

PENGARUH TAYANGAN IKLAN PROGRAM ADSENSE PADA
CHANNEL YOUTUBE DEDDY CORBUZIER TERHADAP MINAT
MENONTON MAHASISWA UNIVERSITAS SARI MUTIARA INDONESIA

Nurhawati Simamora

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial
Universitas Sari Mutiara Indonesia
Email: watimora@yahoo.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah menganalisis pengaruh penayangan iklan Adsense di channel YouTube Deddy Corbuzier terhadap minat dan sikap menonton mahasiswa USMI. Teori yang digunakan adalah teori media baru. Total populasi penelitian ini adalah 16.874 yang dipilih secara acak dari 15 fakultas USMI, sehingga dipilih 4 fakultas, sedangkan 400 mahasiswa diambil sampelnya secara proporsional dari 4 fakultas USMI. Penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan analisis data Spearman. Hasil penelitian menunjukkan tayangan iklan adsense dengan minat menonton memiliki nilai korelasi 0,446, tayangan iklan adsense memiliki nilai korelasi 0,579, dan tayangan iklan adsense dengan minat menonton memiliki korelasi 0,446. nilai 0,633. Penayangan iklan dari program Adsense di channel YouTube Deddy Corbuzier mempengaruhi minat dan tontonan mahasiswa USMI. Hasil nilai korelasi positif menunjukkan adanya hubungan searah bahwa minat menonton meningkatkan aktivitas menonton pada kanal YouTube Dedy Corbuzier. Nilai signifikansi adalah adanya hubungan yang signifikan antara variabel aktivitas dan minat menonton.

Kata Kunci: Pengaruh, Tayangan Iklan, Adsense Youtube, Youtube Deddy Corbuzier, Minat Menonton, Mahasiswa Usmi.

PENDAHULUAN

Manusia dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipisahkan dari media. Orang-orang dikelilingi oleh media massa. Serta media cetak, radio, televisi, media sosial dan media online. Masyarakat sebagai khalayak dari media tersebut memiliki kesempatan untuk memilih media mana yang sesuai dengan keinginannya, yang sesuai dengan kondisinya, ketika hendak menggunakan media tersebut.

Hal ini sesuai dengan teori yang berkaitan dengan media, seperti teori uses

and gratifications yang menyatakan bahwa pengguna media menggunakan media untuk alasan tertentu. Alasan seseorang menggunakan media secara eksklusif bukan hanya untuk tujuan hiburan atau informasi saja, ada alasan lain juga. Bisa jadi seseorang menggunakan media karena menghindari belajar, melarikan diri ke dunia fantasi, mencari tahu acara populer apa yang ditonton orang lain, terkadang seseorang menonton acara yang tidak pantas hanya untuk mengurangi rasa kesepian. Salah satu bentuk aplikasi media baru yang dapat diakses secara luas oleh masyarakat yang menimbulkan perbedaan minat dan sikap pada pemirsa,

salah satunya untuk kalangan pelajar yaitu aplikasi YouTube. YouTube adalah situs video yang menyediakan informasi terpercaya berupa gambar bergerak. Situs ini benar-benar untuk mereka yang ingin mencari informasi video dan menonton live streaming. Kita juga dapat berpartisipasi dalam mengunggah video ke server YouTube dan membagikannya ke seluruh dunia Baskoro, 2009: 58. Dari November 2005 hingga April 2006, YouTube menerima modal investasi sebesar \$11,5 juta, yaitu Sequoia Capital, untuk pertama kalinya sejak didirikan. YouTube berkembang pesat berkat banyak tambahan dana. Pada Juli 2006, lebih dari 65.000 video baru diunggah ke YouTube setiap hari dan 100 juta video ditonton setiap hari (http://www.usatoday.com/tech/news/2006-07-16-youtubereviews_x). Dengan banyaknya view dan video di YouTube, wajar jika YouTube menjadi bagian dari budaya internet.

Kebebasan masyarakat untuk menggunakan komputer pribadinya tanpa campur tangan pemerintah memungkinkan berita disajikan dari perspektif yang lebih beragam. Namun, banyak pengusaha atau pebisnis saat ini yang masih mencari cara atau sarana untuk mempromosikan produknya pada sesuatu yang sedang populer. Banyaknya penonton YouTube membuat tidak banyak artis yang membuat channel YouTube, Deddy Corbuzier salah satunya.

