

**PENGARUH TAYANGAN VLOG “BELI MOBIL BARU SUPER CAR IMPIAN” DI
KANAL YOUTUBE ATTA HALILINTAR TERHADAP SIKAP HEDONISME
PENONTON**

SKRIPSI

RAHMI RAHMAWATI

044115008



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS PAKUAN
BOGOR
MEI 2019**

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh

Nama: Rahmi Rahmawati

NPM: 044115008

Judul: Pengaruh tayangan Vlog "Beli Mobil Baru *Super Car Impian*" Di
Kanal *YouTube* Atta Halililintar Terhadap Sikap Hedonisme
Penonton

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan.

DEWAN PENGUJI

Pembimbing 1 : Qoute Nuraini C, M.I.Kom

NIP/NIK: 1.1110 033 517

Pembimbing 2 : Imani Satriani, M.Si

NIP/NIK: 1.0616 049 763

Pembaca : Yogaprasta Adi Nugraha, M.Si

NIP/NIK: 1.0641 025 628

.....
.....
.....

Ditetapkan : di Bogor

Tanggal : 24 Mei 2019

Oleh

Dekan,

.....

Dr Agnes Setyowati H, M.Hum
NIP/NIK: 1.0536 008 229



Ketua Program Studi,

.....

Muslim M.Si
NIP/NIK: 1.0909 048 513

ABSTRAK

RAHMI RAHMAWATI. 2019. Pengaruh Tayangan Vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” Di Kanal YouTube Atta Halilintar Terhadap Sikap Hedonisme Peneonton. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Pakuan Bogor. Di bawah bimbingan : Qoute Nuraini C, M. Ikom dan Imani Satriani, M.Si

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui untuk karakteristik penonton yang menonton vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar, mengetahui tayangan vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar, mengetahui sikap hedonisme penonton yang menonton tayangan vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar, mengetahui pengaruh tayangan vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar terhadap sikap hedonisme penonton. Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana karakteristik penonton yang menonton YouTube Atta Halilintar, Bagaimana tayangan vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar, bagaimana sikap hedonisme penonton yang menonton tayangan YouTube Atta Halilintar, bagaimana pengaruh karakteristik dan tayangan vlog “Beli Mobil Baru Super Car Impian” di kanal YouTube Atta Halilintar terhadap sikap hedonisme penonton.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian kuantitatif. Teknik yang digunakan dalam penelitian ini yaitu *random sampling*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik penyebaran kuesioner dan observasi. Uji validitas menggunakan rumus *Product Moment Pearson* dan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach*.

Hasil-hasil analisis data dan penelitian dilapangan diketahui bahwa karakteristik penonton tidak berpengaruh terhadap sikap hedonisme penonton. Tayangan berpengaruh terhadap sikap hedonisme penonton. Karakteristik dan tayangan berpengaruh terhadap sikap hedonisme penonton. Sikap hedonisme penonton di pengaruhi karakteristik dan tayangan sebesar 10,4% sedangkan sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Kata Kunci: Hedonisme, Tayangan, Vlog, YouTube.