

# **PENGARUH CHANNEL YOUTUBE MILYHYA TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON SUBSCRIBERS TENTANG KONTEN MONTAGE GAMING**

**Oleh : Dinda Puspa Larasati**

Email : [dindapuspalarasati@gmail.com](mailto:dindapuspalarasati@gmail.com)

**Pembimbing: Dr. Ringgo Eldapi Yozani, S.I.Kom. M.I.Kom.**

Konsentrasi Manajemen Komunikasi - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## **ABSTRACT**

*MILYHYA is a YouTube channel focused on the most popular montage game content in Indonesia. Through his YouTube channel, MILYHYA regularly uploads Montage game video content with 5,260,000 subscribers. These montage gaming content videos have the potential to influence the decisions of the MILYHYA YouTube channel subscribers to watch. The theory used in this study is the S-R theory or stimulus-response theory. The S-R theory is an action-reaction theory. When there is some stimulus or stimulation, it is always perceived by the senses, be it mechanical or physical. This study aims to determine the effect of the MILYHYA Youtube channel on subscribers viewing decisions about Montage Gaming content.*

*This study used a type of explanatory quantitative research using data collection techniques through distributing questionnaires which are distributed to 100 respondents to the MILYHYA YouTube channel subscribers via the Google form. The data was then processed using SPSS 25 by conducting validity tests, reliability tests, simple linear regression analysis, and determination tests.*

*The value of the regression coefficient  $Y = 8.111 + 0.888X$ , with a significance level of 0.000 is less than  $\alpha = 0.05$ . The calculated value is greater than in the table, namely  $10.184 > 1.98$ , meaning that  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected. There is an effect on the MILYHYA YouTube channel on the decision to watch subscribers about montage gaming content. The coefficient of determination in this study is 51.4% which is included in the medium category. While the remaining 48.6% is influenced by other factors not discussed in this study.*

**Keywords : Youtube Channel, S-R Theory, Decision Watching Subsribers, Montage Gaming.**

## PENDAHULUAN

Teknologi dalam perkembangan arus produksi, konsumsi dan distribusi informasi memegang peranan penting. Urgensi peranan teknologi dalam proses massifikasi informasi terjadi ketika hasil teknologi membantu mengubah pola komunikasi yang dibatasi oleh ruang dan waktu menjadi pola komunikasi informasi tanpa batas. Sehingga hadirnya media baru (*new media*) memberi alternatif masyarakat dalam mencari dan memanfaatkan sumber-sumber informasi untuk memenuhi kebutuhannya. (Hadi, 2010)

Perkembangan teknologi yang sangat pesat ini banyak mempengaruhi kehidupan masyarakat khususnya di Indonesia. Dahulu untuk mencari informasi, masyarakat bisa mendapatkannya melalui media konvensional radio, koran dan televisi. Namun kini hanya dengan bermodalkan *smartphone* sangat banyak informasi yang bisa didapatkan masyarakat dengan mengakses portal media *online* atau *sharing* dan bersosialisasi melalui media sosial. ([www.kompasiana.com](http://www.kompasiana.com) di akses pada tanggal 10 April 2023 pada jam 21.32).

Dalam sejarah teknologi komunikasi tidak ada media yang mampu menandingi *internet* dalam hal pertumbuhan penggunaannya. Di beberapa negara, *internet* mengalahkan seluruh media sebagai referensi untuk mendapatkan informasi. *Internet* adalah suatu metode yang mendunia untuk saling tukar menukar informasi dan berkomunikasi melalui computer yang saling terkoneksi (Yasir, 2011). *New media* merupakan media yang menggunakan *internet*, media *online* berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara *private* atau *public* (Mondry, 2008). *Youtube* adalah salah satu *new media* yang penggunaannya lebih dari 2 miliar. Jumlah tersebut adalah jumlah semua pengguna *Youtube* – artinya hampir

sepertiga dari seluruh pengguna *internet*. ([Youtube.com](https://www.youtube.com) diakses pada tanggal 10 April 2023 pada jam 20:00).

