

**PENGARUH INTENSITAS MENONTON *CHANNEL* YOUTUBE
RACHEL GODDARD TERHADAP SIKAP KONSUMEN PADA *BRAND*
KOSMETIK PIXY**

SKRIPSI

Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik

Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh:

Anita Rahmawati

20170530040

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

2022

HALAMAN PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Anita Rahmawati

NIM : 20170530040

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Menyatakan bahwa skripsi yang berjudul **“Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Rachel Goddard Terhadap Sikap Konsumen pada Brand Kosmetik Pixy”** adalah hasil karya sendiri dan seluruh sumber yang dikutip maupun yang dirujuk dengan benar. Apabila di kemudian hari skripsi saya terbukti sebagai plagiasi, saya bersedia menerima sanksi akademis sesuai dengan yang berlaku di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Yogyakarta, 18 Maret 2022



Anita Rahmawati

HALAMAN PERSEMBAHAN

Berbagai macam rintangan, hambatan, dan perjuangan telah dilewati penulis dalam berproses untuk meraih gelar sarjana (S1) di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta. Karya tulis ini (skripsi) merupakan persembahan terakhir dari penulis sebagai akhir dari proses belajar selama menempuh perkuliahan. Karya ini juga dipersembahkan kepada pihak-pihak yang selalu memberikan dukungan maupun dorongan kepada penulis selama menyelesaikan pendidikan di Universitas Muhammadiyah Yogyakarta dari awal berproses hingga sekarang:

1. Terima kasih kepada Allah SWT yang telah melancarkan segala urusan sehingga saya dapat menyelesaikan karya tulis ini dengan baik.
2. Terima kasih kepada kedua orang tua tercinta Bapak Aris Setyadi dan Ibu Dwi Erna Kusumasari, yang setiap saat selalu mendoakan, memberikan semangat, dan memberikan motivasi sehingga penulis bisa sampai ke tahap ini. Tidak ada yang bisa saya lakukan untuk membalas semua pengorbanan yang telah kalian berikan. Hanya ucapan terima kasih sedalam-dalamnya. Dan saya selalu berharap serta berdoa agar kalian berdua diberikan kesehatan dan dilimpahkan kebahagiaan.
3. Terima kasih kepada Kakakku Anisa Kusumawati, yang selalu mendoakan, memberikan semangat, dan membantu penulis dalam melakukan penelitian.

4. Terima kasih kepada sahabatku Kirana Squad, Devi, Olin, Nindy, Ela, dan Tria yang selalu memberi dukungan, menemani masa perkuliahan penulis dari awal hingga akhir, menerima segala keluh kesah, dan selalu memberi semangat. Semoga kita dapat menjaga tali persahabatan ini hingga tua nanti meskipun terhalang oleh jarak.
5. Terima kasih kepada teman-teman seperbimbingan, Andini, Enta, Fardilla, Laras, Novi, Shabrina, Reza, Jody, dan Ndaru yang selalu saling berbagi dan berdiskusi, memberikan info, serta membantu penulis dalam mengumpulkan berkas.
6. Terima kasih kepada dosen-dosen dan Staff Ilmu Komunikasi UMY, yang selalu membagikan ilmu dan pengetahuannya kepada penulis. Terimakasih telah meluangkan waktu untuk melayani para mahasiswa.
7. Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi 2017 dan Konsentrasi Broadcasting yang selalu mewarnai hari-hari penulis saat masa perkuliahan berlangsung. Semoga kalian diberikan kesehatan, selalu bahagia, dan sukses buat kedepannya.
8. Terima kasih kepada diri sendiri yang sudah bertahan, berusaha dan terus semangat untuk berjuang menyelesaikan karya tulis hingga sampai di titik ini. Terima kasih selalu kuat dan sabra melewati segala rintangan yang ada.
9. Terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan serta doa kepada saya yang tidak dapat disebutkan satu persatu.

