

Pengaruh Intensitas Menonton *Channel* Youtube Ridwan Hanif Terhadap Tingkat Kepercayaan *Subscriber* Pada Usaha *Cardetailing* Milik Ridwan Hanif

Tata Surya Wicaksono¹, S. Bakti Istiyanto², Agus Ganjar Runtiko³.

Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Jenderal Soedirman

tata.wicaksono@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRAK

Popularitas dalam penggunaan komputer dan gadget saat ini sudah meningkat drastis. Saat ini masyarakat tidak dapat dijauhkan dengan sosial media dan internet. Youtube adalah salah satu sosial media yang terkenal saat ini. Peluang ini dimanfaatkan oleh para pecinta otomotif untuk menuangkan hobi dan kreatifitas mereka dengan membuat akun Youtube dengan konten otomotif. Salah satu *channel* Youtube otomotif yang terkenal di Indonesia adalah akun Youtube milik Ridwan Hanif. Ridwan Hanif sering mem-posting konten terkait modifikasi interior dan eksterior mobil. Modifikasi mobil-mobil tersebut dilakukan di tempat usaha jasa *car detailing* miliknya yang bernama Autonetcare Detailing. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis tentang intensitas menonton *channel* Youtube terhadap tingkat kepercayaan subscribers. Penelitian ini menggunakan dua variabel yaitu intensitas menonton dan tingkat kepercayaan dengan sampel penelitian yaitu channel Youtube Ridwan Hanif, dan objek penelitian ini adalah *subscribers* Youtube Ridwan Hanif. Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Regresi Linier Sederhana. Peneliti dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan melakukan penelitian ini dengan menyebarkan kuisioner online berupa Google Form. Hasil penelitian ini membuktikan bahwa intensitas menonton *channel* Youtube otomotif Ridwan Hanif (X) mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap tingkat kepercayaan *subscribers* (Y) pada usaha *jasa car detailling* milik Ridwan Hanif.

Kata kunci: Intensitas Menonton, Youtube, Tingkat Kepercayaan

The Influence of Watching Ridwan Hanif's Youtube Channel on the Level of Customer Trust in Ridwan Hanif's Car Detailing Service Business

Tata Surya Wicaksono¹, S. BektI Istiyanto², Agus Ganjar Runtiko³.

Communication Science, Faculty of Social and Political Science, Jenderal Soedirman University

tata.wicaksono@mhs.unsoed.ac.id

ABSTRACT

The popularity in the use of computers and gadgets today has increased dramatically. Nowadays people cannot be kept away with social media and the internet. Youtube is one of the famous social media nowadays. This opportunity is utilized by automotive lovers to pour their hobbies and creativity by creating a Youtube account with automotive content. One of the famous automotive Youtube channels in Indonesia is Ridwan Hanif's Youtube account. Ridwan Hanif often posts content related to modification of the interior and exterior of the car. Modifications of these cars are carried out at his car detailing service business called Autonetcare Detailing. This study aims to analyze the intensity of watching Youtube channel against the level of trust of subscribers. This study uses two variables namely menonton intensity and confidence level with research samples namely Ridwan Hanif Youtube channel, and the object of this research is Youtube subscribers Ridwan Hanif. Analyze the data in this study using Simple Linear Regression. Researchers in this study used quantitative methods and conducted this study by disseminating online questionnaires in the form of Google Form. The results of this study prove that the intensity of watching Ridwan Hanif's automotive Youtube channel (X) has a significant influence on the level of trust of subscribers (Y) in Ridwan Hanif's car detailing service business.

Keywords: Intensity Of Watching, Youtube, Confidence Level