Hampir setiap video di YouTube akhir-akhir ini memiliki banyak sekali iklan. Ketika Pengguna Youtube menonton video pertama yang muncul adalah iklan produk, hal ini juga terjadi di saluran YouTube Deddy Corbuzier, iklan banyak

muncul ketika menonton saluran Youtube Deddy Corbuzier. Iklan yang muncul di aplikasi YouTube juga merupakan salah satu program AdSense yang termasuk dalam aplikasi Google yang merupakan induk dari salah satunya yaitu YouTube. AdSense adalah program periklanan online yang didukung oleh Google. Melalui program periklanan AdSense, pemilik website atau blog yang terdaftar dan diterima sebagai anggota dapat memasang unit iklan di website mereka sesuai dengan format dan konten yang ditentukan oleh Google. Pemilik situs web atau blog menerima bagian pendapatan dari Google untuk setiap iklan yang diklik oleh pengunjung situs web, yang dikenal sebagai bayar per klik (ppc).

Kehadiran iklan di video YouTube secara alami meningkatkan peringkat dan bervariasi dari satu pengguna ke pengguna lainnya. Apakah pengguna merindukan atau memperhatikan iklan dan bagaimana preferensi dan sikap pengguna aplikasi YouTube, khususnya pemirsa saluran Podcast Deddy Corbuzier, ketika berhadapan dengan iklan. Iklan aplikasi YouTube AdSense juga merupakan salah satu penghasilan terbesar yang dapat diperoleh pengguna YouTube, tidak terkecuali YouTube Deddy Corbuzier, minat saya menganalisis saluran YouTube ini karena minat saya yang besar untuk menonton video saluran YouTube dan itu, karena iklan terkadang muncul . pada waktu yang tidak tepat selama menonton. Fenomena jejaring sosial yang masih dibutuhkan di kalangan mahasiswa membuat setiap orang khususnya mahasiswa sangat tertarik dengan jejaring sosial salah satunya Youtube. Alasan yang memotivasi para ilmuwan untuk menaruh perhatian pada fenomena ini tidak terlepas

dari antusiasme masyarakat. , khusus untuk mahasiswa, untuk Youtube apalagi topik penelitiannya adalah YouTube Podcast Deddy Corbuzier, seperti yang saya katakan sebelumnya, jumlah penonton saluran sangat tinggi, dan saya melakukan pengamatan dengan melihat kolom komentar, saya bertemu banyak orang, yang masih tergolong mahasiswa, menambahkan komentar. Hal ini membuat Deddy Corbuzier menyebut pendengarnya sebagai orang yang cerdas. Hal inilah yang membuat mahasiswa ini tertarik dengan “Tampilan Adsense di channel YouTube Deddy Corbuzier yang dipengaruhi oleh minat dan pandangan mahasiswa USMI”.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik gender responden pada iklan program Edsense di kanal YouTube Dedy Corbuzier dimana terdapat 117 responden laki-laki dan total 283 responden perempuan. Dengan kata lain, dalam penelitian ini responden perempuan lebih banyak menonton kanal YouTube Dedy Corbuzier daripada responden laki-laki. Mengenai persentase responden berdasarkan jenis kelamin pada iklan Edsense di channel YouTube Dedy Corbuzie.

a. Karakteristik Responden Berdasarkan Suku

Karakteristik responden berdasarkan suku menunjukkan bahwa responden mayoritas oleh suku Batak dengan total

responden 235 orang responden, responden suku Jawa dengan total 112 responden, responden suku Karo dengan total 25 responden, responden suku padang dengan total 22 responden dan responden suku melayu dengan total 6 responden.

b. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Karakteristik responden berdasarkan umur menunjukkan bahwa responden memiliki umur dengan kisaran 20 Tahun sampai dengan 24 Tahun berjumlah 240 responden dan responden yang memiliki umur dengan kisaran 25 Tahun sampai dengan 29 Tahun dengan total 160 responden. Adapun persentase.

c. Karakteristik Responden Berdasarkan Agama

Karakteristik responden berdasarkan agama pada tayangan Iklan Program Edsense pada Channel YouTube Dedy Corbuzier menunjukkan bahwa mayoritas responden pada penelitian ini memiliki agama Islam dengan jumlah 302 responden dan responden yang beragama Kristen dengan jumlah 98 responden.