HALAMAN MOTTO

“Tidak ada yang tidak mungkin di dunia ini. Apa yang kamu inginkan pasti bisa
kamu dapatkan selagi sabar, usaha, dan ikhlas dalam doa”

-Anita Rahmawati-

“Believe in something bigger than yourself and find your purpose in life”

-Justin Bieber-

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum Wr. Wb

Alhamdulillah segala puji syukur penulis panjatkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan kesehatan, rahmat dan hidayah. Tidak lupa shalawat dan salam penulis panjatkan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW yang telah membawa kami dari zaman yang gelap gulita hingga ke zaman terang-benderang penuh khidmat seperti sekarang ini. Sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Menonton *Channel* Youtube Rachel Goddard Terhadap Sikap Konsumen pada *Brand* Kosmetik Pixy” sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana Strata 1 (S1) di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Penulis menyadari bahwa masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna pada penelitian ini. Untuk itu, penulis sangat terbuka atas kritik dan saran yang disampaikan agar menjadi pembelajaran untuk menciptakan karya tulis selanjutnya menjadi lebih baik. Skripsi ini tidak akan selesai dengan lancar tanpa adanya bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segenap kerendahan hati penulis mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si., selaku Kepala Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
2. Mas Erwan Sudiwijaya, S.Sos, MBA, M.A., selaku Sekretaris Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
3. Bapak Aswad Ishak, S.IP., M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi, yang telah membimbing penulis hingga dapat menyelesaikan skripsi dari awal hingga
4. akhir dan banyak memberikan pembelajaran untuk saya.

5. Ibu Dr. Suciati, S.Sos., M.Si selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun kepada penulis sehingga mempermudah saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Haryadi Arief Nuur Rasyid, S.IP, M.Sc., selaku dosen penguji yang telah memberikan saran dan masukan kepada penulis sehingga mempermudah saya untuk menyelesaikan skripsi ini.
7. Segenap dosen Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang telah meluangkan waktu untuk memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
8. Segenap staff Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, yang senantiasa memberikan informasi dan membantu mahasiswa Ilmu Komunikasi demi kelancaran skripsi hingga akhir.
9. Seluruh responden penelitian saya serta semua pihak yang telah membantu kelancaran skripsi penulis.

Penulis



Anita Rahmawati

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN	ii
HALAMAN PERNYATAAN.....	iii
HALAMAN PERSEMBAHAN	iv
HALAMAN MOTTO	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR TABEL	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	15
C. Tujuan Penelitian.....	15
D. Manfaat Penelitian.....	15
1. Secara Teoritis.....	15
2. Secara Praktis	16
E. Kajian Teori.....	16
1. Teori SOR	16
2. Teori Media Exposure	23
3. Sikap Konsumen	25
F. Kerangka Pikir.....	29
G. Hipotesis.....	29
H. Definisi Konseptual dan Operasional.....	29
I. Metode Penelitian.....	34
1. Jenis Penelitian.....	34
2. Objek Penelitian	34
3. Populasi dan Sampel	35
4. Teknik Pengumpulan Data	36
5. Uji Validitas dan Reliabilitas	37
6. Teknik Analisis Data.....	38
J. Kuesioner	39
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN.....	46
A. Fenomena vlog di Indonesia.....	46
B. Channel YouTube Beauty Vlogger Rachel Goddard	48
BAB III HASIL DAN ANALISIS DATA	53
A. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas.....	55

B.	Karakteristik Responden	56
1.	Usia Responden.....	56
2.	Jenis Kelamin Responden	56
3.	Pekerjaan Responden	57
C.	Distribusi Jawaban Responden.....	58
1.	Intensitas Menonton Channel YouTube Beauty Vlogger Rachel Goddard	58
2.	Sikap Konsumen pada brand kosmetik Pixy.....	67
D.	Hasil Analisis Data.....	75
1.	Statistik Deskriptif.....	75
2.	Hasil Uji Normalitas.....	75
3.	Uji Hipotesis (uji t).....	76
4.	Uji Koefisien Determinasi.....	77
5.	Uji Regresi Sederhana	77
F.	Pembahasan	79
BAB IV PENUTUP		85
A.	Kesimpulan.....	85
B.	Saran.....	86
DAFTAR PUSTAKA		88

