

**PERSEPSI REMAJA TERHADAP TAYANGAN VLOG GOFAR  
HILMAN**

**SKRIPSI**

**Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Memperoleh  
Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi  
Universitas Pakuan**

**Disusun Oleh:  
RACHMAT KAHFI RAZAK  
044114290**



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU BUDAYA  
UNIVERSITAS PAKUAN  
BOGOR  
JULI 2021**

## HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang disusun oleh:

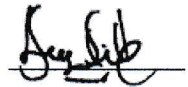
Nama : Rachmat Kahfi Razak  
NPM : 044114290  
Judul : Persepsi Remaja Terhadap Tayangan Vlog Gofar Hilman

Telah berhasil dipertahankan dihadapan Dewan Peuguji dan diterima sebagai bagian dari persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Budaya Universitas Pakuan Bogor.

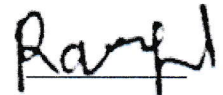
### DEWAN PENGUJI

Menyetujui

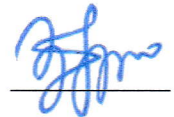
Pembimbing I : Muslim.M.Si  
NIK: 1 0909 048 513



Pembimbing II : Ratih Siti Aminah, M.Si  
NIK. 1.0314 004 625



Pembaca : Mariana R.A Siregar, M.I.Kom  
NIK. 1.1211 053 566

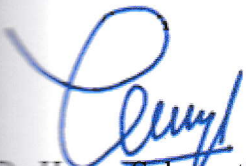


Ditetapkan di : Bogor  
Tanggal: : 09 Juli 2021

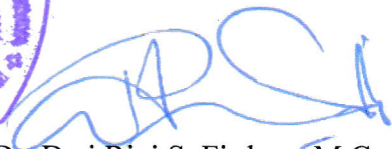
Dekan Fakultas  
Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya



Ketua Program Studi



Dr. Henny Suharyati, M.Si  
NIK : 1.9600 607.199009.2.001



Dr. Dwi Rini S. Firdaus, M.Comn  
NIK. 1.0113 001 607

## ABSTRAK

**Desma Katri Rarak, NPM 044114290. Persepsi Remaja Terhadap Tayangan Vlog Gofar Hilman. Dibimbing oleh Muslim dan Ratih siti Aminah, M.Si**

Hampir setiap hari terdapat banyak video yang merekomendasikan konten Video Blog (Vlog) pada situs YouTube. Google Indonesia pun mencatat, sejak tahun 2014 saat Vlog mulai banyak diminati, terdapat peningkatan hingga 600% video yang diunggah ke YouTube. Salah satu pembuat Vlog tanah air yang bias dibilang menginspirasi remaja Indonesia, yang memiliki nama Gofar Hilman selalu mengunggah konten vlog. Saat ini Gofar sudah memiliki sebanyak 362,773 pelanggan di kanal YouTube-nya (per maret 2019). Dalam vlog Gofar Hilman ada dua konten yang paling diminati yaitu SESKUTUMOTIF dan NGOBAM (NGOBROL BARENG MUSISI) Tayangan vlog Gofar dengan konten tersebut memang paling banyak diminati karena remaja Kota Bogor sangat memiliki rasa penasaran yang sangat tinggi terhadap sesuatu hal yang baru. Adapun tujuan penelitian mengetahui hubungan antara tayangan Vlog Gofar Hilman dengan persepsi remaja. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan cara survey. Penelitian ini dilakukan dengan cara mengirimkan alamat atau tautan google formulir melalui saluran kanal YouTube Gofar Hilman. Populasi pada penelitian ini adalah pelanggan kanal YouTube Gofar Hilman. Berdasarkan data penelliti temukan pelanggan kanal YouTube Gofar Hilman per Maret 2019 sebanyak 362.773 ribu pelanggan. Analisis data hasil penelitian disajikan variabel dan indikator penelitian. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Persepsi Remaja Terhadap Tayangan Vlog Gofar Hilman. Penulis melakukan penelitian pada subscriber Gofar Hilman yang berjumlah 100 responden. Penyebaran sampel dilakukan oleh peneliti pada bulan Januari 2020. subscriber remaja vlog Gofar Hilman (responden) yang aktif secara sadar menggunakan vlog YouTube Gofar Hilman sebagai pemenuhan kebutuhan personal maupun sosial, yang bertujuan menonton karena menginginkan sesuatu hal yang dapat menghibur dan juga bisa mendapatkan informasi yang diinginkan khalayak dalam video tersebut. Hubungan antara variabel tayangan vlog dengan persepsi remaja terhadap tayangan vlog Gofar Hilman memiliki nilai sig. (2-tailed) lebih kecil dari nilai 0,05, maka artinya terdapat hubungan yang signifikan antara hubungan variabel tayangan vlog dengan persepsi remaja

**Kata Kunci:** *persepsi remaja, tayangan vlog*