Dalam media sosial saat ini terdapat interaksi antara komunikator ataupun komunikan dalam penyampaian pesan layaknya komunikasi tatap muka. Interaksi antar individu dalam media sosial setiap harinya merupakan cerminan dari sebuah teori yang bernama teori S-R atau Stimulus – *Response*. Dimana Teori S-R ini merupakan teori aksi–reaksi, ketika terdapat stimulus atau rangsangan, stimulus atau rangsangan tersebut akan selalu ditangkap oleh alat indera, baik itu bersifat mekanis atau fisik. Stimulus akan diterima dan menghasilkan reaksi yang dikenal sebagai respon. Sementara dilain sisi panca indera disebut juga sebagai reseptor.

Dengan adanya teori ini dapat dengan jelas menunjukkan kepada kita bahwa komunikasi sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sederhana, dimana teori ini mengasumsikan kata-kata verbal, non verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan reaksi atau respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2016).

Berdasarkan pada hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini adalah penelitian dari Stefanus dan Salman tahun 2022 mengenai pengaruh konten *game* akun miawaug di *youtube* terhadap minat menonton *subscribers*, penelitian ini memperoleh hasil bahwa terdapat pengaruh pada konten *game* di *Youtube* Miawaug terhadap minat menonton *subscribers*. Dimana penelitian ini membuktikan bahwa ketika seseorang mendapatkan Stimulus dan melakukan aksi sesuai dengan stimulus yang didapatkan (Konten *Game* Akun Miawaug di *Youtube*) seseorang tersebut lalu akan memproses stimulus yang didapatkan sehingga terdapat

respon atau reaksi terhadap stimulus yang diberikan (minat menonton *subscribers*).

*Youtube* masih menjadi raja media sosial di Indonesia. Hal itu terungkap dalam survei yang dilakukan *Populix* dari 30 Maret 2022 untuk memperingati Hari Media Sosial Indonesia yang jatuh setiap tanggal 10 Juni. Tujuannya, untuk melihat kebiasaan masyarakat Indonesia dalam bermedia sosial, serta pandangan mereka terhadap *metaverse* sebagai masa depan *internet*. Studi bertajuk *Social Media Habit and Internet Safety* itu dilakukan secara online melalui aplikasi *Populix* terhadap 1.023 responden laki-laki dan perempuan berusia 18-55 tahun di Indonesia dengan mayoritas responden terdiri dari anak muda belum menikah, sudah bekerja, dan berasal dari SES menengah ke atas. Survei ini menunjukkan bahwa 87 persen responden mengakses media sosial dalam satu bulan terakhir. *Youtube* (94 persen) dan *Instagram* (93 persen) menempati posisi sebagai dua *platform* media sosial yang paling banyak digunakan responden, disusul *TikTok* (63 persen), *Facebook* (59 persen) dan *Twitter* (54 persen). ([www.cnnindonesia.com](http://www.cnnindonesia.com) di akses pada tanggal 10 April 2023 pada jam 20:45)

Hal ini dikarenakan fungsi *Youtube* sebagai *portal website* yang menyediakan layanan video *online* dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media mencari, melihat dan berbagi video yang asli dari segala penjuru dunia melalui situs web (Budiargo, 2015). Dalam sehari lebih dari 1 miliar jam konten yang ditonton. Ini adalah jumlah jam video *Youtube* yang ditonton setiap hari, yang menghasilkan miliaran penayangan. ([www.Youtube.com](http://www.Youtube.com) diakses pada tanggal 10 April 2023 pada jam 20:15).

Video yang ada di *Youtube* terdiri dari banyak konten, yaitu konten tutorial, konten *podcast*, konten *vlog*, konten *social experiment*, konten *gaming*, dan masih banyak konten-konten menarik dan menghibur lainnya. Pembuat konten-konten tersebut biasanya disebut dengan

*content creator*. *Content creator Youtube* harus memiliki inovasi-inovasi baru dalam membuat sebuah konten, karena harus ada hal yang berbeda dari *content creator* lainnya, agar penonton tidak merasa bosan karena tidak ada sesuatu hal yang baru dalam sebuah video.

