

**PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN EDUKASI
KANAL *YOUTUBE* KOK BISA? TERHADAP
KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

SKRIPSI



**Oleh:
Siti Nur Aisyah
18111008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

**PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN EDUKASI
KANAL *YOUTUBE* KOK BISA? TERHADAP
KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS***

SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**



**Oleh
Siti Nur Aisyah
181110008**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
UNIVERSITAS PUTERA BATAM
TAHUN 2024**

SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini saya:

Nama : Siti Nur Aisyah
NPM : 181110008
Fakultas : Ilmu Sosial dan Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan bahwa “**Skripsi**” yang saya buat dengan judul:

PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN EDUKASI KANAL *YOUTUBE* KOK BISA? TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI *FOLLOWERS*

Adalah hasil karya sendiri dan bukan “duplikasi” dari karya orang lain. Sepengetahuan saya, didalam naskah skripsi ini tidak terdapat karya ilmiah atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis dikutip didalam naskah ini dan disebutkan dalam sumber kutipan dan daftar pustaka.

Apabila ternyata didalam naskah skripsi ini terdapat unsur-unsur PLAGIASI, saya bersedia naskah skripsi ini digugurkan dan gelar akademik yang saya peroleh dibatalkan, serta di proses sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya tanpa ada paksaan dari siapapun.

Batam, 9 Januari 2024



Siti Nur Aisyah

181110008

**PENGARUH KREDIBILITAS KONTEN EDUKASI
KANAL YOUTUBE KOK BISA? TERHADAP
KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS**

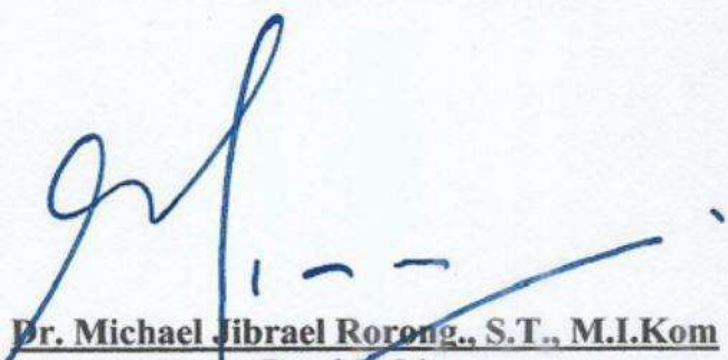
SKRIPSI

**Untuk memenuhi salah satu syarat
memperoleh gelar Sarjana**

**Oleh
Siti Nur Aisyah
181110008**

**Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal
seperti tertera di bawah ini**

Batam, 9 Januari 2024



**Dr. Michael Jibrael Rorong., S.T., M.I.Kom
Pembimbing**

ABSTRAK

Manusia modern dapat dikatakan sangat bergantung pada kemudahan, dan kenyamanan yang di berikan internet. Internet berkembang pesat pada pertengahan 2000-an, mengubahnya menjadi program perangkat lunak untuk memosting informasi, yang mengakibatkan lahirnya beberapa blog, situs berbagi video, dan situs jejaring sosial pada tahun itu. Media sosial juga bisa digunakan dalam kepentingan individu, kelompok, organisasi, maupun perusahaan. Salah satu contoh media sosial yang diminati oleh individu, kelompok, organisasi maupun perusahaan adalah Youtube. Kredibilitas merupakan persepsi komunikasi berdasarkan sudut pandangnya yang memberikan penilaian terhadap watak atau kepribadian dari seorang komunikator. Kredibilitas bagi seorang komunikator menjadi hal yang perlu dimiliki karena dengan memiliki kredibilitas, komunikasi akan memberikan kepercayaan terhadap suatu informasi, opini yang disampaikan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui besarnya pengaruh kredibilitas konten edukasi kanal youtube Kok Bisa? terhadap kebutuhan informasi followers. Metode penelitian yang digunakan yaitu pendekatan kuantitatif, dengan mengumpulkan data melalui survei atau kuesioner online dengan menggunakan skala Likert. Adapun hasil penelitian ini yaitu Kredibilitas konten dapat memberikan pengaruh ketertarikan kebutuhan informasi bagi followers akun youtube Kok Bisa?. Dalam persepsi followers Akun Youtube Kok Bisa? pada konten yang dihadirkan merupakan penilaian individu mengenai cara atau sistem yang digunakan oleh Pemilik akun Youtube Kok Bisa? dalam membuat konten yang berkualitas yang bernilai kebutuhan informasi bagi masyarakat luas. Kesimpulannya yaitu pengaruh kredibilitas konten (X_1) memiliki pengaruh yang positif terhadap meningkatnya rasa ketertarikan kebutuhan informasi (Y) pada Akun Youtube Kok Bisa? dengan persentase sebesar 29,8%.

