00	2.00	2.00	3.00	4.00	3.00	3.00	4.00
Sum	411.00	413.00	364.00	416.00	416.00	370.00	404.00	377.00	409.00	412.00

X1.1				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Ragu-Ragu	11	11.0	11.0	12.0
Valid Setuju	64	64.0	64.0	76.0
Sangat Setuju	24	24.0	24.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.2				
	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1.0	1.0	1.0
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	10.0
Valid Setuju	65	65.0	65.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	15	15.0	15.0	15.0
Ragu-Ragu	28	28.0	28.0	43.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	9.0
Valid Setuju	66	66.0	66.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	9.0
Valid Setuju	66	66.0	66.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	12	12.0	12.0	12.0
Ragu-Ragu	28	28.0	28.0	40.0
Valid Setuju	38	38.0	38.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	4.0	4.0	4.0
Ragu-Ragu	4	4.0	4.0	8.0
Valid Setuju	72	72.0	72.0	80.0
Sangat Setuju	20	20.0	20.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	16	16.0	16.0	16.0
Ragu-Ragu	20	20.0	20.0	36.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	71.0
Sangat Setuju	29	29.0	29.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

X1.9

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Ragu-Ragu	12	12.0	12.0	14.0
Valid Setuju	61	61.0	61.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2.0	2.0	2.0
Tidak Setuju	1	1.0	1.0	3.0
Ragu-Ragu	11	11.0	11.0	14.0
Setuju	55	55.0	55.0	69.0
Sangat Setuju	31	31.0	31.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Statistics

	Y1	Y2	Y3	Y4	Y5	Y6	Y7	Y8
N Valid	100	100	100	100	100	100	100	100
Missing	0	0	0	0	0	0	0	0
Mean	4.0600	3.7500	4.2100	4.2100	3.8100	4.2700	3.8100	4.2700
Median	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000	4.0000
Mode	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00	4.00
Std. Deviation	.73608	.94682	.49838	.49838	.86100	.63333	.86100	.63333
Variance	.542	.896	.248	.248	.741	.401	.741	.401
Range	3.00	3.00	2.00	2.00	3.00	2.00	3.00	2.00
Sum	406.00	375.00	421.00	421.00	381.00	427.00	381.00	427.00

Y1

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	5	5.0	5.0	5.0
Ragu-Ragu	9	9.0	9.0	14.0
Setuju	61	61.0	61.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y2

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	10	10.0	10.0	10.0
Ragu-Ragu	30	30.0	30.0	40.0
Valid Setuju	35	35.0	35.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	4	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	71	71.0	71.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y4

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Ragu-Ragu	4	4.0	4.0	4.0
Valid Setuju	71	71.0	71.0	75.0
Sangat Setuju	25	25.0	25.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y5

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Valid Ragu-Ragu	27	27.0	27.0	34.0
Setuju	44	44.0	44.0	78.0

Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y6

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	10.0
Setuju	53	53.0	53.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y7

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Tidak Setuju	7	7.0	7.0	7.0
Ragu-Ragu	27	27.0	27.0	34.0
Setuju	44	44.0	44.0	78.0
Sangat Setuju	22	22.0	22.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

Y8

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ragu-Ragu	10	10.0	10.0	10.0
Setuju	53	53.0	53.0	63.0
Sangat Setuju	37	37.0	37.0	100.0
Total	100	100.0	100.0	

LAMPIRAN OUTPUT UJI REGRESI

Descriptive Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Opini_Masyarakat	32.3900	4.46512	100
Konten_Youtube	38.1800	6.21074	100

Correlations

		Opini_Masyarakat	Konten_Youtube
Pearson Correlation	Opini_Masyarakat	1.000	.775
	Konten_Youtube	.775	1.000
Sig. (1-tailed)	Opini_Masyarakat	.	.000
	Konten_Youtube	.000	.
N	Opini_Masyarakat	100	100
	Konten_Youtube	100	100

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten_Youtube ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Opini_Masyarakat