Dari banyaknya konten yang dibuat berbagai macam *Youtube*, peneliti memilih untuk meneliti konten *gaming* dalam *Youtube*. Atau untuk lebih spesifiknya adalah konten *montage gaming*. Alasan peneliti memilih konten *montage gaming* sendiri dikarenakan konten *montage gaming* merupakan salah satu konten *gaming* yang masih baru atau unik dikalangan masyarakat Indonesia. Pasalnya, masih banyak para *content creator gaming* yang hanya mengunggah video *full* mereka bermain *game* (disebut juga sebagai *gameplay*) dengan sedikit editan saja. Sehingga konten yang dilihat merupakan konten *gameplay full* terhadap suatu *game*. Sementara, konten *montage gaming* sendiri merupakan konten kumpulan-kumpulan video *gaming* dari berbagai *gameplay* yang telah direkam sebelumnya. *Content creator* akan bermain sebuah *game* beberapa kali lalu menyatukan konten video yang menurut mereka menarik untuk dipublikasikan kepada penonton akun *Youtube* mereka. *Montage* sebetulnya merupakan istilah yang digunakan dalam dunia *editing*. Dalam dunia *editing Montage* ini merupakan teknik *editing* dimana potongan film atau *scene* yang terpisah akan digabungkan dalam rangkaian yang tertata rapi. *Montage* ini biasa digunakan untuk menyoroti adegan atau cuplikan yang penting. Di Indonesia kata *Montage* ini juga bisa disebut sebagai Montase. Teknik *Montage* ini awalnya dicetuskan oleh *filmmaker* asal Rusia yang bernama Sergei Eisenstein dan saat ini sudah berkembang. Sekarang

*Montage* telah digunakan secara luas dan diterapkan di berbagai macam video. (sumber: metodepraktis.com diakses pada tanggal 10 April 2023 pada jam 21:00)

Salah satu inovator konten gaming di *Youtube* yang sedang dinikmati saat ini adalah MILYHYA. MILYHYA memiliki nama asli Manca Ilyasa Yahya. Nama MLIHYA sendiri diambil dari singkatan nama asli Manca itu sendiri. Manca merupakan konten kreator *gaming* pertama yang mengunggah konten *montage gaming*. Sejak 2015 hingga sekarang, Manca selalu konsisten dalam mengunggah konten videonya yang mengunggah konten *montage gaming*. Hal ini merupakan kelebihan terbesar yang dimiliki oleh Manca, pasalnya para *content creator gaming* lain kerap kali tidak konsisten dalam mengunggah konten *gaming* milik mereka, ada yang mengunggah *full gameplay* ada juga yang juga ikut mengunggah konten *montage gaming* seperti Manca untuk menarik perhatian penonton. channel MILYHYA ini sendiri bergabung di *Youtube* pada tanggal 29 juni 2015, dan memposting video pertamanya pada tanggal 17 juli 2015.

Berkat ke konsistenan Manca mengunggah konten *montage gaming*, channel MILYHYA sudah mendapatkan kurang lebih 729.951.023 total *views* di *Youtube* dengan total 5,26 juta *subscribers* pada channel-nya. Tidak hanya itu walau Manca terhitung jarang mengunggah video di channel *Youtube*, setiap MILYHYA mengunggah video, videonya selalu berhasil masuk kedalam *trending Youtube gaming*. Selain itu, ada banyak *Youtube* lain yang membuat sebuah video reaksi berdasarkan konten *montage gaming* yang telah MILYHYA unggah, yang tentunya hal ini membuktikan banyaknya penonton pecinta konten *gaming* yang gemar akan konten *montage gaming* unggahan MILYHYA.

Dalam video MILYHYA banyak ditambahkan audio *sound effect* yang membuat videonya menjadi menarik.

Video di channel akun MILYHYA yang membawa konten *montage gaming* ini sangat menarik dari segi kualitas gambar, pengambilan potongan video yang menarik hingga *editing* yang menarik sehingga banyak *view* yang suka dan merasa terhibur setelah menonton satu video dari channel MILYHYA ini. Tidak hanya itu, bahkan kerap kali para penonton menonton unggahan video lama yang sudah mereka tonton sebelumnya berulang kali. Dari awal pembuatan channel *Youtube*, MILYHYA selalu konsisten dengan konten *montage gaming* yang diusungnya. Konsistensi inilah yang membuat *subscribers* selalu setia menunggu MILYHYA mengunggah videonya walaupun unggahannya bisa memakan waktu satu bulan.

