

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi saat ini yang begitu pesat tidak pernah lepas dari kehidupan masyarakat. Salah satu teknologi yang dapat dimanfaatkan oleh semua kalangan adalah pemanfaatan internet untuk melakukan berbagai aktivitas yang diminati. Dapat digunakan kapan saja, dimana saja tanpa dibatasi ruang dan waktu (Anisa, 2022). Peran internet ini telah menjadi bagian terpenting dari masyarakat modern, baik dunia kerja, pendidikan, kesehatan, militer, bahkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat, internet menjadi bagian didalamnya (Nurbaiti & Alfarisyi, 2023).

Dalam kehidupan sehari-hari setiap orang sudah sangat mudah mengakses internet. Internet sangat berkaitan erat dengan era *new media*. Setiap perkembangan media baru selalu mempunyai aspek positif dan negatif yang timbul dari penggunaan media baru, seperti mempengaruhi pemikiran, gaya hidup, dan budaya masyarakat (Fauzi, 2021). Media baru (*New Media*) merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang sudah ada. Media saat ini banyak mengalami perkembangan dan dapat dikatakan berkembang dengan sangat pesat. Saat ini, media baru tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia (Akbar, 2023).

Salah satu media elektronik yang saat ini sangat akrab dengan kehidupan manusia sebagai alat dalam penyampaian informasi adalah media sosial. Media sosial adalah sarana komunikasi dalam kemajuan teknologi yang berkembang pesat. Melalui media sosial, kita dapat bertukar informasi melalui pesan suara, dan bahkan gambar audio visual. Media sosial merupakan salah satu sarana komunikasi di tengah kemajuan teknologi yang pesat, melalui media sosial kita dapat bertukar informasi melalui pesan suara, bahkan audio visual. Van Dijk dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial adalah *platform* komunikasi yang memfasilitasi aktivitas dan kolaborasi penggunanya. Oleh karena itu, media sosial

dapat dianggap sebagai media *online* (fasilitator), membantu memperkuat hubungan antar pengguna serta hubungan sosial.

Diantara sekian banyak media sosial yang populer di masyarakat, *youtube* merupakan salah satu *platform* media sosial yang digunakan sebagai sumber informasi dan hiburan. Selain menonton video, banyak juga orang yang ingin memproduksi konten dan menjadi *youtuber* dan *content creator* di *youtube*.

JAN 2023 TOP WEBSITES: SIMILARWEB RANKING
SIMILARWEB'S RANKING OF THE MOST VISITED WEBSITES, BASED ON WEBSITE TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2021 AND NOVEMBER 2022

#	WEBSITE	TOTAL VISITS (MONTHLY AVE.)	UNIQUE VISITORS (MONTHLY AVE.)	AVERAGE TIME PER VISIT	AVERAGE PAGES PER VISIT
01	GOOGLE.COM	2.02 B	119 M	9M 42S	8.5
02	YOUTUBE.COM	833 M	70.6 M	21M 30S	11.6
03	FACEBOOK.COM	487 M	60.7 M	8M 24S	7.8
04	INSTAGRAM.COM	215 M	36.2 M	7M 45S	11.6
05	TWITTER.COM	192 M	29.7 M	3M 20S	2.1
06	WHATSAPP.COM	191 M	32.0 M	11M 57S	13.2
07	SHOPEE.CO.ID	165 M	45.1 M	5M 42S	5.8
08	DETIK.COM	157 M	31.0 M	6M 02S	5.8
09	KOMPAS.COM	157 M	40.1 M	5M 35S	2.6
10	HOTSTAR.COM	149 M	41.3 M	18M 08S	4.5
11	TOKOPEDIA.COM	141 M	39.9 M	6M 36S	6.6
12	TRIBUNNEWS.COM	138 M	36.8 M	5M 18S	2.9
13	PPGAMES.NET	128 M	3.68 M	6M 38S	5.7
14	PIKIRAN-RAKYAT.COM	127 M	56.7 M	7M 32S	9.8
15	XNXX.COM	85.3 M	10.1 M	5M 20S	12.9
16	BRAINLY.CO.ID	83.1 M	21.3 M	7M 15S	5.4
17	GRID.ID	79.7 M	28.6 M	3M 44S	2.7
18	WIKIPEDIA.ORG	77.0 M	26.5 M	4M 17S	3.2
19	SUARA.COM	71.9 M	28.3 M	3M 11S	1.8
20	YANDEX.COM	66.1 M	10.1 M	1M 21S	2.7

