PENGARUH TERPAAN, EFEKTIVITAS DAN KUALITAS KONTEN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN PADA YOUTUBE WINDAH BASUDARA

by Arbi Octo Mahendra

Submission date: 27-Sep-2024 12:52AM (UTC+0700)
Submission ID: 2466411069
File name: Jurnal_Arbi_Octo_Mahendra_1.pdf (1.08M)
Word count: 4168
Character count: 28232

PENGARUH TERPAAN, EFEKTIVITAS DAN KUALITAS KONTEN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN PADA YOUTUBE WINDAH BASUDARA

Arbi Octo Mahendra

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Indonesia

Alamat: Jl. Margonda Raya Pondok Cina, Depok, Indonesia
Korespondensi penulis: arbiocto12@gmail.com

Abstract. *YouTube Windah Basudara is a YouTube channel that provides entertainment content. This study aims to determine the influence of exposure, effectiveness, and quality of Windah Basudara's YouTube content on fulfilling entertainment needs. This research uses a quantitative approach with a positivist paradigm, where the sample is taken using purposive sampling with a total sample of 400 respondents obtained from calculations using the Slovin formula. The population in this study consists of subscribers of the Windah Basudara YouTube channel. This study employs the Uses and Gratifications theory. Elements of satisfaction include the influence of exposure, effectiveness, quality, and the fulfillment of entertainment needs. The utility is the subscribers of the Windah Basudara YouTube channel. The results of this study indicate that there is an influence of exposure, effectiveness, and quality on the fulfillment of subscribers' entertainment needs. The better the exposure, effectiveness, and quality of the content, the more the entertainment needs are fulfilled. This shows that the results of this study are relevant to the Uses and Gratifications theory, where when an individual obtains satisfaction, a response is formed.*

Keywords: *Effectiveness, Quality, Exposure, Windah Basudara, YouTube.*

Abstrak. *YouTube* Windah Basudara merupakan kanal *YouTube* yang menyajikan konten berupa hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adanya pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Metode penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivisme yang pengambilan sampelnya menggunakan metode *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden yang didapatkan dari perhitungan menggunakan rumus Slovin. Populasi dalam penelitian ini merupakan *subscriber* dari kanal *YouTube* Windah Basudara. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* (teori kegunaan dan kepuasan). Unsur pada kepuasan adalah pengaruh terpaan, efektivitas, kualitas dan pemenuhan kebutuhan hiburan. Kegunaan adalah penonton atau audiens yaitu *subscriber* dari kanal *YouTube* Windah Basudara. Hasil penelitian ini menunjukan bahwa terdapat pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan. Semakin baik terpaan, efektivitas dan kualitas konten maka pemenuhan kebutuhan hiburan semakin meningkat. Hal ini menunjukan hasil penelitian ini relevan dengan teori *Uses and Gratifications,* dimana ketika seseorang individu mendapatkan kepuasan maka ada respon yang terbentuk.

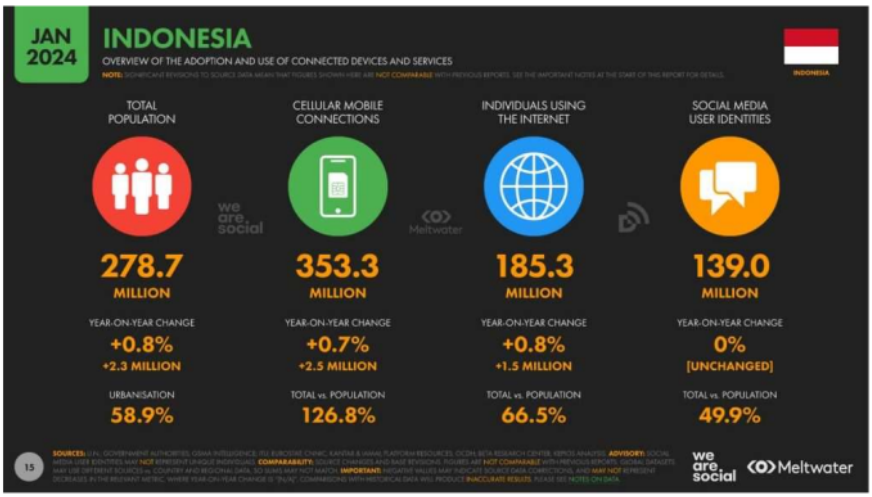
Kata kunci: Efektivitas, Kualitas, Terpaan, Windah Basudara, YouTube.