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Change Statistics				
					R Square Change	F Change	df1	df2	Sig. F Change
1	.775 ^a	.601	.597	2.83360	.601	147.823	1	98	.000

a. Predictors: (Constant), Konten_Youtube

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	1186.918	1	1186.918	147.823	.000 ^b
	Residual	786.872	98	8.029		
	Total	1973.790	99			

a. Dependent Variable: Opini_Masyarakat

b. Predictors: (Constant), Konten_Youtube

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	11.104	1.773		6.261	.000
	Konten_Youtube	.558	.046	.775	12.158	.000

a. Dependent Variable: Opini_Masyarakat

Correlations

		Konten_Youtube	Opini_Masyarakat
Konten_Youtube	Pearson Correlation	1	.775**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Opini_Masyarakat	Pearson Correlation	.775**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

x1.1	x1.2	x1.3	x1.4	x1.5	x1.6	x1.7	x1.8	x1.9	x1.10	Total X
4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	39
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	2	3	4	2	4	2	3	3	30
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	3	4	4	3	1	5	3	4	35
4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	3	4	1	4	2	3	30
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	39
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
3	4	2	4	4	4	3	2	4	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	38
4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	36
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41

4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	3	4	4	3	4	2	4	4	36
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
3	3	2	3	3	2	5	2	3	3	29
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	1	2	4	4	4	4	2	4	4	33
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	38
2	4	3	4	4	3	5	3	4	2	34
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	5	4	4	5	4	5	4	4	43
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	39
4	4	3	4	4	3	4	5	3	5	39
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	38
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	4	2	3	4	2	4	2	3	3	30
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	3	4	4	3	1	5	3	4	35
4	4	3	4	4	3	4	3	4	5	38
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	3	4	4	3	4	3	4	4	37
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	4	3	3	4	1	4	2	3	30
4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	41
4	4	3	4	4	3	4	5	4	4	39
3	3	4	3	3	4	4	4	3	3	34
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49

4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	5	4	5	5	47
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
3	3	2	3	3	2	3	2	3	1	25
4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	40
5	5	4	5	5	4	4	4	5	5	46
3	4	2	4	4	4	3	2	4	3	33
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	3	4	4	3	5	3	4	4	38
4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	36
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	50
5	5	5	5	5	5	4	5	5	5	49
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34
4	5	5	5	5	5	4	5	5	5	48
4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	34

y1	y2	y3	y4	y5	y6	y7	Y8	Total Y
2	3	4	4	3	4	3	4	27
2	3	4	4	3	4	3	4	27
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	2	4	4	2	5	2	5	28
4	4	4	4	4	3	4	3	30
4	2	4	4	2	3	2	3	24
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	5	3	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	3	3	3	27
3	4	3	3	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	3	4	3	30
3	2	4	4	4	5	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	5	3	5	31
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	2	4	4	2	5	2	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	4	3	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40

3	2	5	5	5	5	5	5	35
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	5	3	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	4	5	4	5	33
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	5	4	4	5	4	5	4	35
5	4	4	4	4	4	4	4	33
4	2	4	4	2	4	2	4	26
2	3	4	4	3	4	3	4	27
2	3	4	4	3	4	3	4	27
2	3	4	4	3	4	3	4	27
3	4	4	4	4	4	4	4	31
4	3	4	4	4	4	4	4	31
4	2	4	4	2	5	2	5	28
4	4	4	4	4	3	4	3	30
4	2	4	4	2	3	2	3	24
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	5	3	5	31
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	3	4	4	3	3	3	3	27
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	4	4	4	32
3	4	3	3	4	4	4	4	29
4	4	4	4	4	4	4	4	32
4	3	4	4	3	3	3	3	27
3	4	3	3	4	4	4	4	29
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	4	4	4	4	5	4	5	34
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	3	4	3	30
3	2	4	4	4	5	4	5	31
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	4	5	5	4	4	4	4	35
4	4	4	4	4	4	4	4	32
5	5	5	5	5	5	5	5	40

5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	3	4	4	3	5	3	5	31
4	3	4	4	3	4	3	4	29
4	2	4	4	2	5	2	5	28
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
5	5	5	5	5	5	5	5	40
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	5	4	4	4	4	4	4	33
4	3	4	4	3	4	3	4	29



Nomor Surat : S/UBL/BAA/000/2596/01/22
Lampiran : ---
Hal : Surat Pengantar Riset