Saat ini sudah banyak bermunculan *content creator montage gaming* selain MILYHYA seperti Wortelemes, Fandra Octoramonth, President Mojo, Garit Dewana, Madelta Channel, Kuro Naichi dan Sy Sun. Namun di tengah banyaknya bermunculan *Youtube montage gaming*, channel MILYHYA masih menjadi channel dengan *subscribers* terbanyak di banding beberapa nama yang sudah disebutkan di atas.

Seiring naiknya nama channel *Youtube* Manca ini membuktikan bahwasanya semakin banyak masyarakat yang tertarik serta terhibur terhadap konten *montage gaming* yang masih sangat jarang digunakan oleh *content creator gaming* lainnya. Teori Stimulus-Response mengasumsikan bahwa kata-kata yang diucapkan (lisan), isyarat nonverbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk merespons dengan cara tertentu (Mulyana, 2016). Channel *youtube* MILYHYA pada penelitian ini menjadi stimulus atau penyampaian pesan kemudian pada penelitian ini keputusan menonton

*subscriber* menjadi respon tentang konten *montage gaming* yang menjadi isi dari pesan *channel youtube* MILYHYA. Berbagai macam kalangan penonton menikmati konten-konten video yang diunggah dalam *channel Youtube* MILYHYA. Apabila ketertarikan atau kegemaran penonton terhadap konten-konten *montage gaming* ini sendiri memang tergolong cukup besar, maka konten *montage gaming* bisa menjadi salah satu alternatif kreatif bagi para *content creator gaming* agar dapat menarik perhatian penonton terhadap *channel* mereka masing-masing serta berekspresi dengan ide-ide yang cemerlang untuk diunggah dalam video *channel youtube* mereka.

Untuk mengetahui dengan tepat bagaimana keputusan menonton dari *subscribers* MILYHYA tersebut, berdasarkan pada perbandingan tabel di atas peneliti memutuskan untuk mengangkat MILYHYA sebagai objek penelitian dalam penelitian peneliti. Dengan variabel X *Channel Youtube* MILYHYA dan variabel Y keputusan menonton *subscribers*. Dengan ini peneliti mengangkat judul “Pengaruh *Channel Youtube* MILYHYA Terhadap Keputusan Menonton *Subscribers* Tentang Konten *Montage Gaming*”.

Berdasarkan uraian dari latar belakang masalah tersebut maka peneliti mengidentifikasi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Terdapat Pengaruh *Channel Youtube* MILYHYA Terhadap Keputusan Menonton *Subscribers* Tentang Konten *Montage Gaming*?”.

## **METODE PENELITIAN**

Metode yang digunakan oleh penulis untuk penelitian ini adalah metode kuantitatif. Metode ini penulis pilih agar penulis dapat lebih mudah dalam mengumpulkan data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode survei dengan tingkat eksplanasi korelasional untuk meneliti. Dimana eksplanasi

korelasional ini sendiri menjelaskan tentang permasalahan yang ada pada hubungan antara dua atau lebih gejala / variabel yang ada (Silalahi, 2012).

Penggunaan jenis penelitian metode kuantitatif dalam penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan suatu kaitan atau hubungan antara variabel x yaitu konten *montage gaming channel youtube* MILYHYA dan variabel y yaitu keputusan menonton *subscribers*. Metode penelitian eksplanatif korelasional digunakan untuk mengetahui atau memahami keterkaitan atau hubungan diantara dua variabel tersebut dengan menghimpun data data yang didapatkan.

Metode pengumpulan data adalah bagian instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yang menentukan berhasil atau tidaknya suatu penelitian. Adapun teknik yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah metode angket. Proses pengumpulan data tersebut, penulis menggunakan metode angket untuk mendapatkan data yang dibutuhkan. Metode angket sering juga disebut sebagai metode kuesioner atau dalam Bahasa Inggris disebut *quistionnaire* yang berarti daftar pertanyaan (Bungin, 2010). Penulis menggunakan *google form* untuk membuat kuesioner secara *online*, menyimpan *link* dan menyebarkannya kepada responden melalui kolom komentar *channel youtube* MILYHYA agar responden dapat mengakses kuesioner secara langsung.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Pada bab ini penulis akan menguraikan hasil penelitian dan pembahasan mengenai pengaruh *channel youtube* MILYHYA terhadap keputusan menonton *subscribers*. Penulis menggunakan kuesioner dalam proses pengumpulan data. Penyebaran kuesioner sendiri dilakukan penulis kepada responden yaitu *subscribers*

*channel youtube* MILYHYA sehingga penulis mendapatkan responden sejumlah 100 orang responden. Selanjutnya data yang diperoleh akan ditabulasikan untuk dilakukan analisa secara kuantitatif, adapun hasil penelitian meliputi karakteristik responden, uji validitas dan reliabilitas kuesioner, analisis regresi linear sederhana dan uji determinasi. Penelitian ini bertujuan untuk melihat seberapa besar pengaruh pengaruh *channel youtube* MILYHYA terhadap keputusan menonton *subscribers* tentang konten *montage gaming*.