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Akses internet di Indonesia	3
Gambar 1. 2 10 Media Sosial yang sering digunakan.....	4
Gambar 1. 3 Beauty Vlogger Rachel Goddard	6
Gambar 1. 4 Beauty Vlogger Suhay Salim	6
Gambar 1. 5 Beauty Vlogger Abel Cantika	6
Gambar 1. 6 Subscriber channel YouTube Rachel Goddard	7
Gambar 1. 7 Salah satu kolaborasi Rachel Goddard X Mizzu Cosmetics	8
Gambar 1. 8 Isi Konten channel YouTube Rachel Goddard	9
Gambar 1. 9 Brand Kosmetik yang paling sering di review Rachel Goddard.....	11
Gambar 1. 10 Model Teori SOR.....	19
Gambar 1. 11 Kerangka Pikir Penelitian.....	29
Gambar 2. 1 Data Penonton Rachel Goddard setiap tahunnya	50
Gambar 2. 2 Logo brand Pixy	50
Gambar 3. 1 Diagram Presentase Usia Responden	56
Gambar 3. 2 Diagram Presentase Jenis Kelamin Responden	57
Gambar 3. 3 Diagram Presentase Pekerjaan Responden	57
Gambar 3. 4 Diagram Presentase Jawaban Responden (Seberapa Sering Anda Mengakses Youtube Beauty Vlogger Rachel Goddard).....	58
Gambar 3. 5 Diagram Presentase Jawaban Responden (Intensitas Mengakses Video Channel Beauty Vlogger Rachel Goddard dalam Sehari)	59
Gambar 3. 6 Diagram Presentase Jawaban Responden (Seberapa Lama Anda Mengakses Channel Youtube Beauty Vlogger Rachel Goddard) ...	60
Gambar 3. 7 Diagram Presentase Jawaban Responden (Seberapa Tertarik Anda Ketika Menonton Tayangan Channel Youtube Beauty Vlogger Rachel Goddard)	61
Gambar 3. 8 Diagram Presentase Jawaban Responden (Seberapa Banyak Informasi yang Anda Dapatkan dari Menonton Tayangan Channel Youtube Beauty Vlogger Rachel Goddard).....	62
Gambar 3. 9 Diagram Presentase Jawaban Responden (saya menonton tayangan channel Beauty Vlogger Rachel Goddard di YouTube setiap ada waktu luang)	63
Gambar 3. 10 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya menonton tayangan channel Beauty Vlogger Rachel Goddard di youtube dari awal sampai selesai)	64
Gambar 3. 11 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya menantikan setiap ada video baru di channel youtube beauty vlogger Rachel goddard).....	65
Gambar 3. 12 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya membutuhkan tayangan channel youtube beauty vlogger Rachel goddard untuk menambah wawasan saya tentang kecantikan)	66

- Gambar 3. 13 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya tertarik dengan video yang terdapat di tayangan channel YouTube beauty vlogger Rachel Goddard) 67
- Gambar 3. 14 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya memiliki kepercayaan diri dalam berpenampilan setelah menonton video produk brand kosmetik Pixy dalam tayangan beauty vlogger Rachel Goddard di YouTube) 68
- Gambar 3. 15 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya merasa senang dengan review produk brand kosmetik Pixy yang diulas beauty vlogger Rachel Goddard di YouTube) 69
- Gambar 3. 16 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya yakin untuk membeli produk brand kosmetik Pixy yang di review beauty vlogger Rachel Goddard dalam videonya di YouTube) 70
- Gambar 3. 17 Diagram Presentase Jawaban Responden (Kemampuan beauty vlogger Rachel Goddard dalam video produk brand kosmetik Pixy di YouTube dapat mempengaruhi saya untuk membeli produk kecantikan)..... 71
- Gambar 3. 18 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya akan membeli produk brand kosmetik Pixy yang di review beauty vlogger Rachel Goddard karena percaya dengan kualitas produknya) 72
- Gambar 3. 19 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya akan membeli produk brand kosmetik Pixy yang di review beauty vlogger Rachel Goddard karena menyukai produk tersebut)..... 73
- Gambar 3. 20 Diagram Presentase Jawaban Responden (Saya akan membeli produk brand kosmetik Pixy yang di review Rachel Goddard karena adanya keinginan yang kuat untuk memakai produk kecantikan tersebut).. 74

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Daftar jumlah video yang diunggah subscriber beberapa Beauty Vlogger Indonesia	6
Tabel 1. 2 Matriks Kuesioner	33
Tabel 2. 1 Pencapaian Subscribers YouTube Rachel Goddard.....	49
Tabel 3. 1 Hasil Uji Validitas.....	54
Tabel 3. 2 Hasil Uji Reliabilitas	55
Tabel 3. 3 Statistik Deskriptif Rata-Rata	75
Tabel 3. 4 Hasil Uji Normalitas	75
Tabel 3. 5 Hasil Uji T.....	76
Tabel 3. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi	77
Tabel 3. 7 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	78