1. LATAR BELAKANG

Peran teknologi di era globalisasi seperti sekarang menjadi kebutuhan manusia untuk mendapatkan sumber informasi, hal tersebut tidak lagi dibatasi dengan jenis-jenis media konvensional seperti surat kabar, televisi, dan radio (Rusadi, 2014). Teknologi saat ini memegang peranan penting dalam proses dan praktik komunikasi di tengah masyarakat industri yang sedang berubah menjadi masyarakat informasi (Kurnia, 2005). Proses komunikasi yang sering dilakukan untuk menyampaikan informasi pada khalayak luas adalah komunikasi massa. Secara sederhana, komunikasi massa bisa diartikan dengan proses komunikasi melalui media. Kajian tentang komunikasi massa sangat dipengaruhi oleh dinamika media dan penggunaanya oleh khalayak (Suprapto, 2006).

Masyarakat tentunya harus mengikuti kemajuan zaman agar mampu mendapatkan informasi atau pun hiburan yang terintegrasi dalam media komunikasi, khususnya *new media* (Budi, 2014). Kehadiran *new media* memberikan kemudahan kepada masyarakat luas dalam mengakses dan mencari informasi melalui internet. Keinginan akan informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia dalam kehidupan ini. Kebutuhan informasi setiap orang pasti berbeda-beda baik dari tingkat kebutuhannya sampai jenis informasi yang dibutuhkanya (Ramadhan, 2024). Setiap manusia membutuhkan informasi guna melengkapi pengetahuan mereka akan suatu hal. Kebutuhan informasi menurut Lasa HS (2017) yaitu, "kebutuhan yang didasarkan oleh dorongan untuk memahami, menguasai lingkungan, memuaskan keingintahuan dan penjelajahan." Terdapat empat jenis kebutuhan hiburan menurut Katz, Blummer dan Gurtevitch yaitu, kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personam kebutuhan integratif sosial dan kebutuhan pelepasan ketegangan.

Penggunaan media itu sendiri terkait dengan sejumlah faktor lingkungan, misalnya peningkatan literasi, perkembangan pesat di bidang kemajuan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan adanya komunikasi massa, praktik komunikasi menjadi jauh lebih efektif dibandingkan masa lalu. Ada beberapa aspek yang menjadi karakteristik dari komunikasi massa yaitu sifat komunikan, sifat media massa, sifat pesan, dan sifat komunikator (Suprapto, 2006).



Gambar 1. 1 Pengguna Internet di Indonesia

(Sumber : *We Are Social 2024*)

Berdasarkan survei We Are Social, ada sebanyak 185,3 juta pengguna internet dan 139 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Dan ada sebanyak 278,7 juta jiwa jumlah penduduk Indonesia pada Januari 2024. Jumlah pengguna aktif media sosial tersebut setara dengan 49,9% dari populasi dalam negeri. Dan dilansir dari Global Media Insight, Indonesia merupakan negara dengan pengguna youtube terbanyak keempat di dunia dengan jumlah 139 juta pengguna pada Mei 2024. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa jumlah pengguna *YouTube* di Indonesia sangat signifikan.

YouTube telah menjadi salah satu sumber hiburan utama bagi masyarakat Indonesia. Menurut laporan dari Hootsuite dan We Are Social pada tahun 2024, platform ini telah menunjukkan popularitasnya yang luar biasa. Konten hiburan di YouTube sangat beragam, mulai dari gaming, vlog, musik, film pendek, hingga acara komedi dan podcast, yang semuanya mudah diakses melalui perangkat mobile. Keberagaman konten ini memungkinkan pengguna untuk menemukan hiburan yang sesuai dengan minat dan preferensi mereka. Selain itu, banyak kreator konten lokal yang berhasil menarik perhatian besar, seperti Windah Basudara, yang memiliki jutaan pengikut dan telah menjadi selebritas di ranah digital. Fenomena ini menunjukkan bahwa *YouTube* bukan

hanya platform untuk menonton video, tetapi juga telah menjadi bagian integral dari budaya pop dan kehidupan sehari-hari di Indonesia.