SOURCE: SIMILARWEB. RANKING AND VALUES BASED ON TRAFFIC BETWEEN DECEMBER 2021 AND NOVEMBER 2022. **NOTES:** VALUES IN THE 'UNIQUE VISITORS' COLUMN REPRESENT THE NUMBER OF DISTINCT 'SUBSITES' ACCESSING EACH SITE BUT MAY NOT REPRESENT UNIQUE INDIVIDUALS, AS SOME PEOPLE MAY USE MULTIPLE DEVICES OR BROWSERS. VALUES FOR 'TOTAL VISITS' AND 'UNIQUE VISITORS' REPRESENT MONTHLY AVERAGES. FIGURES ENDING IN 'B' REPRESENT BILLIONS, FIGURES ENDING IN 'M' REPRESENT MILLIONS. TIME SHOWN IN MINUTES AND SECONDS. **ADVISORY:** SOME WEBSITES FEATURED IN THIS RANKING MAY CONTAIN ADULT CONTENT. PLEASE USE CAUTION WHEN VISITING UNKNOWN DOMAINS.

we are social Meltwater

Digital 2023 Indonesia v01 39 of 125 English

Gambar 1.1 Website yang paling banyak diakses di Indonesia

Sumber: We Are Social, 2023

Berdasarkan situs *website* dari media sosial *Youtube* yaitu *Youtube.com* berada di posisi kedua yang paling banyak dikunjungi masyarakat Indonesia setelah *Google.com*. Data yang ditunjukkan *We Are Social* tersebut menyimpulkan bahwa *platform* menjadi situs *website* yang paling banyak diakses pengguna sebagai sarana untuk memperoleh kebutuhan informasi edukasi dan sebagainya.¹ Salah satu media yang banyak diakses di Indonesia yaitu *Youtube*.

¹ *Hootsuite (We Are Social): Indonesian Digital Report 2023*. Melalui <https://wearesocial.com/id/blog/2023/07/social-media-use-reaches-new-milestone/>. Diakses pada tanggal 30 agustus 2023, pukul 16.15.

Youtube adalah platform untuk berbagi video seperti video musik, film pendek, dan sebagainya. Video tersebut merupakan hasil karya pengguna *youtube* itu sendiri. Seiring berjalannya waktu, *youtube* berkembang pesat dan dapat dianggap sebagai *platform* yang secara efektif dapat menjadi sarana mempopulerkan dan memperluas berbagai informasi. (Faiqah, Najdib, & Air, 2016) Konten video di *platform youtube* menawarkan beragam konten yang mengandung unsur unik, informatif, mendidik, kreatif, dan menghibur bagi penontonnya. Salah satu video yang membuat penonton ingin mengetahuinya adalah video *lifeskills*.

Sebagai media konten edukasi atau pembelajaran digital, *Youtube* sangat berperan dalam membantu penggunaannya untuk mempermudah pemahaman dalam mempelajari berbagai pengetahuan yang bermanfaat. Seperti *channel* edukasi *youtube* satu persen yang saat ini per bulan oktober memiliki 3.020.000 *subscribe*. Dimana konten edukasi pembelajaran mengandung pengetahuan umum dan unsur lainnya.² Beberapa contoh *channel youtube* yang membahas fenomena sosial yang terjadi pada kalangan generasi Z yaitu, *channel* “Menjadi Manusia” yang memberikan ruang bercerita untuk orang-orang yang memiliki pengalaman mengenai kesehatan mental. *Channel* ini telah memiliki 901.000 *subscribers* per bulan oktober 2023. Selain itu, *channel* “Greatmind” yang memberikan pandangan, pengalaman, *insight* dari *influencers* mengenai berbagai topik kehidupan telah memiliki 410.000 *subscribers* per bulan oktober 2023. Serta “Satu Persen – Indonesian Life School” yang mengangkat topik seputar pengembangan diri dan kesehatan mental yang telah memiliki 3.020.000 *subscribers* terhitung sejak oktober 2023.³

