

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *CHANNEL YOUTUBE*  
OTOMOTIF MAS WAHID TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN  
*SUBSCRIBER* PADA JASA PEMBELIAN MOBIL BEKAS MAS WAHID**

**SKRIPSI**

Diajukan Guna Memenuhi Persyaratan Memperoleh

Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



**Disusun oleh :**

**AKHMAD NUSWANTORO**

**20140530106**

**ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA**

**2018**

## HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Akhmad Nuswantoro


NIM : 20140530106

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : *Advertising*

Universitas : Universitas Muhammdiyah Yogyakarta

Menyatakan dengan sebesar – besarnya bahwa skripsi ini adalah hasil karya saya sendiri dan belum diajukan dalam bentuk apapun kepada perguruan tinggi manapun. Seluruh sumber yang dikutip maupun dirujuk telah saya nyatakan dengan benar. Apabila dikemudian hari karya saya ini terbukti merupakan hasil plagiat/menjiplak karya orang lain, maka penulis bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Penulis  
  
Akhmad Nuswantoro

## **HALAMAN MOTTO**

**“Jangan pernah berfikir gagal, karena kegagalan adalah disaat kita berhenti  
berusaha”**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Allhamdulillah dengan rasa syukur kepada Allah SWT, saya dapat menyelesaikan karya ilmiah ini dan khusus saya persembahkan kepada :

Bapak Moh Ikhsan Gumelar dan Ibu Lilik Anik Handayani

Mbak Diniyah N F dan Dek M Zaidan Shofiyurohman

Skripsi ini Saya Persembahkan Untuk :

1. Kedua orang tua saya, Bapak Gumelar dan Ibu Lilik, Terimakasih Pak Bu yang selalu Memberikan dukungan, motivasi, nasihat serta memebrikan saya kepercayaan untuk menentukan pilihan yang terbaik buat saya. Semua upaya dan usaha bapak dan ibu telah memeberikan saya kesempatan untuk mengenyam pendidikan lebih tinggi dan tidak akan mungkin saya mampu membalas sepenuhnya. Insyallah kelak saya akan memberikan usaha saya semaksimal mungkin untuk membuat bapak dan ibu bangga dan bahagia memiliki putra seperti saya.
2. Mbak Dini dan Dek Zaidan terima kasih yang selalu mendukung, memberikan semangat dan doanya hingga saya mampu menyelesaikan skripsi.
3. Saudara-saudara saya cucu Bani Mahmoed, Aziz, Abi, Haidar, Ifa, Aisyah, Mita. Terima kasih doanya dan selalu memberi semangat kepada saya.
4. Sahabatku seperjuangan selama kuliah di Yogyakarta, Yusuf, Rama, Tata, Andam, Qori, Mike, Disha, Prisma, Riki, Bagas, Ibeng. Terima kasih yang sudah membuat saya merasakan bagian dari keluarga baru dari awal perkuliahan.
5. Sahabatku di jogja, Tosan, Irfan, Fajar, Yongky, Kuncoro, Rizki, Kokom, Sugeng, Rizki JP, Udin, Yongky, Vika
6. Sahabat semasa KKN, Rizky JP, Baim, Royan Z, Royan S, Akbar, Fafa, Yuni, Rinda, Tiwi, Mila, Novi, Adit, Tika, Nanda. Terima kasih suportnya

## KATA PENGANTAR

Assalamualikum Wr.Wb

Puji dan syukur marilah kita panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahNya kepada kita semua. Serta salawat dan salam marilah kita haturkan kepada junjungan nabi besar kita, yakni nabi Muhammad SAW yang telah membawa kita dari alam kebodohan menuju alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan. Alhamdulillah, Allah SWT memberikan nikmat dan karuniaNya kepada penulis. Sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir skripsi dengan judul :

“Pengaruh Intensitas Menonton *Channel Youtube* Otomotif Mas Wahid Terhadap Tingkat Kepercayaan *Subscriber* pada Jasa Pemebelian Mobil Bekas Mas Wahid”.

Dalam penyelesaian skripsi ini tentu banyak sekali pihak yang terlibat dan membantu penulis. Pada kesempatan ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih sebesar – besarnya kepada :

1. Ketua Prodi Ilmu Komunikasi UMY, Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP.,M.Sc.
2. Dosen Pembimbing Skripsi, Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si. yang telah sabar membimbing penulis hingga menyelesaikan skripsi ini.

3. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP., M.Sc dan Bapak Zein selaku dosen penguji skripsi yang banyak memberikan masukan dan arahan dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Bapak Muhammad Abdul Wahid S.pd selaku narasumber dan pemilik channel Youtube Mas Wahid. Terima Kasih atas Informasinya yang sangat membantu dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Seluruh dosen pengajar Ilmu Komunikasi UMY. Terima kasih atas ilmu dan pengalamannya.
6. Terima kasih kepada seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi UMY, seluruh teman mahasiswa Ilmu Komunikasi UMY angkatan 2014, Keluarga besar *Advertising* 2014. Terima kasih atas canda, tawa, motivasi, ilmu, pengalaman, dan kerja samanya selama ini. Sukses untuk Ilmu Komunikasi 2014.
7. Seluruh pihak yang terlibat dalam penyelesaian skripsi penulis yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih terdapat kekurangan dan jauh dari kesempurnaan. Oleh karena itu, penulis mengharapkan adanya kritik dan saran yang membangun untuk perbaikan kedepannya. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat untuk siapapun yang membutuhkan. Amin.