Kata Kunci: Kredibilitas, Akun Youtube, Kebutuhan Informasi

ABSTRACT

Modern humans can be said to be very dependent on the convenience and comfort that the internet provides. The Internet boomed in the mid-2000s, turning it into a software program for posting information, resulting in the emergence of several blogs, video sharing sites, and social networking sites that year. Social media can also be used for the benefit of individuals, groups, organizations and companies. One example of social media that is in demand by individuals, groups, organizations and companies is Youtube. Credibility is a communicant's perception based on his point of view which provides an assessment of the character or personality of a communicator. Credibility for a communicator is something that needs to be owned because by having credibility, the communicant will give confidence in the information, opinions conveyed. This study aims to determine the influence of the credibility of educational content on the YouTube channel. How come? to the information needs of followers. The research method used is a quantitative approach, by collecting data through online surveys or questionnaires using a Likert scale. The results of this study are that content credibility can influence interest in the information needs of followers of the YouTube account. How come? In the perception of followers of a Youtube account, how come? the content presented is an individual assessment of the method or system used by the YouTube account owner. How come? In creating quality content that is of value to the information needs of the wider community. The conclusion is that the influence of content credibility (X1) has a positive influence on increasing interest in the need for information (Y) on the Youtube account. How come? with a percentage of 29,8%.

Keywords: Credibility, Youtube Account Information Needs

KATA PENGANTAR

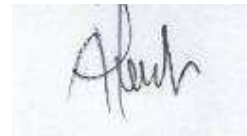
Puji dan syukur saya panjatkan kepada Allah SWT, yang telah melimpahkan segala rahmat dan karuniaNya, sehingga penulis dapat menyelesaikan laporan tugas akhir yang merupakan salah satu persyaratan untuk menyelesaikan program studi strata satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Karena itu, kritik dan saran akan senantiasa penulis terima dengan senang hati. Dengan segala keterbatasan, penulis menyadari pula bahwa skripsi ini takkan terwujud tanpa bantuan bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Untuk itu, dengan segala kerendahan hati, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

1. Rektor Universitas Putera Batam; Ibu Dr. Nur Elfi Husda, S.Kom., M.SI.
2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora; Bapak Dr. Michael Jibrael Rorong, S.T., M.I.Kom; Selaku Pembimbing Skripsi Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi; Ibu Ageng Rara Cindoswari, S.P., M.Si;
4. Dosen dan Staff Universitas Putera Batam;
5. Kedua Orang Tua saya yang selalu memberikan doa dan dukungan;
6. Kepada suami saya Mohamad Nazri Bin Mohamed yang telah memberikan dukungan dan doa;
7. Teman-teman Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Putera Batam angkatan 2018;
8. Dan semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan selalu mencurahkan hidayah serat taufik-Nya, Amin.

Batam, 9 Januari 2024



Siti Nur Aisyah

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN SAMPUL	i
HALAMAN JUDUL	ii
SURAT PERNYATAAN ORISINALITAS	iii
HALAMAN PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	viii
DAFTAR GAMBAR	x
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR RUMUS	xii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah.....	12
1.3 Batasan Masalah	12
1.4 Rumusan Masalah.....	12
1.5 Tujuan Penelitian.....	13
1.6 Manfaat Penelitian.....	13
1.6.1.Manfaat Aspek Teoritis	13
1.6.2.Manfaat Aspek Praktis.....	13
1.6.3 Manfaat Aspek Sosial.....	14
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Tinjauan Teoritis.....	15
2.1.1 Teori SOR (<i>Stimulus, Organism, Respons</i>)	15
2.1.2 Komunikasi Massa.....	15
2.1.3 Media Sosial Youtube.....	19
2.1.4 Kredibilitas Sumber.....	28
2.1.5 Kebutuhan Informasi	29
2.1.6 Faktor Penghambat dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	35
2.2 Penelitian Terdahulu.....	39
2.3 Kerangka Pemikiran	49
2.4 Hipotesis	51
BAB III METODE PENELITIAN	
3.1 Jenis Penelitian	53
3.2 Variable Operasional Penelitian	53
3.2.1.Variabel Indenpenden (Kredibiltas Konten/X1).....	54
3.2.2.Variable Dependen (Ketertarikan Kebutuhan Informasi/Y2).....	54
3.3 Populasi Dan Sampel.....	55
3.4 Tehnik Pengumpulan Data	55
3.5 Tehnik Analisa Data	56
3.5.1 Uji Asumsi Klasik	56
3.5.2 Analisis Deskriptif.....	57