Dilansir dari Social Blade Windah Basudara telah menjadi salah satu *YouTuber* paling populer di Indonesia, dengan konten yang menarik perhatian jutaan penonton. Windah Basudara, youtuber kelahiran Manado 14 Maret 1992, dikenal dengan gaya penyampaian yang unik dan karismatik dalam bermain dan mengulas berbagai jenis permainan video. Kanal *YouTube*-nya, yang telah mendapatkan jutaan pelanggan, sering menampilkan live streaming dan video yang penuh humor serta interaksi yang aktif dengan penggemarnya. Menurut data Social Blade, kanal Windah Basudara mengalami pertumbuhan pesat dalam beberapa tahun terakhir, dengan jutaan penonton setiap bulannya. Windah Basudara sendiri sebagai pemilik *channel* pernah melakukan hiatus dengan tujuan untuk beristirahat, namun tidak butuh waktu lama bagi para penggemar untuk meminta Windah Basudara kembali. Hal tersebut membuktikan bahwa para penggemar atau penonton *channel* Windah Basudara sangat membutuhkan tontonan dari Windah Basudara sebagai sarana untuk pemenuhan kebutuhan hiburannya, sehingga pemenuhan kebutuhan hiburan relevan untuk di angkat pada penelitian ini. Popularitasnya mencerminkan bagaimana *YouTube* telah menjadi platform yang signifikan bagi konten gaming di Indonesia, serta bagaimana para kreator konten lokal dapat membangun komunitas yang besar dan loyal melalui kreativitas dan interaksi langsung dengan audiens mereka.

Teknologi telah menjadi kebutuhan vital di era globalisasi untuk memperoleh informasi melalui media baru (new media) seperti internet, menggantikan media konvensional. Komunikasi massa kini lebih efektif dengan adanya internet, yang memudahkan akses dan penyampaian informasi. Salah satu fenomena ini adalah platform YouTube, di mana Windah Basudara, seorang YouTuber populer asal Indonesia, berhasil menarik jutaan penggemar melalui konten gaming yang unik dan karismatik. Popularitasnya menunjukkan bagaimana kreator lokal bisa membangun komunitas besar dan loyal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh terpaan, efektivitas, dan kualitas konten Windah Basudara terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan audiens. Terpaan mencakup frekuensi, durasi, dan atensi terhadap konten. Efektivitas diukur berdasarkan seberapa baik audiens mengadopsi nilai dan gaya konten, sementara kualitas

konten dinilai dari akurasi, ketepatan waktu, dan relevansi. Studi sebelumnya menunjukkan bahwa terpaan dan kualitas konten mempengaruhi tingkat kepuasan hiburan. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pihak terkait memanfaatkan media sosial, terutama YouTube, untuk memenuhi kebutuhan hiburan.

2. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini akan menggunakan metode penelitian kuantitatif, dimana peneliti berusaha untuk memaparkan dan menafsirkan data yang ada untuk mendapatkan gambaran yang sistematis tentang pengaruh terpaan, efektivitas, dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Penelitian kuantitatif disajikan dalam bentuk angka yang diolah dengan model statistik dan menggunakan program SPSS versi 27. Subjek dalam penelitian ini adalah *Subscribers* dari akun *YouTube* Windah Basudara. Objek penelitian yang telah ditentukan oleh penulis dalam penelitian ini adalah terpaan, efektivitas, kualitas dan pemenuhan kebutuhan hiburan pada akun *YouTube* Windah Basudara. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini merupakan paradigma positivisme. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei. Melihat dari sumber data, pengumpulan data dapat menggunakan sumber primer. Pada penelitian ini data primer bersumber dari hasil data kuesioner yang dihasilkan dari penyebaran kuisioner berbentuk *Google Form* yang telah diisi para responden. Selanjutnya, dalam penelitian ini populasinya merupakan *Subscriber YouTube* Windah Basudara dengan jumlah 13,2 juta subscriber per tanggal 06 Juni 2024.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Channel YouTube Windah Basudara adalah salah satu channel gaming paling populer di Indonesia, dinikmati oleh penonton dari berbagai usia, termasuk anak-anak, remaja, dan dewasa. Windah Basudara, dengan nama asli Brando Franco Windah, dikenal karena gaya penyampaiannya yang energik, humoris, dan karismatik. Channel ini menyajikan beragam konten, mulai dari video gaming, live streaming, hingga reaksi dan

review, dengan interaksi aktif bersama penonton yang memberikan kesan personal dan interaktif.