Ada korelasi yang rendah tapi pasti antara tayangan iklan adsense dan penayangan dan tayangan iklan adsense meningkatkan penayangan saluran YouTube Dedy Corbuzier. Selain itu, ada

korelasi yang signifikan antara tayangan iklan dan minat menonton. Saat ini para responden atau fenomena masyarakat sangat gemar menonton channel youtube, namun terkadang channel youtube menunjukkan bahwa penonton memiliki ketertarikan yang berbeda dalam menonton channel favoritnya. Ada yang suka musik, entertainment, makan-makan, bahkan channel YouTube Dedy Corbuzier.

Minat merupakan salah satu dimensi dari sisi afektif yang berperan besar dalam kehidupan seseorang. Aspek afektif adalah aspek yang mengidentifikasi dimensi perasaan berdasarkan kesadaran emosional, kecenderungan dan kehendak yang mempengaruhi pikiran dan tindakan seseorang, terutama memilih saluran YouTube yang ingin ditontonnya.

Ketertarikan seseorang adalah untuk secara sadar mengetahui apa yang dibutuhkan seseorang, salah satunya dengan menonton channel YouTube Dedy Corbuzier. Dalam hal ini, iklan adsense di channel YouTube mempengaruhi minat mahasiswa USMI untuk menonton channel YouTube Dedy Corbuzier.

Ketertarikan menunjukkan ketertarikan untuk menonton sebuah channel youtube, salah satu channel youtube yang kini menjadi perhatian

adalah channel youtube Podcast Dedy Corbuzier, podcast tersebut menjadi sorotan karena menampilkan banyak pembahasan dalam format visual yang sangat informatif. mengundang bintang tamu yang terkadang menjadi orang berpengaruh di Indonesia, selain itu channel YouTube juga memiliki penonton yang banyak hingga mencapai jutaan penonton dengan setiap video yang diunggah. Karena channel Youtube Dedy Corbuzier menarik karena gambar-gambarnya sangat informatif yang pada akhirnya mempengaruhi pikiran, tindakan dan perasaan mahasiswa USMI untuk menimbulkan minat menonton channel tersebut. Hal itu tentu saja memiliki hubungan antara apa yang ditampilkan secara visual untuk meningkatkan ketertarikan responden.

Faktor yang mempengaruhi minat juga termasuk rangsangan internal yang berkaitan dengan motivasi fisik, motivasi, advokasi, kesenangan, dll. Adanya motif sosial yang membangkitkan minat individu dapat menimbulkan emosi atau perasaan senang. Jadi minat dapat timbul dari suatu keterampilan atau pengalaman yang berkaitan dengan suatu barang, seseorang tertarik untuk menonton YouTube Dedy Corbuzier karena merupakan informasi yang ingin diketahuinya. Untuk mendorong responden menonton, mereka

tertarik untuk menonton suatu saluran setelah menonton dan menelitinya.

KESIMPULAN

Kesimpulan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Tampilan iklan program AdSense di channel Youtube Deddy Corbuzier mempengaruhi aktivitas menonton mahasiswa USMI. Ini karena iklan mendorong responden. Karena iklan yang muncul juga sesuai dengan karakteristik responden, maka responden terus bekerja untuk menonton channel youtube tersebut.

2. Penayangan iklan AdSense di kanal Youtube Deddy Corbuzier mempengaruhi minat tonton mahasiswa USMI. Iklan yang diberitakan mendapat respon positif dari responden karena dianggap tidak mengganggu dan terkadang juga memberikan informasi tentang produk yang dicari atau disukai responden sehingga mempengaruhi minat menonton.

3. Tampilan iklan program AdSense di channel Youtube Deddy Corbuzier mempengaruhi minat dan tontonan mahasiswa USMI.

DAFTAR PUSTAKA

Ardianto, Elvinaro & Erdinaya, Lukiat Komala. (2009). Komunikasi Massa Suatu Pengantar Edisi Revisi. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Ardianto, Elvinaro. 2012. Komunikasi Massa. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.

Arifin. 2011. Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan R & D. Bandung: Alfabeta.

Asaas Putra & Diah Ayu Patmaningrum. 2018. Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Komunikasi Interpersonal Anak. Bandung : Vol. 21 No 2.

Azwar S. 2007. Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya. Jakarta : Pustaka Pelajar

Baron, R. A dan Donn Byrne. 2003. Psikologi Sosial. Jakarta : Erlangga.

Bungin, Burhan. 2015. Metodologi Penelitian Kualitatif. Jakarta : Rajawali Pers.

Denzin, Norman K. & Tivona S. Lincoln (Eds.). 2009. Handbook of Qualitative Research. Terjemahan oleh Dariyatno dkk. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.

