

**PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE @GITASAVITRIDEVI
EPS: 32 MENGENAI CHILDFREE TERHADAP OPINI PENONTON
@GITASAVITRIDEVI**

SKRIPSI



DISUSUN OLEH :

AISHA AZ-ZAHRA JANS S

NRP.1423020107

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA

SURABAYA

2024

SKRIPSI
PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE @GITASAVITRIDEVI
EPS: 32 MENGENAI CHILDFREE TERHADAP OPINI PENONTON
@GITASAVITRIDEVI

Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh Gelar
Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya



DISUSUN OLEH :
AISHA AZ-ZAHRA JANS S
NRP.1423020107
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
SURABAYA
2024

SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Aisha Azzahra Jans Sutrisna

NRP : 1423020107

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa proposal saya yang berjudul:

**PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE
@GITASAVITRIDEVI EPS: 32 MENGENAI CHILDFREE
TERHADAP OPINI PENONTON @GITASAVITRIDEVI**

Adalah benar-benar hasil karya saya sendiri. Apabila nanti dikemudian hari terbukti bahwa karya tulis saya ini merupakan hasil plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan ketentuan yang berlaku di jurusan, fakultas, maupun universitas.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan penuh kesadaran.

Surabaya, 16 Januari 2024

Yang membuat pernyataan,



Aisha Azzahra Jans Sutrisna

NRP. 1423020107

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

**PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE
@GITASAVITRIDEVI EPS: 32 MENGENAI *CHILDFREE*
TERHADAP OPINI PENONTON @GITASAVITRIDEVI**

Oleh

Aisha Azzahra Jans Sutrisna

NRP. 1423020107

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing skripsi untuk diajukan ke tim penguji skripsi.

Pembimbing I: Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom (.....)
NIDN. 0725058704

Pembimbing II: Maria Yulastuti, S.Sos., M.Med.Kom. (.....)
NIDN. 0707078607

Surabaya 15 Januari 2024

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya
dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi
Pada : Selasa, 9 Januari 2024



Mengesahkan,

Fakultas Ilmu Komunikasi,

Dekan

Brigitta Revia Sandy Fista, S.I.Kom., M.Med.Kom

NIDN. 0715108903

Dewan Penguji:

1. Ketua : Akhsaniyah., S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0702087602
2. Sekretaris : Theresia Intan Putri Hartiana, S.Sos., M.I.Kom.
NIDN. 0725058704
3. Anggota : Dr. Finsensius Yuli Purnama, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0719078401
4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom.
NIDN. 0707078607



LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa
Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya

Nama : Aisha Azzahra Jans Sutrisna
NRP : 1423020107
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Tahun Lulus : 2024

Dengan ini **SETUJU** Karya Ilmiah saya, dengan judul :

**PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE
@GITASAVITRIDEVI EPS: 32 MENGENAI CHILDFREE
TERHADAP OPINI PENONTON @GITASAVITRIDEVI**

Untuk dipublikasikan / ditampilkan di Internet atau media lain (Digital Library Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-undang Hak Cipta yang berlaku.

Dengan demikian surat pernyataan **SETUJU** publikasi Karya Ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya,

Surabaya, 16 Januari 2024

Yang membuat pernyataan



Aisha Azzahra Jans Sutrisna

HALAMAN PERSEMBAHAN

Pada kesempatan ini peneliti ingin memberikan puji, hormat, dan syukur yang tidak pernah cukup pada Tuhan yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya, peneliti bisa menyelesaikan proposal ini dengan judul "Pengaruh Efektivitas Konten Youtube @Gitasavitrivevi Eps: 32 Mengenai *Childfree* terhadap Opini Penonton @Gitasavitrivevi". Tidak lupa juga dengan dukungan dari kedua orang tua, saudara/saudari, dan pacar dan sahabat yang memiliki peran sangat penting bagi peneliti.

Terima kasih untuk semua pihak yang sudah terlibat, semoga penelitian yang dilakukan oleh peneliti ini dapat bermanfaat bagi pembaca.

Surabaya, 7 November 2023



Aisha Azzahra Jans Sutrisna

KATA PENGANTAR

Di balik terselesaikannya proposal karya ilmiah ini, terdapat banyak pihak yang telah terlibat dan membantu serta mendukung peneliti untuk dapat menyelesaikan laporan ini. Oleh sebab itu, peneliti ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Tuhan yang Maha Esa atas berkat dan karunianya skripsi ini dapat terselesaikan
2. Keluarga, yaitu Mami, Dady, dan adik-adik yang mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
3. Bu Theresia Intan Putri Hartianan, S.Sos., M.I.Kom. yang telah memberikan masukan kepada skripsi ini.
4. Bu Maria Yuliasuti, S.sos., M.med.Kom. yang juga telah memberikan masukan kepada skripsi ini.
5. Hafidz Ibnu Hanafi yang sabar membantu dan menemani penulis dalam menyelesaikan skripsi ini
6. Adelia Dwi Ermayanti yang telah menemani dan memberikan bantuan dalam mengerjakan skripsi ini