Sejak aktif pada 2019, Windah secara rutin mengunggah konten dengan tema beragam, mencakup game populer, klasik, simulasi, hingga game online kompetitif, memberi penonton pilihan tontonan sesuai selera. Keunikan channel ini terletak pada gaya penyampaian yang humoris dan penuh energi, serta keragaman konten yang menggabungkan hiburan dan informasi, menjadikannya menarik bagi berbagai kalangan.

Gambar 1. Header YouTube Windah Basudara

Penelitian ini melibatkan 400 responden yang merupakan subscriber YouTube Windah Basudara. Data dikumpulkan melalui kuesioner menggunakan Google Form dan dianalisis secara statistik. Mayoritas responden berusia 19-30 tahun (38%), laki-laki (63,5%), dan memiliki pendidikan terakhir sarjana (31%). Sebagian besar responden berprofesi sebagai pelajar/mahasiswa (40%) dan mengakses YouTube 1-2 jam per hari (27,3%).

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa indikator frekuensi, durasi, atensi, internalisasi, identifikasi, ketundukan, accuracy, timeliness, relevansi, kebutuhan kognitif, kebutuhan afektif, kebutuhan integratif personal, kebutuhan integratif sosial, dan pelepasan ketegangan memiliki pengaruh kuat terhadap perilaku responden. Mayoritas responden menyatakan setuju atau sangat setuju terhadap pernyataan terkait, dengan tingkat persetujuan tertinggi pada indikator kebutuhan pelepasan ketegangan (42,25% sangat setuju).

Pembahasan

1. **Pengaruh Terpaan Konten Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Pada YouTube Windah Basudara**

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda variabel terpaan terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan memiliki tanda koefisien positif, hal ini menunjukan

bahwa semakin besar terpaan maka semakin meningkat pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara, sebaliknya bila semakin menurun terpaan maka akan semakin menurun pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Selanjutnya berdasarkan hasil uji t dapat dinyatakan bahwa variabel terpaan berpengaruh secara parsial terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan (X1) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan (Y).

Berdasarkan analisis deskriptif variabel yang telah dilakukan diketahui bahwa indikator frekuensi, durasi dan atensi memiliki pengaruh terhadap indikator kebutuhan pelepasan ketegangan dibuktikan dengan jawaban dari responden. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang dimana teori tersebut berargumen bahwa pemirsa media aktif mencari dan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan dan gratifikasi tertentu. Dalam konteks penelitian ini, teori ini bisa menjelaskan bahwa:

1. Frekuensi: Berapa sering pemirsa menonton konten, yang mungkin berkaitan dengan seberapa besar mereka mencari pemenuhan kebutuhan hiburan.
2. Durasi: Lamanya waktu yang dihabiskan untuk menonton konten, yang mungkin menunjukkan tingkat keterlibatan dan kebutuhan hiburan yang lebih besar.
3. Atensi: Seberapa fokus pemirsa saat menonton, yang mungkin berhubungan dengan intensitas kebutuhan hiburan.

Secara keseluruhan, teori Uses and Gratifications membantu menjelaskan mengapa pemirsa mungkin memilih untuk mengikuti konten tertentu (seperti YouTube Windah Basudara) berdasarkan kebutuhan mereka untuk hiburan.

Hasil dari penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian oleh (Faizal, 2024) yang berjudul "Pengaruh Terpaan Tayangan Akun *Youtube* Taulany TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan *Subscriber*". Hasil penelitian ini menyatakan bahwa terdapat pengaruh terpaan tayangan *youtube* TAULANYTV terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan dengan besaran pengaruh sebesar 59,2%. Hal ini memiliki arti bahwa H0 ditolak dan Ha diterima. Maka dari penjabaran yang telah dilakukan diatas dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh terpaan konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara yang dimana mengartikan bahwa Ho1 ditolak dan Ha1 diterima.

2. Pengaruh Efektivitas Konten *YouTube* Windah Basudara Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda variabel efektivitas terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan memiliki tanda koefisien positif, hal ini menunjukan bahwa semakin besar efektivitas maka semakin meningkat pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara, sebaliknya bila semakin menurun efektivitas maka akan semakin menurun pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Selanjutnya berdasarkan hasil uji t dapat dinyatakan bahwa variabel efektivitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel efektivitas (X2) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan (Y).