Effendy, Onong Uchjana. 2013. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Onong Uchjana. 2015. Ilmu, Komunikasi Teori dan Praktek Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditia Bakti.

Elli Rini, Ayub Imran. 2017. Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia (studi Pada Subscribers Traveling Channel Youtube Ponti Ramanta). Vol 4, No 1.

Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Harilama. 2017. Pengaruh

- Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Vol 6, No 1.
- Gerungan. 2009. Psikologi Sosial. Bandung : PT. Refika Aditama.
- George Ritzer. Sosiologi Ilmu Berparadigma Ganda.(Jakarta PT Rajawali Press.2011),126.
- Hadi, Sutrisno. 2015. Statistika. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Hana Kurnia Eka Putri, Muhammad E Fuady. 2018. Hubungan antara Tayangan Youtube “Female Daily Network” dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Netizen. Universitas Islam Bandung : Vol 4, No 2.
- Hilda U S. 2015. Pengaruh Tayangan Iklan Earth Hour Tentang Penggunaan Energi di Televisi Terhadap Pengetahuan Dan Sikap Siswa/i SMPN10 Samarinda. Samarinda : Vol 3 No. 4
- Humaizi. 2018. The Correlation Between Broadcasting Spill-over Of Malaysian Television and Radio an Islamic Religious Knowledge of Community Members in East Aceh. Malaysian Journal Of Communication. Hal 205
- Hurlock, Elizabeth B. 2004. Developmental Psychology. Jakarta : Erlangga.
- Hotman M. Siahan. 2010. Sejarah dan Teori Sosiologi .(Jakarta, Erlangga), 90.
- I.B Wirawan. 2011. Teori-Teori Sosial dalam Tiga Paradigma. (Jakarta, Kencana Prenadamedia Grup), 79.
- Ikkal, Muhamad. 2011. “Pengaruh motivasi terhadap minat mahasiswa akuntansi untuk mengikuti pendidikan profesi akuntansi. Skripsi. Semarang : Universitas Diponegoro
- Kriyantono, Rahmat. 2012. Teknik Praktis Riset komunikasi, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Levinson , Paul. 2013. New media . New Jersey : Permission Department.
- Martono, Nanang. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif : Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta : Rajawali Pers.
- Masri Singarimbun. 2011. Metode Penelitian Survei. Jakarta : LP3ES.
- McQuail, Denis. 2011. Teori Komunikasi. Jakarta : Salemba Humanika.
- Nawawi, Hadari. 2012. Metode Penelitian Bidang Sosial. Yogyakarta : Gajah Mada University Press.
- Nazir, Moh. 2014. Metode Penelitian. Bogor : Ghalia Indonesia.
- Nurudin. 2013. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Nurudin. 2011. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.
- Ratna Sari Dewi, Fatin Nadhifa Tarigan, Alinur. 2019. Pengaruh Sarana Televisi Terhadap Sikap dan Tingkah Laku Anak. Medan : Universitas Pembinaan Masyarakat Indonesia.
- Restu Akmalia, Nikita Putri Pradini. 2017. Pengaruh Iklan dan Etnosentrisme

Terhadap Sikap Penonton Serta Implikasinya Pada Keputusan Menonton (Studi Kasus: Penonton Film WarkopDKIRborn: Jangkrik Boss! Part 1 di Bioskop Rajawali Purwokerto). Purwokerto : IAIN Purwokerto.

Sarwono. 2008. Buku Panduan Praktis Pelayanan Kesehatan Maternal dan Neonatal, Edisi 2. Jakarta : Yayasan Bina Pustaka Sarwono Prawirohardjo.

Sugiyono. 2014. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung : Alfabeta.

Sugiyono. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: PT Alfabet.

Sugiyono P.D. 2018. Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D.

Wahyu Ningtyas & Ismojo Herdono. 2019. Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube “Londokampung” Terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan pada Subscribers di Surabaya. Stikosa-AWS, Surabaya : Vol. 7 NO. 1.

Winda Pramita. 2016. Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Program Religi Islam “Assalamualaikum Cantik” di Trans tv dan Sikap Berpakaian Muslimah terhadap Gaya Berpakaian Muslimah Trendi pada Kalangan Mahasiswi Universitas Islam Indonesia. Yogyakarta : Universitas Islam Indonesia.

Wulandari, Putri Ayu. 2021. Pengaruh Video Blog Mekap Tutorial Pada Youtube Terhadap Minat Beli Mahasiswa Ilmu Komunikasi UINSU. Medan : UIN SU.