Pertama-tama, pada pembahasan penelitian ini, dilakukan analisis regresi linear sederhana untuk mengevaluasi hubungan antara variabel independent, yaitu *channel youtuber* MILYHYA, dengan variabel dependent, yaitu keputusan menonton *subscribers*. Dapat kita ketahui bahwa nilai thitung sebesar 10,184. Sedangkan untuk nilai ttabel didapatkan dengan menggunakan rumus dengan hasil tingkat signifikansi 0,025 pada tabel 97 didalam tabel ttabel. Jumlah ttabel adalah sebesar 1,98. Berdasarkan perhitungan yang diperoleh, apabila nilai thitung lebih besar dari pada ttabel maka dapat disimpulkan bahwa variabel *channel youtuber* MILYHYA (X) berpengaruh terhadap variabel keputusan menonton *subscribers* (Y).

Dalam penelitian ini, tingkat signifikansi yang diperoleh sebesar 0,000 lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan. Peneliti menghubungkan hasil ini dengan tingkat signifikansi  $\alpha=0,05$ . Dalam hal ini, signifikansi yang diperoleh lebih kecil daripada taraf signifikansi  $\alpha$ , yaitu  $0,025 < 0,05$ . Oleh karena itu, peneliti dapat menerima hipotesis alternatif ( $H_a$ ) yang menyatakan bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y, dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan bahwa variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

Setelah melihat bahwa terdapat adanya pengaruh diantara dua variabel,

penelitian dilanjutkan untuk melihat seberapa besar pengaruh tersebut. Untuk mengetahuinya, dilakukan uji koefisien determinasi untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Diketahui nilai R yang menunjukkan hasil korelasi antara variabel independent dengan variabel dependent yakni sebesar 0,717 dari model *summary* yang diperoleh, dan nilai  $R_{\text{square}}$  sebesar 0,514. Pengaruh variabel X terhadap variabel Y dimaknai dalam kategori tingkat pengaruh sedang, di mana nilai  $R_{\text{square}}$  yang dirubah ke dalam bentuk persen menjadi 51,4% yang artinya konten *montage gaming* mempunyai pengaruh terhadap keputusan menonton *subscribers* pada *channel youtube* MILYHYA.

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel konten *montage gaming channel youtube* MILYHYA, dapat disimpulkan bahwa konten tersebut dikategorikan sebagai sangat baik. Jumlah rekapitulasi sebesar 3.984 menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan tanggapan positif terhadap konten tersebut. Rentang interval antara 3.784 hingga 4.504 juga mengindikasikan bahwa penilaian responden secara keseluruhan berada pada tingkat yang tinggi. Salah satu indikator yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap skor tertinggi adalah kredibilitas. Indikator ini mendapatkan skor sebesar 888, yang menunjukkan bahwa responden menganggap konten *montage gaming channel youtube* MILYHYA memiliki kredibilitas yang tinggi. Hal ini dapat diartikan bahwa responden percaya dan menganggap konten tersebut dapat dipercaya dalam menyajikan informasi atau menghadirkan konten yang berkualitas.

Dengan adanya penilaian yang

sangat baik dan adanya indikator kredibilitas yang mendapatkan skor tertinggi, dapat disimpulkan bahwa konten *montage gaming channel youtube MILYHYA* berhasil mencapai tingkat kepuasan yang tinggi diantara responden. Hal ini menunjukkan bahwa konten tersebut mampu memenuhi harapan dan kebutuhan audiens, serta membangun reputasi yang kuat dalam hal kredibilitas.