Wassalamualaikum Wr.Wb

Yogyakarta, Agustus 2018

Penulis



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN MOTTO.....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	v
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRAK.....	x
ABSTRACT.....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xv
DAFTAR GAMBAR.....	xvi
DAFTAR DIAGRAM.....	xvii
BAB 1	
PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Kerangka Teori.....	9
1. Media Baru.....	9
2. Efek Media Baru.....	11
3. Ranah Kognitif.....	12
4. Teori Respon Kognitif.....	14
5. Kredibilitas Komunikator.....	17
E. Penelitian Terdahulu.....	18
F. Kerangka Pikir.....	22
G. Definisi Konseptual dan Definisi Oprasional.....	22

1. Definisi Konseptual.....	22
2. Definisi Oprasional.....	24
H. Hipotesis.....	25
I. Metodologi Penelitian.....	26
1. Jenis Penelitian.....	26
2. Populasi dan Sampel.....	27
3. Teknik Pengambilan Sampel.....	28
4. Jenis Data dan Teknik Pengumpulan Data.....	28
5. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen Penelitian.....	29
J. Metodologi Analisis Data.....	32
1. Regresi Linier Sederhana.....	32
<b>BAB II</b>	
<b>GAMBARAN UMUM PROFIL MAS WAHID</b>	
A. Profil Mas Wahid.....	33
B. Channel Youtube Mas Wahid.....	34
C. Status Oragnisasi.....	37
<b>BAB III</b>	
<b>ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Data.....	Sajian 41
1. Uji Validitas Data.....	41
2. Uji Reliabilitas Data.....	43
3. Uji Validitas Data.....	44
4. Uji Reliabilitas Data.....	45
B. Analisi Data.....	46
1. Karakteristik Responden.....	46
2. Analisis Deskriptif Variabel.....	50
C. Analisis Regresi Linier Sederhana.....	68
D. Pembahasan.....	69

BAB IV

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan.....78

B. Saran.....80

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

## DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 <i>Channel YouTube Otomotif di Indonesia</i> .....	4
Tabel 1.2 <i>Jumlah Pesanan Untuk Jasa Pembelian Mobil Bekas Tahun 2018</i> .....	9
Tabel 3.1 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas Mengakses.....	41
Tabel 3.2 Hasil Uji Reliabilitas.....	43
Tabel 3.3 Hasil Uji Validita.....	44
Tabel 3.4 Hasil Uji Reliabilitas.....	45

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data WeAreSocial yang menunjukkan bahwa Youtube dan Facebook menjadi platform media sosial paling aktif penggunaannya di Indonesia.....	4
Gambar 1.2 <i>Tampilan Beranda Chanel Youtube Mas Wahid</i> .....	7
Gambar 1.3 <i>Tampilan Isi Dari Chanel Youtube Mas Wahid</i> .....	8
Gambar 1.4 <i>Tampilan video pemburuan mobil pertama</i> .....	8
Gambar 1.5 <i>Model Respon Kognitif menurut George &amp; Michael</i> .....	15
Gambar 2.1 Beranda Channel Youtube Mas Wahid.....	35
Gambar 2.2 Video Channel Youtube Mas Wahid Tutorial Mengemudi.....	35
Gambar 2.3 Video Channel Youtube Mas Wahid Merawat Mobil.....	36
Gambar 2.4 Video Channel Youtube Mas Wahid Memilih Mobil Bekas.....	36
Gambar 2.5 Video Channel Youtube Mas Wahid Memburu Mobil Impian.....	37
Gambar 2.6 Comment Para Subscriber Pada Channel Youtube Mas Wahid.....	38
Gambar 2.7 Comment Para Subscriber Pada Channel Youtube Mas Wahid.....	38
Gambar 2.8 Comment Para Subscriber Pada Channel Youtube Mas Wahid.....	39
Gambar 2.9.. Comment Para Subscriber Pada Channel Youtube Mas Wahid.....	39

## DAFTAR DIAGRAM

Diagram 3.1 Jenis Kelamin Responden.....	47
Diagram 3.2 Usia responden.....	48
Diagram 3.3 Pekerjaan responden.....	49
Diagram 3.4 Frekuensi menonton Youtube mas Wahid selama seminggu.....	51
Diagram 3.5 Lama durasi dalam setiap membuka <i>youtube</i> .....	52
Diagram 3.6 Kedalaman dalam menonton <i>youtube</i> mas wahid.....	53
Diagram 3. Kejujuran mas Wahid dalam penyampaian informasi.....	54
Diagram 3.8 Mas Wahid mampu memenuhi kriteria yang dipesan.....	55
Diagram 3.9 Mas Wahid menjamin keamanan selama proses transaksi.....	56
Diagram 3.11 Mas Wahid dapat memenuhi tanggung jawabnya kepada klien.....	57
Diagram 3.11 Yakin bahwa Mas Wahid akan mencarikan yang terbaik.....	58
Diagram 3.12 Yakin Dengan Jaminan Informasi Yang Dikatakan Mas Wahid Mengenai Kendaraan.....	59
Diagram 3.13 Pengetahuan mas wahid dalam mengidentifikasi ke aslian surat- surat kendaraan .....	60
Diagram 3.14 Ketelitian Mas Wahid dalam pengecekan mobil.....	61
Diagram 3.15 Puas dengan dengan harga jasa yang ditawarkan.....	62
Diagram 3.16 Pengalaman mas wahid dalam mengidentifikasi Body mobil.....	63
Diagram 3.17 Ketelitian mas wahid dalam mengidentifikas ke kelengkapan surat- surat kendaraa.....	64

Diagram 3.18 Ketulusan mas wahid dalam proses pencarian mobil bekas.....	65
Diagram 3.19 Intensitas Menonton Channel Mas Wahid.....	66
Diagram 3.20 Tingkat Kepercayaan Channel Mas Wahid.....	67