DAFTAR ISI

PENGARUH EFEKTIVITAS KONTEN YOUTUBE @GITASAVITRIDEVI EPS: 32 MENGENAI CHILDFREE TERHADAP OPINI PENONTON @GITASAVITRIDEVI	i
SKRIPSI	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS.....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN	iv
HALAMAN PENGESAHAN	v
LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH.....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	ix
DAFTAR GAMBAR	xii
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xv
ABSTRAK	xvi
ABSTRACT	xvii
BAB I	1
PENDAHULUAN	1
I.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	17
1.3 Tujuan Penelitian.....	17
1.4 Manfaat Penelitian.....	17
1.4.1 Manfaat Akademis	17
1.4.2 Manfaat Praktis	18
1.5 Batasan Masalah	18
BAB II.....	19
TINJAUAN PUSTAKA	19

II.1. Penelitian Terdahulu	19
II.2. Kerangka Teori	22
II.2.1 Teori Kultivasi	22
II.2.2 Efektivitas Konten.....	23
II.2.3 Youtube	25
II.3. Nisbah Antar Konsep.....	32
II.4. Bagan Kerangka Konseptual	33
II.5. Hipotesis	34
BAB III	35
METODE PENELITIAN.....	35
III.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	35
III.2 Metode Penelitian.....	35
III.3 Identifikasi Variabel Penelitian	36
III.4 Definisi Konseptual	36
III.5 Definisi Operasional.....	37
III.5.1 Variabel (X): Efektivitas Konten.....	37
III.5.2 Variabel (Y): Opini.....	40
III.6 Populasi dan Sampel	42
III.7 Teknik Penarikan Sampel.....	43
III.8 Teknik Pengumpulan Data	43
III.9 Teknik Validalitas dan Reliabilitas	44
III.9.1 Uji Validitas.....	44
III.9.2 Uji Reliabilitas	45
III.10 Teknik Analisis Data	45
III.10.1. Analisis Korelasi.....	48
III.10.2. Analisis Regresi	49
BAB IV.....	51
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	51
IV.1 Gambaran Subjek Penelitian	51
IV.1.1 Penonton Youtube @Gitasavitridevi eps: 32 Mengenai <i>Childfree</i>	51

IV.1.2 Konten Youtube @Gitasavitrivevi eps: 32 mengenai <i>childfree</i>	52
IV.2 Uji Validitas dan Reliabilitas	53
IV.2.1 Uji Validitas	53
IV.2.2 Uji Reliabilitas	57
IV.3 Hasil Penelitian	59
IV.3.1 Temuan Data.....	59
IV.4 Analisis Data	88
IV.4.1 Uji Normalitas dan Linearitas.....	89
IV.4.2 Analisa Korelasi	92
IV.4.3 Analisa Regresi Linear Sederhana.....	93
IV.4.4 Uji Tabulasi Silang	94
IV.5 Pembahasan.....	102
IV.5.1 Hasil Pengaruh Efektivitas Konten @Gitasavitrivevi Episode:32 Mengenai Childfree Terhadap Opini Penonton @Gitasavitrivevi.....	102
IV.5.2 Hasil Pengaruh Identitas Responden Terhadap Efektivitas Konten dan Opini Penonton @Gitasavitrivevi.....	103
BAB V	105
KESIMPULAN DAN SARAN.....	105
V.1 Kesimpulan.....	105
V.2 Saran	106
DAFTAR PUSTAKA	108
BUKU.....	108
JURNAL.....	111
INTERNET	112
LAMPIRAN	116

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media sosial dengan jumlah pengguna aktif terbanyak global (Oktober 2022).....	4
Gambar 1.2 10 Negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak di dunia (Januari 2023)	5
Gambar 1.3 <i>Childfree</i> : Serba Salah Di Mata Warganet – Pagi Pagi eps. 32.....	7
Gambar 1.4 Komentar Warganet Dan Tanggapan Gita Savitri.....	9
Gambar IV.1 Histogram Normalitas	90