Berdasarkan analisis deskriptif variabel yang telah dilakukan diketahui bahwa indikator internalisasi memiliki pengaruh terhadap indikator kebutuhan kognitif dan kebutuhan integratif sosial. Indikator identifikasi memiliki pengaruh terhadap indikator kebutuhan afektif dan kebutuhan integratif personal. Indikator ketundukan memiliki pengaruh terhadap indikator kebutuhan integratif personal dan kebutuhan integratif sosial. Hal tersebut dibuktikan dengan jawaban dari responden. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang dimana teori ini menyatakan bahwa pemirsa memilih media berdasarkan kebutuhan mereka. Efektivitas konten dalam memenuhi kebutuhan hiburan diukur dari sejauh mana konten tersebut dapat memenuhi kebutuhan tersebut. Konten yang efektif dalam memenuhi kebutuhan hiburan memberikan gratifikasi yang diinginkan oleh pemirsa. Efektivitas konten diukur dari kepuasan yang dirasakan pemirsa setelah mengonsumsi konten tersebut. Dengan menggunakan teori ini, kita dapat mengevaluasi efektivitas konten berdasarkan umpan balik pengguna tentang seberapa baik konten tersebut memenuhi kebutuhan hiburan mereka, dan bagaimana pengalaman mereka terpengaruh oleh konten tersebut.

Hasil dari penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya, seperti penelitian oleh (Snelson, 2015) yang menunjukkan bahwa efektivitas konten video dianggap efektif cenderung memiliki dampak yang lebih besar pada pemenuhan kebutuhan hiburan penonton. Dan penelitian oleh (Balakrishnan & Griffiths, 2017) menemukan bahwa konten yang dinilai efektif oleh penonton memiliki pengaruh positif dengan tingkat kebutuhan hiburan penonton. Maka dari penjabaran yang

telah dilakukan diatas dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh efektivitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara yang dimana mengartikan bahwa Ho2 ditolak dan Ha2 diterima.

3. Pengaruh Kualitas Konten *YouTube* Windah Basudara Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda variabel kualitas terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan memiliki tanda koefisien positif, hal ini menunjukan bahwa semakin besar kualitas maka semakin meningkat pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara, sebaliknya bila semakin menurun kualitas maka akan semakin menurun pula pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Selanjutnya berdasarkan hasil uji t dapat dinyatakan bahwa variabel kualitas berpengaruh secara parsial terhadap variabel pemenuhan kebutuhan hiburan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel kualitas (X3) berpengaruh positif dan signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan (Y).

Berdasarkan analisis deskriptif variabel yang telah dilakukan diketahui bahwa indikator *accuracy, timeliness* dan *relevancy* memiliki pengaruh terhadap indikator kebutuhan kognitif dibuktikan dengan jawaban dari responden. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang dimana teori ini menyatakan bahwa pemirsa aktif mencari gratifikasi dari media. Kualitas konten berkontribusi pada seberapa baik *accuracy, timeliness* dan *relevancy* dapat memberikan gratifikasi tersebut. Konten berkualitas tinggi dapat memenuhi kebutuhan hiburan dengan memberikan pengalaman yang memuaskan, menarik, dan emosional. Secara keseluruhan, kualitas konten memainkan peran penting dalam teori *Uses and Gratifications* dengan mempengaruhi sejauh mana konten dapat memenuhi kebutuhan hiburan pengguna. Konten yang berkualitas tinggi lebih cenderung untuk memberikan gratifikasi yang diinginkan dan meningkatkan pengalaman hiburan bagi pemirsa.

Hasil dari penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh (Li & Lian, 2014) yang menemukan bahwa kualitas konten digital, termasuk konten video secara signifikan mempengaruhi kebutuhan hiburan penonton. Penelitian ini menunjukkan bahwa penonton cenderung lebih puas dan lebih terhibur ketika mereka mengonsumsi konten yang memiliki standar kualitas tinggi. Maka dari penjabaran yang telah dilakukan diatas dapat diketahui bahwa terdapat

pengaruh kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara yang dimana mengartikan bahwa Ho3 ditolak dan Ha3 diterima.