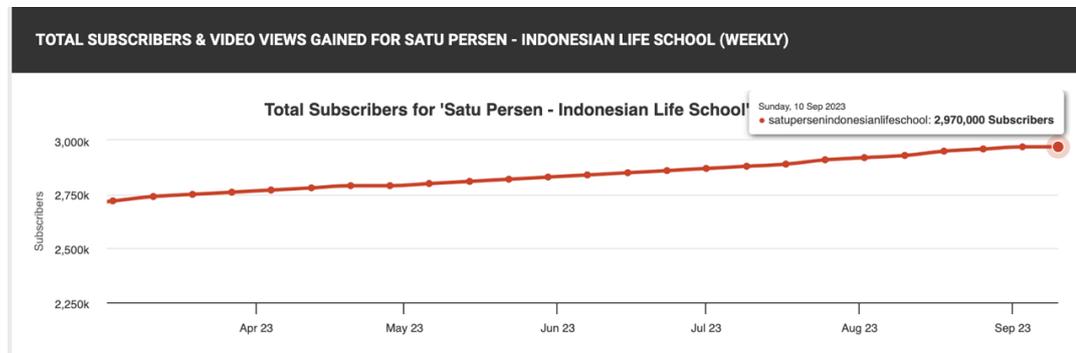
Penulis mengambil salah satu *channel youtube* tentang kehidupan dan pengembangan diri yaitu Satu Persen – Indonesian Life School. *Channel* Satu Persen – Indonesian Life School dikelola oleh Founder & CEO bernama Ifandi Khainur Rahim, lulusan Sarjana Psikologi Universitas Indonesia dan dibantu oleh

² Youtube Satu Persen – Indonesia Life School. 2023. Melalui <https://www.youtube.com/@SatuPersenIndonesianLifeschool/featured>. Diakses pada tanggal 15 Oktober 2023. Pukul 20.20

³ Youtube menjadi manusia, youtube greatmind, youtube satu persen – Indonesian life school. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023. Pukul 20.00

Co – Founder & CTO bernama Rizky Andriawan yang merupakan lulusan Ilmu Komputer Universitas Indonesia. Di salurannya, Satu Persen – *Indonesian Life School* telah mengunggah banyak video tentang kemampuan dasar kehidupan, *personal finance*, pemahaman diri, hubungan sosial produktivitas dan karir, dan makna hidup. Saat ini, saluran satu persen – *Indonesian Life School* memiliki lebih dari 3,010,000 pelanggan dan lebih dari 933 video yang diunggah per oktober, 2023.⁴

Fokus utama penonton *channel youtube* satu persen - *indonesian life school* adalah generasi muda atau generasi Z. Berkat kemampuan *youtube* satu persen yang mudah menampilkan konten-konten tentang pengetahuan kesehatan mental dan topik-topik berkualitas, masyarakat yang menonton satu persen dapat dengan mudah memahami konten tersebut. Hal ini membuat satu persen populer dikalangan berbagai kalangan karena memberikan informasi pengetahuan kesehatan mental (Nurfitriah & Ekowati, 2023).



Gambar 1.2 Jumlah *Subscribers* pada *channel Youtube* dalam 5 bulan

*Sumber: Socialblade.com*⁵

Berdasarkan gambar diatas menunjukkan bahwa konten *youtube* yang dikemas oleh *channel* satu persen-*indonesian life school* mengalami kenaikan

⁴ Satu Persen – Indonesia Life School. 2022. Melalui <https://satupersen.net/about>. Diakses pada tanggal 01 juli 2023. Pukul 20.20