3.5.3 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	58
3.5.4 Koefisien Determinasi (R^2).....	58
3.5.5 Uji Hipotesis	58
3.6 Uji Validitas Dan Reliabilitas.....	59
3.6.1.Uji Validitas.....	60
3.6.2.Uji Reliabilitas.....	62
3.7. Lokasi Dan Jadwal Penelitian.....	64
3.7.1.Lokasi Penelitian	64
3.7.2 Periode Penelitian	64
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
4.1 Profil Objek Penelitian	65
4.2 Deskripsi Karakteristik Responden	66
4.2.1 Profil Responden	66
4.2.2 Profil Jenis Kelamin (Gender).....	66
4.2.3 Profil Usia.....	68
4.2.4 Profil Pendidikan	69
4.2.5 Profil Jumlah Kunjungan.....	70
4.2.6 Analisis Deskriptif.....	71
4.2.7 Deskripsi Jawaban Responden	73
4.2.8 Hasil Deskriptif Variabel Ketertarikan Kebutuhan Informasi (Dependen)	75
4.2.9 Uji Validitas.....	78
4.2.10 Uji Reabilitas	80
4.2.11 Uji Asumsi Klasik.....	81
4.2.12 Analisis Regresi Linear Sederhana.....	83
4.2.13 Analisis Koefisien Determinasi (R^2).....	84
4.2.14 Pengujian	84
4.3 Pembahasan	86
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Simpulan.....	89
5.2 Saran	89
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN	
Lampiran 1 Pendukung Penelitian	91
Lampiran 2 Daftar Riwayat Hidup.....	110
Lampiran 3 Surat Keterangan Penelitian	111

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
GAMBAR 1. 1. Perkiraan Geografi Pemirsa.....	2
GAMBAR 1. 2. Aplikasi Yang Paling Sering Digunakan	7
GAMBAR 1. 3. Kanal Youtube Kok Bisa?.....	8
GAMBAR 2. 1. Teori Kebutuhan Informasi Wilson.....	33
GAMBAR 2. 2. Kerangka Berpikir	51
GAMBAR 4. 1. Grafik Histogram.....	81
GAMBAR 4. 2. Grafik Normal Propability Plot.....	82
GAMBAR 4. 3. Uji Heteros Kedastisitas Dengan Scatterplot.....	83

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1. Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu.....	45
Tabel 3. 1. Skala Likert	56
Tabel 3. 2. Tabel Penelitian.....	64
Tabel 4. 1. Jenis Kelamin (Gender).....	67
Tabel 4. 2. Usia.....	68
Tabel 4. 3. Pendidikan.....	69
Tabel 4. 4. Jumlah Kunjungan.....	70
Tabel 4. 5. Hasil Analisis Analisis Deskriptif Kredibilitas Konten	71
Tabel 4. 6. Hasil Analisis Deskriptif Ketertarikan Kebutuhan Informasi	72
Tabel 4. 7. Hasil Jawaban Pernyataan 1 Variabel Kredibilitas Konten.....	73
Tabel 4. 8. Hasil Jawaban Pernyataan 2 Variabel Kredibilitas Konten.....	74
Tabel 4. 9. Hasil Jawaban Pernyataan 3 Variabel Kredibilitas Konten.....	74
Tabel 4. 10. Hasil Jawaban Pernyataan 3 Variabel Kredibilitas Konten.....	75
Tabel 4. 11. Hasil dari Pernyataan 1 Ketertarikan Kebutuhan Informasi	76
Tabel 4. 12. Hasil dari Pernyataan 2 Ketertarikan Kebutuhan Informasi	76
Tabel 4. 13. Hasil dari Pernyataan 3 Ketertarikan Kebutuhan Informasi	77
Tabel 4. 14. Hasil dari Pernyataan 4 Ketertarikan Kebutuhan Informasi	78
Tabel 4. 15. Hasil Uji Validitas Variabel Kredibilitas Konten.....	79
Tabel 4. 16. Hasil Uji Validitas Variabel Minat Kebutuhan Informasi.....	79
Tabel 4. 17. Hasil Uji Reliabilitas	80
Tabel 4. 18. Uji Regresi Linear Sederhana.....	83
Tabel 4. 19. Tabel Analisis Koefisien Determinasi (R ²)	84
Tabel 4. 20. Hasil Uji t	85
Tabel 4. 21. Hasil Uji F	86
Tabel 4. 22. Pengaruh Kredibilitas konten pada Ketertarikan Infomasi	87

DAFTAR RUMUS

	Halaman
Rumus 3. 1. Regresi Linier Sederhana.....	58
Rumus 3. 2. Koefisien Determinasi	59
Rumus 3. 3. Pearson Product Moment.....	61
Rumus 3. 4. Rumus Alpha Cronbach.....	62