4. Pengaruh Terpaan, Efektivitas dan Kualitas Konten *YouTube* Windah Basudara Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan

Berdasarkan hasil uji regresi linear berganda diketahui bahwa pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara memiliki pengaruh positif. Dimana apabila terpaan, efektivitas dan kualitas konten semakin ditingkatkan, maka pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara juga akan meningkat, begitu juga sebaliknya jika terpaan, efektivitas dan kualitas konten menurun, maka pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara juga akan menurun. Selanjutnya berdasarkan hasil uji f dinyatakan bahwa pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten berpengaruh secara bersama-sama (simultan) dan berpengaruh secara signifikan terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan.

Berdasarkan uji koefisien deteriminasi dinyatakan hubungan terpaan, efektivitas dan kualitas terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan memiliki hubungan yang sangat kuat. Dan nilai tersebut menunjukan bahwa terpaan, efektivitas dan kualitas memiliki dampak sebesar 74,5% terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara. Sedangkan sisanya 25,5% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini. Penelitian ini menggunakan teori *Uses and Gratifications,* inti dari teori ini menyatakan bahwa khalayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu, dimana media dianggap berusaha untuk memenuhi kebutuhan khalayaknya. Teori ini menganggap bahwa khalayak aktif dan selektif dalam memilih media, sehingga menimbulkan motif-motif dalam menggunakan media dan kepuasan tersebut. Pada penelitian ini, kesinambungan antara teori *Uses and Gratifications* adalah dimana terpaan, efektivitas dan kualitas yang dinilai tinggi akan membuat audiens secara aktif dan selektif untuk memilih konten tersebut sebagai tontonan yang dapat memberikan pemenuhan kebutuhan hiburannya. Sehingga terpaan, efektivitas dan kualitas konten *YouTube* Windah Basudara mempengaruhi audiens (*subscriber*) untuk memilih konten *YouTube* Windah Basudara sebagai tontonan untuk mendapatkan pemenuhan kebutuhan hiburan.

Hasil dari penelitian ini tidak jauh berbeda dengan penelitian-penelitian sebelumnya, seperti penelitian oleh (Lee & Zhao, 2021) yang berjudul *"The Combined Impact of Media Exposure, Service Effectiveness, and Quality on Entertainment Fulfillment"*. Hasil dari penelitian ini menyatakan bahwa terpaan, efektivitas dan kualitas secara signifikan mempengaruhi pemenuhan kebutuhan hiburan. Maka dari penjabaran yang telah dilakukan diatas dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh terpaan, efektivitas dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan pada *YouTube* Windah Basudara yang dimana mengartikan bahwa Ho4 ditolak dan Ha4 diterima.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis yang dilakukan peneliti mengenai pengaruh terpaan, efektivitas, dan kualitas konten terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan di YouTube Windah Basudara, dapat disimpulkan bahwa ketiga faktor tersebut memiliki pengaruh signifikan. Terpaan konten, efektivitas konten, dan kualitas konten masing-masing terbukti berperan dalam memenuhi kebutuhan hiburan penonton, baik secara terpisah maupun secara bersamaan.

Dari penelitian ini, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, yaitu: pertama, penelitian di masa mendatang disarankan untuk melibatkan variabel lain yang belum digunakan, seperti motif menonton dan kredibilitas, guna memperkaya kajian ini. Kedua, disarankan untuk peneliti berikutnya menggunakan pendekatan berbeda terkait fenomena kanal YouTube Windah Basudara, serta memanfaatkan hasil penelitian ini sebagai data pendukung. Ketiga, kanal YouTube Windah Basudara diharapkan tetap mempertahankan dan meningkatkan kualitas kontennya, terutama karena kualitas terbukti memiliki pengaruh terbesar terhadap pemenuhan kebutuhan hiburan. Upaya peningkatan kualitas konten dapat dilakukan melalui beberapa cara, yakni memberikan informasi yang lebih akurat (accuracy), mengikuti tren game terkini dan menjaga konsistensi jadwal unggahan (timeliness), serta menciptakan konten yang sesuai dengan minat audiens dan mempertahankan gaya komunikasi yang lucu dan menghibur (relevancy).

DAFTAR REFERENSI

A., Morissan M., dkk. 2012. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana

Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian Suatu Pendekatan Proposal*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Ambar Fauji. 2020. *Pengaruh Terpaan Channel youtube Rian TV terhadap Sikap Menonton Subcriber*. Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.