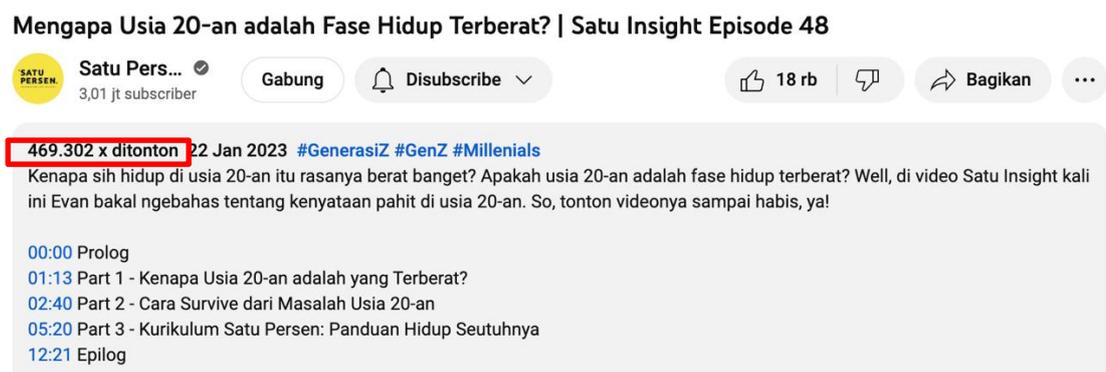
⁵ Social Blade, Youtube. Melalui <https://socialblade.com/youtube/c/satupersenindonesianlifeschool/monthly> Diakses pada tanggal 5 September 2023, pukul 13.40.

subscribers setiap bulannya selama 5 bulan terakhir. Terhitung sejak september *youtube channel* satu persen mencapai lebih dari 2.970.000 *subscribers*.



Gambar 1.3 Konten Video Penelitian

Sumber: Channel Youtube Satu Persen – Indonesian Life School, 2023



Gambar 1.4 Jumlah Tayangan Konten Video Penelitian

Sumber: Channel Youtube Satu Persen – Indonesian Life School, 2023

Pada penelitian ini penulis mengambil salah satu video dari *channel* Satu Persen - *Indonesian School Life* untuk dijadikan objek yang berjudul “Mengapa Usia 20-an adalah Fase Hidup Terberat? – Satu Insight Episode 48” video ini diunggah pada 22 januari 2023. Durasi dari video ini adalah selama 13 menit 55 detik. Sampai saat ini per tanggal 9 oktober 2023 video tersebut sudah ditonton sebanyak 469.218 kali. Video ini mendapatkan jumlah *like* sebanyak 18.000. Dalam video ini terdapat 3 segmen, yaitu part 1 membahas kenapa usia 20-an adalah yang terberat?, part 2 membahas cara *survive* dari masalah usia 20-an, dan part 3 membahas kurikulum satu persen: panduan hidup seutuhnya. Para penonton *channel youtube* satu persen baik pengikutnya ataupun orang yang tidak mengikuti

channel youtube nya dapat saling berkomentar ataupun berdiskusi mengenai sikapnya tentang video yang ada di *channel* satu persen tersebut. Mereka berpendapat di kolom komentar disebut dengan komentator.

Komentator merupakan orang yang pekerjaannya memberi komentar atau membahas dan mengulas suatu informasi atau berita dan sebagainya.⁶ Dengan kata lain, para komentator didalam *platform youtube* yaitu orang yang apa menulis anggapan terkait apa yang ingin disampaikan kepada kreator maupun penonton lain setelah menyaksikan video “Mengapa usia 20-an adalah fase hidup terberat? Satu insight episode 48”. Para komentator yang menonton video tersebut sebanyak 1.234 orang per 09 Oktober 2023. Setiap komentator tersebut dapat mengalami terpaan konten sehingga menimbulkan suatu sikap yang sifatnya perorangan sikapnya masing – masing.

Penulis melakukan pra-observasi sebelum penelitian dilakukan. Pra - observasi yang dilakukan peneliti yaitu observasi pasif atau secara tidak langsung terjun ke lapangan, melainkan melihat tayangan video pada *channel youtube* satu persen - *Indonesian life school*. Seluruh penonton dari *channel* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** dapat saling berkomentar atau memberikan tanggapan dan berdiskusi, mereka yang turut mengirim tanggapan di kolom komentar dalam video *channel youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** disebut dengan komentator.

Adapun komentar yang diberikan komentator mengenai tanggapan tentang materi yang disampaikan dalam video satu persen – *Indonesian life school* menunjukkan bahwa komentator ini setelah menonton video “mengapa usia 20-an adalah fase hidup terberat? Satu insight episode 48” menunjukkan sikap permasalahan yang berhubungan dengan materi video.

