

ABSTRAK

Irvan Rahayu. 24071117033. Judul penelitian ini adalah: Pengaruh konten trading dalam youtube terhadap sikap mahasiswa komunikasi dan informasi universitas Garut.

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Pengguna YouTube di Indonesia semakin banyak mencapai 50% dari total populasi, yaitu sekitar 127 juta orang. Berdasarkan arah komunikasinya yang satu arah dan waktu respon relatif lama, YouTube dikategorikan sebagai media massa. Berbagai konten dapat ditemukan di YouTube salah satunya yaitu konten trading dan investasi yang bahkan telah merambah sampai ke kalangan mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten trading di kanal YouTube Indra Kenz terhadap sikap mahasiswa Fakultas Komunikasi dan Informasi Universitas Garut.

Melalui metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif, penelitian ini memanfaatkan serangkaian indikator untuk mengevaluasi aspek-aspek spesifik dari konten, seperti frekuensi, durasi, dan atensi yang mempengaruhi sikap kognitif, afektif, dan konatif mahasiswa.

Hasil analisis data menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan dengan nilai korelasi (r) sebesar 0,688 antara konten trading YouTube Indra Kenz dan sikap mahasiswa. Selain itu, analisis regresi linear mengidentifikasi bahwa pengaruh konten trading dalam kanal YouTube Indra Kenz memiliki pengaruh sebesar +0,716 yang menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif antara pengaruh konten trading dan sikap mahasiswa. Hal ini berarti semakin tinggi nilai yang diperoleh dari konten trading di Youtube, semakin besar pula pengaruhnya terhadap sikap mahasiswa. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pengaruh konten YouTube sebagai platform informasi yang berdampak pada sikap mahasiswa yang menonton.

Kata Kunci: Pengaruh konten, Sikap mahasiswa, Youtube

ABSTRACT

Irvan Rahayu. 24071117033. The title of this research is: The influence of trading content on YouTube on the attitudes of communication and information students at Garut University.

YouTube users in Indonesia are increasingly reaching 50% of the total population, which is around 127 million people. Based on its one-way communication direction and relatively long response time, YouTube is categorized as mass media. Various content can be found on YouTube, one of which is trading and investment content which has even penetrated to students. This study aims to analyze the influence of trading content on Indra Kenz's YouTube channel on the attitudes of students of the Faculty of Communication and Information, Garut University.

Through a quantitative method with a descriptive approach, this study utilizes a series of indicators to evaluate specific aspects of the content, such as frequency, duration, and attention that affect students' cognitive, affective, and conative attitudes.

The results of data analysis showed a significant positive influence with a correlation value (r) of 0.688 between Indra Kenz's YouTube trading content and students' attitudes. In addition, the linear regression analysis identified that the influence of trading content on Indra Kenz's YouTube channel has an influence of +0.716 which indicates that there is a positive relationship between the influence of Trading content and student attitudes. This means that the higher the value obtained from trading content on YouTube, the greater the influence on students' attitudes. This research provides insight into the exposure of YouTube content as an information platform that has an impact on the attitudes of students who watch.

Keywords: *Content influence, Student attitude, Youtube*