Berdasarkan hasil rekapitulasi tanggapan responden pada variabel keputusan menonton *subscribers* pada *channel youtube MILYHYA*, dapat disimpulkan bahwa keputusan menonton *subscribers* pada *channel* tersebut dikategorikan sebagai sangat tinggi. Jumlah rekapitulasi sebesar 4.357 menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki keputusan yang sangat tinggi pada *subscribers* untuk menonton konten *montage gaming* dari *channel MILYHYA*. Rentang interval antara 4.204 hingga 5.004 juga mengindikasikan bahwa penilaian responden secara keseluruhan berada pada tingkat yang sangat tinggi. Salah satu indikator yang memiliki pengaruh paling signifikan terhadap skor tertinggi pada variabel keputusan menonton *subscribers* adalah ketertarikan. Indikator ini mendapatkan skor sebesar 1.308, yang menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat ketertarikan yang tinggi terhadap konten yang disajikan oleh *channel MILYHYA*. Hal ini dapat diartikan bahwa responden merasa tertarik dan antusias untuk menonton konten *montage gaming* dari *channel* tersebut.

Dengan adanya penilaian yang sangat tinggi dan adanya indikator ketertarikan yang mendapatkan skor tertinggi, dapat disimpulkan bahwa *channel youtube MILYHYA* berhasil mencapai tingkat keputusan menonton *subscribers* yang sangat tinggi diantara responden. Hal ini menunjukkan bahwa konten yang disajikan oleh *channel* tersebut mampu menarik minat dan antusiasme dari audiens, serta berhasil

membangun loyalitas *subscribers* yang kuat.

Hal ini sejalan dengan teori yang penulis gunakan yaitu teori *stimulus-response* (S-R). Hal ini sesuai dengan teori yang digunakan penulis, yaitu teori *stimulus-response* (S-R). Teori ini menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses yang melibatkan aksi dan reaksi yang sederhana. Menurut teori S-R, kata-kata verbal, isyarat nonverbal, gambar-gambar, dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respons sesuai dengan cara yang ditentukan. Dilihat berdasarkan analisis, dapat disimpulkan bahwa konten-konten *montage gaming* dalam *channel youtube MILYHYA* sebagai bentuk stimulus yang menghasilkan sebuah respon berupa keputusan menonton *subscribers*.

Dalam hal hasil penelitian, penelitian Stefanus dan Salman menunjukkan adanya hubungan yang kuat antara konten *game* di *channel youtube Miawaug* dengan minat menonton *subscribers*, serta memiliki pengaruh sebesar 58,1% berdasarkan uji koefisien determinasi. Dengan demikian, meskipun terdapat beberapa perbedaan dalam variabel yang diteliti dan informasi yang disampaikan, penelitian Stefanus dan Salman secara umum memiliki kesesuaian dengan penelitian yang sedang dibahas sekarang, yaitu mengenai pengaruh konten *game* di *channel youtube* terhadap minat dan keputusan menonton *subscribers*.

## **PENUTUP**

Berdasarkan dari hasil pada pembahasan sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa *channel youtube MILYHYA* memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan menonton *subscribers* tentang konten *montage gaming*. Hal ini ditunjukkan oleh nilai koefisien regresi yang

positif, yaitu 0,888, yang berarti setiap penambahan 1% *channel youtube* MILYHYA, keputusan menonton *subscribers* akan bertambah sebesar 0,888. Selain itu, hasil perhitungan statistik menunjukkan bahwa nilai  $t_{hitung}$  (10,184) lebih besar dari nilai  $t_{tabel}$  (1,98) dengan tingkat signifikansi 0,025. Hal ini menunjukkan bahwa variabel *channel youtube* MILYHYA memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton *subscribers*. Terdapat juga perhitungan statistik yang diperoleh didalam model summary nilai  $R^2$  sebesar 0,514 dan dirubah dalam bentuk persen menjadi 51,4%, sedangkan 48,6% selebihnya dipengaruhi oleh faktor lain. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa *channel youtube* MILYHYA memberikan pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton *subscribers* tentang konten *montage gaming*. Hasil penelitian ini mendukung hipotesis penelitian ( $H_a$ ) dan menolak hipotesis nol ( $H_0$ ), serta memberikan pemahaman lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan menonton *subscribers* terkait dengan *channel youtube* MILYHYA.