⁶ *Kamus Besar Bahasa Indonesia Online*. 2023. Melalui <https://jagokata.com/arti-kata/komentator>. Diakses pada tanggal 30 Agustus 2023. Pukul 13.20



@UcapanUlangTahunku 1 bulan yang lalu

Video yang sangat relevan! Usia 20-an adalah masa-masa ketidakpastian, kebingungan, dan tekanan. Namun, ini juga waktu terbaik untuk eksplorasi, pertumbuhan, dan pembentukan identitas. Jangan terlalu keras pada diri sendiri, nikmati perjalanan ini dengan sabar dan percaya diri. Tetaplah berjuang, karena masa depan cerah menanti di balik semua tantangan ini!

👍 2 🗨️ Balas

Gambar 1.5 Tanggapan Komentator dari video penelitian

Sumber: Youtube channel satu persen – Indonesian life school

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa salah satu komentator pada video “Mengapa usia 20-an adalah fase hidup terberat? Satu insight episode 48” pada *channel* satu persen menunjukkan sikap relate dengan materi yang disampaikan karena merasa mengalami *Quarter life crisis* pada usia 20an.

Komentar kedua dalam video “Mengapa usia 20-an adalah fase hidup terberat? Satu insight episode 48” menunjukkan bahwa komentator ini setelah menonton tayangan video satu persen – *Indonesian life school* mengatakan keadaan yang sedang di alami pada fase seperempat dari umurnya, dengan memikirkan ekpektasi keluarga, merantau dan jauh dari orang tua.



@delaviasannytubulaucunha4330 7 bulan yang lalu

Betul banget, ngerasain kok baru 20an awal tapi kayak berat banget. Mana sering kepikiran sama ekspektasi keluarga, apa lagi kita yang sebagai anak sulung, dan harus ngerantau dan jauh dari orang tua. Ngerasa kek pengen nyerah but there is a lot of expectation dari banyak orang to us. Perkuliahan yg kerasa semakin berat, love life yg gak berjalan lancar, mikirin financial and everything. But we have to survive, meskipun sendirian tanpa ada yg ngeback up. For you all guys di luar sana, I don't know how do you feel, is it same with me or not. But tetap semangat yah, we all can pass through this phase. Hwaiting Guys ❤️

Lebih sedikit

👍 9 🗨️ Balas

Gambar 1.6 Tanggapan Komentator dari video penelitian

Sumber: Youtube channel satu persen – Indonesian life school

Pada gambar diatas menjelaskan bahwa komentator pada video “Mengapa usia 20-an adalah fase hidup terberat? Satu insight episode 48” pada *channel* satu persen – *Indonesian life school* menunjukkan sikap relate dengan mengalami keadaan fase hidup di umur 20an dan berusaha untuk *survive* dengan memberikan semangat kepada komentator lainnya, bahwa fase umur 20an akan terlewati.

Terpaan merupakan keseriusan khalayak dengan dihadapkan pada pesan-pesan yang disiarkan oleh suatu media. Menurut Ardianto (2014), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media

atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan tersebut yang terjadi pada seseorang atau kelompok. Terpaan media merupakan intensitas terbukanya masyarakat terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator melalui media yang digunakan (Nurfitriah & Ekowati, 2023). Terpaan media berupaya mencari data khalayak tentang penggunaan media, termasuk jenis media, frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan. Penggunaan jenis media meliputi media audio, siaran, cetak dan online.

Menurut Myers dan Gerungan dalam (Dewi, 2013) Sikap mencakup 3 unsur yang membentuk struktur sikap, yaitu: pertama unsur kognitif, unsur yang berkaitan dengan pengetahuan, pendapat, kepercayaan, khususnya berkaitan dengan bagaimana orang mempersepsikan objek sikap. Kedua unsur afektif, unsur yang berkaitan dengan perasaan senang atau tidak puas dengan konsep sikap. Merasakan bahagia merupakan hal yang positif, sedangkan merasa tidak bahagia itu hal yang negatif. Ketiga yaitu unsur konatif, unsur ini berkaitan dengan kecenderungan bertindak terhadap objek sikap. Unsur ini menunjukkan kecenderungan seseorang dalam bertindak atau berperilaku terhadap suatu objek sikap (Dewi, 2013).