17 JANUARI 2022

Kepada Yth,

FOLLOWERS AKTIF INSTAGRAM @DIARYMISTERISARA

DIARY MISTERI SARA

Youtube

Dengan Hormat,

Sesuai dengan program yang dilaksanakan di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Budi Luhur Jakarta, kepada mahasiswa yang telah memenuhi persyaratan Akademis wajib melakukan kegiatan riset untuk keperluan menyusun tugas akhir (skripsi)

Sehubungan dengan hal tersebut, dengan ini kami mohon kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan kesempatan riset kepada mahasiswa tersebut dibawah ini :

No.	Nama	NIM	Program Studi
1	Milan Cahya Imandoputra	1771501382	Ilmu Komunikasi (Strata 1)

Atas kesediaan Bapak/Ibu untuk memberikan pengarahan dan bimbingan kepada mahasiswa tersebut selama mengadakan riset di instansi/perusahaan yang Bapak/Ibu pimpin, tidak lupa kami ucapkan terima kasih.

AN Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Budi Luhur
Direktur Administrasi Akademik



(Dra. Dwi Achadiani, M.Kom)



SCAN QR UNTUK VALIDASI



KARTU BIMBINGAN
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI



NIM : 1771501382
N A M A : Milan Cahya Imandoputra
DOSEN PEMBIMBING : Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si
JUDUL SKRIPSI : PENGARUH KONTEN YOUTUBE "DIARY MISTERI SARA"
TERHADAP OPINI MASYARAKAT TENTANG KONTEN MISTIS
(STUDI KASUS PADA FOLLOWERS AKTIF INSTAGRAM DIARY MISTERI SARA)

No.	Tanggal	Materi	Paraf Dosen
1.	26 September 2021	Judul & Bab 1 – 3	
2.	24 Oktober 2021	Revisi Bab 1	
3.	30 Oktober 2021	Revisi Bab 2	
4.	8 November 2021	Revisi Bab 3	
5.	16 November 2021	Kuesioner	
6.	7 Desember 2021	Revisi Bab 2 & 3, Revisi Kuesioner	
7.	13 Desember 2021	Revisi Kuesioner, Revisi Daftar Pustaka	
8.	23 Desember 2021	Revisi Kuesioner	
9.	30 Desember 2021	Bab 4	
10.	10 Januari 2022	Revisi Bab 2 & 4	
11.	11 Januari 2022	Revisi Bab 4	
12.	15 Januari 2022	Bab 5	

Mahasiswa di atas telah melakukan bimbingan dengan jumlah materi yang telah mencukupi untuk disidangkan.

Jakarta, 20 Januari 2022

Mahasiswa

(Milan Cahya Imandoputra)

Dosen Pembimbing

(Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si)



Milan Cahya Irnandoputra

ABOUT ME

Saya adalah seorang yang hobi dalam dunia fotografi, editing dan desain grafis. Saya juga dapat berpikir kreatif dan bertanggung jawab terhadap tugas atau pekerjaan. Saya mampu beradaptasi dengan lingkungan baru dan siap bekerja dalam tim.

SKILLS

- Photography
- Videography
- Graphic Design
- Public Speaking
- Creative Digital Content

SOFTWARE

- Ms. Word
- Ms. Powerpoint
- Adobe Photoshop
- Coreldraw
- Adobe Premiere Pro

WORK EXPERIENCE

Graphic Designer

PT. Accessindo Internusa
(ABDI) | Nov 2021 - Sekarang

- Bertugas membuat grafik untuk layout virtual background event ABDI
- Foto editorial yang diedit untuk klien dan majalah, dan posting media sosial

Staff Admin

Lembaga Sertifikasi Profesi P3IB | Mar 2019
- Jun 2020

- Mengelola data perusahaan seperti surat-surat, berita acara, arsip dari BNSP dan lain lain
- Mempersiapkan keperluan kegiatan asesmen
- Membuat content plan sosial media, desain flyer dan company profile LSP PIB

Sales Marketing (Team Leader)

PT. Optimo International | Jun 2018 - Jan 2019

- Memasarkan produk baru dari perusahaan kepada client
- Mengelola tim dan teknik pemasaran karyawan baru

EDUCATION

Universitas Budi Luhur

Fakultas Ilmu Komunikasi | 2017 - sekarang

- Program Studi Broadcasting Journalism

SMAN 3 Kota Tangerang

Jurusan Ilmu Pengetahuan Sosial | 2017

- Lulus dengan nilai yang tertera dalam Ijazah