Arikunto, Suharsimi. 2019. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Asyila Chairunnisa. 2023. *Pengaruh Terpaan Media dan Kredibilitas Social Media Influencer Channel Youtube Ria SW Terhadap Sikap Menonton Subscriber*. Skripsi pada Program Studi strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Budiargo, D. 2015. Berkomunikasi Ala Net Generation. Jakarta: Kompas Gramedia.

Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Perkasa.

Cangara, Hafied. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers

Damayanti, C. N., Dunan, A., & Karman. 2021. *Pengaruh Terpaan Media dan Kredibilitas Tuan Rumah (Host) Terhadap Minat Politik Generasi Z*. Skripsi pada Program Studi strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Daryanto. 2014. *Teori Komunikasi*. Malang: Penerbit Gunung Samudera.

Data Reportal. 2024. Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2024. Diakses pada tanggal 20 April 2024, pukul 23.00 dari https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia.

Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchyana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya*. Bandung, Remaja Rosdakarya.

Fauzi. 2023. *Pengaruh Terpaan Program Acara Mata Najwa dan Kredibilitas Sumber Terhadap Minat Berpolitik Generasi Z*. Skripsi pada Program Studi strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Firmansyah. 2024 “Pengaruh Kredibilitas dan Terpaan Konten Akun Youtube Gofar Hilman #Sekutotomotif Terhadap Kebutuhan Informasi Pada Subscriber”. Skripsi pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.

Faizal. 2024. "Pengaruh Terpaan Tayangan Akun *Youtube* Taulany TV Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan *Subscriber"*. Skripsi pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok.

Fitriansyah, Fifit. 2018. *Efek Komunikasi Massa Pada Khalayak (Studi Deskriptif Penggunaan Media Sosial Dalam Membentuk Perilaku Remaja*). *Jurnal Humaniora*. Vol. 18 No. 2.

Ghozali, Imam. 2013. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 21 Update PLS Regresi. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Halim, U., & Jauhari, K. D. 2019. *Pengaruh Terpaan Media terhadap Partisipasi Politik dalam Pilkada DKI Jakarta 2017*. ASPIKOM, 4, 45–59.

Hasanah. 2020. *Perkembangan Instrumen Miskonsepsi Berbasis Google Forms Pada Materi Usaha dan Energi Menggunakan Four Tier Test*. Skripsi pada program strata satu Fakultas Tarbiyah dan Keguruan, Universitas Islam Negri Raden Intan. Lampung.

Hu, X. 2015. *Assessing source credibility on social media- An electronic word-of-mouth communication perspective*. Ohio: Bowling Green State University.

Hootsuite. 2024. Diakses pada 18 Mei 2024 pukul 22.00 dari https://blog.hootsuite.com/Instagram-demoghraphics/

Husein Umar. 2013. *Metode Penelitian untuk Skripsi dan Tesis Bisnis Edisi Kedua*. Jakarta: Rajawali Pers.

Iwan Satibi. 2011. *Teknik Penulisan Skripsi, Tesis & Disertasi*. Bandung: Ceplas.

Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). *Users of The World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. Business Horizons, 53(1), 59–68.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Kencana.

Larasati V, Oktivera E. 2019. *Media Sosial Instagram Berpengaruh Terhadap Minat*. Beli Produk Wardah. Jurnal Administrasi Kantor. 7 (1): 31-40.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. 2014. *Theories of Human Communication*. Salemba Humanika.

Marcellino. 2020. *Pengaruh Terpaan dan Kredibilitas Social Media Influencer Terhadap Minat Berinvestasi (Studi pada Channel Youtube Timothy Ronald).* Program Studei strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma.

Margono. 2004. *Metodologi Penelitian Pendidikan*, Jakarta: Rineka Cipta.

Moelong, L. J. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif.* Bandung: Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Munawwaroh. 2018. *Pengaruh Terpaan Media Pada Akun Instagram @Eksploresiak Terhadap Minat Kunjungan Wisata Ke Siak Sri Indrapura*. JOM FISIP, Vol. 5, No. 1.

Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial. Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi. Bandung : Simbiosa Rekatama Media

Neuman, W. Lawrence. 2003. *Social research methods: Qualitative and quantitative approaches*. Boston: Allyn and Bacon.

Pangestu. 2020. *Film Sexy Killers Dan Dampak Media (Analisis Teori Stimulus Respon).* Skripsi pada program strata satu Fakultas Ilmu Sosial FIS UIN SU. Tesis pada program Pasca Sarjana Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara. Medan.