Quarter Life Crisis merupakan permasalahan kondisi ketidakstabilan mental pada kehidupan di masa mendatang yang menimbulkan perasaan takut dan cemas. Permasalahan yang dikhawatirkan adalah tentang karir, relasi, keuangan percintaan, dan kehidupan sosial. Berdasarkan penelitian menurut psikolog di Inggris, fase ini sering di alami oleh para remaja dewasa dengan rentang umur 20 sampai 30 tahun. (Putri & Rachman, 2022)

Robinson (2015) menjelaskan bahwa saat seseorang mencapai usia dua puluhan, disadari atau tidak, mereka mengalami sejumlah keadaan emosional dalam dirinya. Berdasarkan dalam penelitiannya, ada empat tahapan sebelum seseorang merasakan *Quarter life crisis*, yaitu: pertama adalah perasaan terjebak dalam situasi. Kedua, gagasan bahwa perubahan akan terjadi. Ketiga, membangun kembali kehidupan baru, dan keempat memperkuat komitmen terhadap kepentingan, aspirasi, dan nilai-nilai yang dianutnya.

Menurut The Guardian menyatakan dalam penelitian bahwa, 86% milenial mengalami *quarter life crisis*. Survei ini dilakukan oleh badan riset dari LinkedIn,

hasil diperoleh bahwa *quarter life crisis* yang terjadi pada generasi milenial banyak dialami perempuan sebesar 61%. Pemicu *quarter life crisis* ditandai dengan 57% merasa kesulitan mencari pekerjaan yang sesuai passion, 57% mengalami tekanan karena belum memiliki rumah, dan 46% mengaku tertekan akibat belum memiliki pasangan.⁷ Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa *Quarter life crisis* merupakan keadaan seseorang yang berumur 20an sedang bingung terhadap tujuan hidupnya. Banyak ketakutan yang ada dalam pikirannya, baik itu tentang karier, keluarga, pertemanan, dan lain sebagainya.

Penulis menggunakan teori *uses and effect* dikarenakan pada penelitian ini akan mengukur pengaruh terpaan konten video pada *channel youtube* satu persen yang berjudul “Mengapa Usia 20-an adalah Fase Hidup Terberat? – Satu *Insight* Episode 48” terhadap sikap komentator mengenai *quarter life crisis*. Teori *uses and effect* dipilih berdasarkan efek dari sebuah terpaan media yang berupa konten video *youtube* yang mengakibatkan adanya berbagai sikap dari komentator yang ada di kolom komentar video tersebut.

Alasan penulis memilih judul ini dikarenakan media *youtube* saat ini menjadi *platform* yang banyak diminati oleh khalayak umum. Salah satu konten video yang banyak dicari adalah tentang kehidupan dan informasi, dengan adanya *channel youtube* Satu Persen yang mengusung tema video *lifskill* dengan ciri khasnya mulai dari *editing* yang identik, penyampaian materi yang mudah dipahami. Kebanyakan video berisi pelajaran hidup yang tidak diajarkan di sekolah untuk mencapai kehidupan yang ideal. Seluruh video di *channel youtube* satu persen – *Indonesian life school* bertujuan untuk mengajak lebih banyak masyarakat mengembangkan diri, termasuk menjalani kehidupan yang baik, dan memperoleh satu pesen setiap harinya. Selain itu penulis ingin mengetahui terpaan salah satu konten yang berjudul “Mengapa Usia 20-an adalah Fase Hidup Terberat? – Satu *Insight* Episode 48” yang menunjukkan sikap bagi para komentator setelah menonton video tersebut.

⁷ Quarter Life Crisis menerkam kaum millennial. Melalui <https://p2kk.umm.ac.id/id/pages/detail/artikel/quarter-life-crisis-menerkam-kaum-millennial.html>. Diakses pada tanggal 10 Oktober 2023, pukul 15.00.