Saran yang bisa penulis sampaikan dalam penelitian ini, *channel youtube* MILYHYA adalah, penting untuk terus memperhatikan dan mempertahankan kualitas konten yang tinggi, terus berinovasi dalam penyajian konten yang menarik, kreatif, dan berkualitas sangat penting untuk mempertahankan dan meningkatkan jumlah *subscribers*, penting untuk berkomunikasi dan berinteraksi secara aktif dengan para *subscribers*, mengembangkan hubungan yang kuat dengan *subscribers*, memperhatikan tren dan topik yang sedang populer dalam komunitas *gaming* juga dapat membantu menarik minat lebih banyak penonton potensial. Penggunaan media sosial juga dapat menjadi strategi yang efektif untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan konten. Dengan

memanfaatkan platform lain seperti *Instagram, Twitter, atau Discord, channel youtuber* MILYHYA dapat terhubung dengan lebih banyak orang dan membangun komunitas yang lebih besar.

## UCAPAN TERIMA KASIH

Puji dan syukur penulis ucapkan kepada Allah SWT, yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penelitian ini. Shalawat beriring salam kepada Nabi besar Muhammad SAW. Penghormatan dan ucapan rasa terima kasih sebesar-besarnya penulis ucapkan dan tunjukan kepada kedua orang tua penulis, yang dengan caranya sendiri telah memotivasi dan membantu penulis dalam segala pencapaian yang penulis raih hingga saat ini. Dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis baik secara moril ataupun materil dalam menyelesaikan penelitian ini.

## REFERENSI

### Buku

- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net Generation*. PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Bungin, M. B. (2010). *Penelitian Kuantitatif*. Kencana.
- Mondry. (2008). *Teori dan Praktik Jurnalistik*. Ghalia Indonesia.
- Mulyana, D. (2016). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Olson, P. dan. (2013). *Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran*. Penerbit Salemba Empat.
- Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi*. PT Remaja Rosdakarya.

- Sendjaja, S. D. (2018). *Teori Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. PT Refika Aditama.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penilaian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Alfabeta
- Yasir. (2011). *Perencanaan Komunikasi*. Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau.
- Penelitian*
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Hadi, I. P. (2010). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dalam Era Jurnalistik Modern. *Scriptura*, 3(1). <https://doi.org/10.9744/scriptura.3.1.69-84>
- Khasanah, B. N. (2019). Pengaruh Marketing MIX 7P Terhadap Keputusan Pembelian Di Toko Hana Fashion dan Collention di Desa Ngadi Kecamatan Mojo Kabupaten Kediri. *Repository UIN Satu Tulungagung*.
- Permadi, P. C. (2014). Pengaruh Citra Merek Terhadap Word of Mouth dan Keputusan Pembelian. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 10(1).
- Stefanus dan Salman. 2022. *Pengaruh Konten Game Akun Miawaug di Youtube Terhadap Keputusan Menonton Subscribers*. Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis. *Kalbis Institute Library*.
- Internet*
- GMI, Blogger. 2021. Youtube SEO-Your Miniature Guide. Global Media Insight, [internet]. 27 September. dalam [www.globalmeinsight.com](http://www.globalmeinsight.com) [diakses pada 10 April 2023]
- Ngadmin. 2020. Apa itu Montag dalam Mobile Legend? Berikut Artinya. Metode praktis [internet]. dalam [www.metodepraktis.com](http://www.metodepraktis.com) [diakses 10 April 2023 pukul 21:00]
- SuardiPutra, Bayu. 2017. Fenomena Hoax Pada Media Online. Kompasiana, [internet]. 5 April. dalam <https://www.kompasiana.com> [diakses 10 April 2023 pada pukul 21:32]
- Wicaksono, Adhi. 2022. Youtube jadi Raja Media Sosial di Indonesia, Diakses 94 Persen Warga. CNN Indonesia, [internet]. 11 Juni. dalam <https://cnnindonesia.com> [diakses 10 April 2023 pukul 20:45]
- Youtube. 2023. Jumlah Semua Pengguna Youtube. Youtube [internet]. dalam Youtube.com [diakses 10 April 2023 pukul 20.00]
- Youtube. 2023. Jumlah Video Youtube Yang Ditonton Setiap Hari. Youtube [internet]. dalam Youtube.com [diakses 10 April 2023 pukul 20.15]