DAFTAR TABEL

Tabel IV.1 Hasil Uji Validitas Efektivitas Konten (Kredibilitas).....	54
Tabel IV.2 Hasil Uji Validitas Efektivitas Konten (Daya Tarik).....	54
Tabel IV.3 Hasil Uji Validitas Efektivitas Konten (Kekuasaan)	55
Tabel IV.4 Hasil Uji Validitas Opini (Kognitif)	56
Tabel IV.5 Hasil Uji Validitas Opini (Afektif)	56
Tabel IV.6 Hasil Uji Validitas Opini (Behavioral)	57
Tabel IV. 7 Hasil Uji Reliabilitas Efektivitas Konten.....	58
Tabel IV. 8 Hasil Uji Reliabilitas Opini Penonton	58
Tabel IV.9 Deskripsi Identitas Responden (Jenis Kelamin)	60
Tabel IV.10 Deskripsi Identitas Responden (Usia).....	61
Tabel IV.11 Deskripsi Efektivitas Konten (Kredibilitas)	63
Tabel IV.12 Deskripsi Efektivitas Konten (Daya Tarik)	67
Tabel IV.13 Deskripsi Efektivitas Konten (Kekuasaan).....	69
Tabel IV.14 Kategori Penilaian Interval Kelas Efektivitas Konten	73
Tabel IV.15 Hasil Skala Interval Variabel Efektivitas Konten.....	74
Tabel IV.16 Deskripsi Opini Penonton (Kognitif).....	77
Tabel IV.17 Deskripsi Opini Penonton (Afektif).....	80
Tabel IV.18 Deskripsi Opini Penonton (Behavioral).....	83
Tabel IV.19 Kategori Penilaian Interval Kelas Opini Penonton.....	86
Tabel IV.20 Hasil Skala Interval Variabel Opini	87
Tabel IV.21 Hasil Uji Normalitas	89
Tabel IV.22 Hasil Uji Linearitas	91
Tabel IV.23 Hasil Analisa Korelasi	92
Tabel IV.24 Analisa Regresi Linear Sederhana	93
Tabel IV.25 Tabulasi Silang Efektivitas Konten Dengan Opini.....	95

Tabel IV.26 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Efektivitas Konten	96
Tabel IV.27 Tabulasi Silang Usia dengan Efektivitas Konten	97
Tabel IV.28 Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Opini	98
Tabel IV.29 Tabulasi Silang Usia dengan Opini	99

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuisisioner	116
Lampiran 2. Lembar Coding	121
Lampiran 3. Tabel Validitas Efektivitas Konten.....	123
Lampiran 4. Tabel Validitas Opini.....	124
Lampiran 5. Tabel Reliabilitas	124
Lampiran 6. Identitas Responden.....	125
Lampiran 7. Frekuensi Responden Pada Indikator Efektivitas Konten	126
Lampiran 8. Frekuensi Responden Pada Indikator Opini	128
Lampiran 9. Mean Frekuensi Efektivitas Konten	130
Lampiran 10. Mean Frekuensi Opini	130
Lampiran 11. Hasil Analisis Korelasi	130
Lampiran 12. Hasil Uji Normalitas	130
Lampiran 13. Hasil Uji Linieritas	131
Lampiran 14. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	131
Lampiran 15. Hasil Tabulasi Silang.....	131

ABSTRAK

Aisha Azzahra Jans Sutrsina NRP. 1423020107. Pengaruh Efektivitas Konten Youtube @Gitasavitrivevi Eps:32 Mengenai *Childfree* Terhadap Opini Penonton @Gitasavitrivevi.

Teori kultivasi yang dicetuskan oleh Gerbner, media pertama yang menjadi kunci teori ini, dimulai dengan adanya media televisi, namun seiring berjalannya waktu, media ini juga meluas hingga mencakup jejaring sosial seperti Youtube. Penelitian ini digunakan untuk melihat apakah ada hubungan antara pengaruh efektivitas konten @Gitasavitrivevi eps:32 mengenai *childfree* dengan opini penonton @Gitasavitrivevi. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif dengan metode survey menggunakan kuesioner yang dibagikan pada penonton konten youtube @Gitasavitrivevi eps:32 mengenai *childfree*. Pada variabel efektivitas konten, masuk kategori skala tinggi dan pada variabel opini masuk kategori skala positif. Namun dari hasil penelitian mayoritas menemukan responden wanita berusia 15-24 tahun memiliki efektivitas konten yang lebih tinggi dan mayoritas memiliki opini yang positif. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara variabel efektivitas konten dan variabel opini. Dapat disimpulkan H0 ditolak dan H1 diterima artinya, efektivitas konten berpengaruh signifikan terhadap opini penonton.

Kata kunci: Pengaruh, Efektivitas Konten Youtube, Opini, Penonton, Teori Kultivasi

ABSTRACT

Aisha Azzahra Jans Sutrsina NRP. 1423020107. The Effect of the Effectiveness of Youtube Content @Gitasavitrivevi Eps:32 About Childfree on the Opinions of @Gitasavitrivevi Viewers.

The cultivation theory proposed by Gerbner, the first media that became the key to this theory, began with the existence of television media, but over time, this media also expanded to include social networks such as Youtube. This study was used to see if there was a relationship between the effect of the effectiveness of @Gitasavitrivevi eps:32 content on childfree and the opinions of @Gitasavitrivevi audience. This research was conducted with a quantitative approach with a survey method using Using a questionnaire shared with viewers of YouTube content @Gitasavitrivevi eps:32 about ChildFree. In the content effectiveness variable, it is in the high scale category and in the opinion variable it is in the positive scale category. However, the majority of the study found that female respondents aged 15-24 years had higher content effectiveness and the majority had positive opinions. The results showed a significant relationship between content effectiveness variables and opinion variables. It can be concluded that H0 is rejected and H1 is accepted, meaning that the effectiveness of the content has a significant effect on audience opinion.

Keywords: Influence, Effectiveness of Youtube Content, Opinion, Audience, Cultivation Theory