Penulis tertarik membahas video “Mengapa Usia 20-an adalah Fase Hidup Terberat? – Satu *Insight* Episode 48” sebagai objek penelitian dikarenakan video ini merupakan video edukasi *lifeskills* yang membahas tentang kehidupan di usia 20-an, dimana banyak anak muda berumur 20-an mengalami *quarter life crisis* yang ditandai dengan adanya kekhawatiran berlebih, pesimis, cemas, perasaan tertekan, sehingga menyebabkan terganggunya aktivitas, sehingga menyebabkan depresi. *Quarter life crisis* ini biasanya disebabkan karena adanya tuntutan yang dialami oleh individu pada usia dewasa awal.⁸ Selain hal itu alasan lain penulis memilih video “Mengapa Usia 20-an adalah Fase Hidup Terberat? – Satu *Insight* Episode 48” dalam *channel youtube* satu persen – *Indonesian life school* sebagai objek penelitian karena penulis melihat --- para komentator untuk mengungkapkan sikap dan tanggapan mereka di kolom komentar video tersebut sehingga memudahkan penulis untuk mendapatkan beberapa komentar dari para komentator.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka penulis ingin mengetahui seberapa besar Pengaruh Terpaan Konten Video Pada *Channel Youtube* Satu Persen - *Indonesian Life School* Terhadap Sikap Komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.

1.2 Rumusan dan Identifikasi Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah

Pertanyaan yang akan dibahas dalam penelitian ini dapat dirumuskan dengan Seberapa besar pengaruh terpaan Konten Video pada *channel Youtube* Satu Persen - *Indonesian School Life* Terhadap Sikap Komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?

1.2.2 Identifikasi Masalah

Dalam penelitian ini terdapat sembilan identifikasi masalah, yaitu sebagai berikut:

⁸ Tim Mahasiswa UGM Teliti Fenomena Quarter Life Crisis yang melanda anak muda. Melalui <https://ugm.ac.id/id/berita/23161-tim-mahasiswa-ugm-teliti-fenomena-quarter-life-crisis-yang-melanda-anak-muda/>. Diakses pada tanggal 10 oktober 2023, pukul 14.30.

1. Seberapa besar pengaruh frekuensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
2. Seberapa besar pengaruh frekuensi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
3. Seberapa besar pengaruh frekuensi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
4. Seberapa besar pengaruh durasi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
5. Seberapa besar pengaruh durasi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
6. Seberapa besar pengaruh durasi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
7. Seberapa besar pengaruh atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
8. Seberapa besar pengaruh atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?
9. Seberapa besar pengaruh atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Untuk mengetahui besar pengaruh Frekuensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh Frekuensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
3. Untuk mengetahui besar pengaruh Frekuensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
4. Untuk mengetahui besar pengaruh Durasi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
5. Untuk mengetahui besar pengaruh Durasi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
6. Untuk mengetahui besar pengaruh Durasi konten video pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
7. Untuk mengetahui besar pengaruh Atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Kognitif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
8. Untuk mengetahui besar pengaruh Atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Afektif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.
9. Untuk mengetahui besar pengaruh Atensi pada *channel Youtube* Satu Persen - ***Indonesian School Life*** terhadap Konatif komentator mengenai *Quarter Life Crisis*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini terbagi menjadi 2 bagian yaitu manfaat teoritis dan manfaat praktis, yang dijelaskan sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pengetahuan bagi ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan, pengetahuan, dan wawasan bagi pembaca. Selain itu juga sebagai landasan atau referensi untuk penelitian berikutnya.

1.4.2 Manfaat Praktis

Adapun manfaat praktis yang diberikan untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi penulis, penelitian ini dapat menambah wawasan dan dapat mengaplikasikan kajian Ilmu Komunikasi yang ada kaitannya dengan media baru, terkait dengan terpaan di *channel youtube* terhadap sikap komentator.
2. Bagi Akademis, penelitian ini diharapkan mampu berkontribusi dalam mengembangkan penelitian dalam bidang Ilmu Komunikasi serta menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya di Universitas Informatika dan Bisnis Indonesia, khususnya pada program studi ilmu komunikasi.
3. Bagi *channel youtube* satu persen – *Indonesian life school*, dapat memberikan gambaran tentang sikap yang ditimbulkan komentator dari video yang diunggah pada channel youtube satu persen – *Indonesian life school*.