Priyanto. 2010. *Teknik Mudah dan Cepat Melakukan Analisis Data Penelitian Dengan SPSS.* Yogyakarta: Gava Media.

Rahmawati, Alni., dan Fauziah Fajarwati. 2014. *Statistika, Teori, dan Praktek*. Edisi ke-2. Fakultas Ekonomi Manajemen. Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.

Rakhmat, Jalaluddin. 2015. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Ratnasari, E., & Oktaviani, F. D. 2019. *A Phenomenological Study of Instagram Fasting on Millennial*. INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication), 4(2), 191–218.

Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi.* Jakarta: PT. Rineka Cipta.

Rokhim, A. 2022. Pengaruh Terpaan Konten @ngertisaham terhadap Minat Anak Muda Berinvestasi Saham di Pasar Modal (UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta).

Sanjaya, Wina. 2015. *Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Prenada Media Group.

Saptutyningsih, E., dan Esty Setyaningrum. 2019. *Penelitian Kuantitatif Metode dan Alat Analisis.* Yogyakarta: Gosyen Publishing.

Setiawan, Budi. 2015. Teknik Hitung Manual Analisis Regresi Linier Berganda Dua Variabel Bebas. Bogor.

Shofiatun Nisa. 2024. *Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Narasinewsroom Terhadap Minat Partisipasi Politik Generasi Z* .Penulisan Ilmiah pada program strata satu Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma. Depok

Sugiyono. 2019. Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D. Bandung: ALFABETA.

Sujarweni, Wiratna. 2014. *Metodologi penelitian: Lengkap, praktis, dan mudah dipahami.* Yogyakarta: PT Pustaka Baru.

Tusan, Angga Rakadiwak., Ido Prijana Hadi., dan Daniel Budiana. 2019. *Pengaruh Terpaan Media Terhadap Sikap Masyarakat Surabaya Pada Program Religi "Kata Ustadz Solmed" Di SCTV*. Jurnal E-Komunikasi Universitas Kristen Petra Surabaya Vol. 7 No. 1.

We Are Social and Hootsuite. 2024. Diakses pada 18 Mei 2024 pukul 22.36 WIB, https://andi.link/hootsuite-we-are-social-data-digital-indonesia-2024/

Youtube.com. kanal Windah Basudara. Diakses pada 06 Juni 2024. https://www.youtube.com/@WindahBasudara

Zahara, Widya Fauziah. 2019. *Pengaruh Terpaan Drama Serial Korea Pada Aplikasi Viu Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Hiburan Mahasiswa Universitas Sumatera Utara*. Skripsi pada Program Studi strata satu Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara, Medan.

PENGARUH TERPAAN, EFEKTIVITAS DAN KUALITAS KONTEN TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN HIBURAN PADA YOUTUBE WINDAH BASUDARA

ORIGINALITY REPORT

17%	14%	10%	6%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	Submitted to Universitas Negeri Padang Student Paper	3%
2	kc.umn.ac.id Internet Source	2%
3	repository.uin-suska.ac.id Internet Source	1%
4	Muhamad Duky Nurhaditio, Eko Hartanto. "PENGARUH TERPAAN DAN KUALITAS INFORMASI PADA AKUN INSTAGRAM @ANIMOLIFE TERHADAP PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI FOLLOWERS", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2023 Publication	1%
5	id.123dok.com Internet Source	1%
6	media.neliti.com Internet Source	1%
	www.neliti.com	

7	Internet Source	1 %
8	ejurnal.ubharajaya.ac.id Internet Source	1 %
9	journal.ipm2kpe.or.id Internet Source	1 %
10	repository.uksw.edu Internet Source	1 %
11	digilib.uinsa.ac.id Internet Source	1 %
12	Renny Renny, Anissa Mu'arifah. "PENGARUH MEDIA SOSIAL DAN KUALITAS INFORMASI INSTAGRAM @PINTERPOLITIK TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI POLITIK GENERASI Z", Jurnal Ilmiah Multidisiplin, 2024 Publication	1 %
13	digilib.uin-suka.ac.id Internet Source	1 %
14	journal.unnes.ac.id Internet Source	1 %
15	eprints.untirta.ac.id Internet Source	1 %
16	ballantinesbiz.com Internet Source	1 %
	repository.stiesia.ac.id	

17 Internet Source

1%

Exclude quotes	On	Exclude matches	< 1%
Exclude bibliography	On		