

**PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI *CHANNEL* YOUTUBE
IQ 7 TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA
PENONTON *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7**

Studi Kuantitatif Pada Penonton *Channel* YouTube IQ 7 di Jawa Barat

***THE INFLUENCE OF MOVIE SPOILER CONTENT ON YOUTUBE
CHANNEL IQ 7 TOWARDS THE DECISION TO WATCH MOVIE
ON THE VIEWERS OF YOUTUBE CHANNEL IQ 7***

Quantitative Study on YouTube Channel IQ7 viewers in West Java

Oleh:

Adinda Fajriani N

182050496

SKRIPSI

**Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas
Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

UNIVERSITAS PASUNDAN

BANDUNG

2024

LEMBAR PENGESAHAN

**PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7
TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA PENONTON
CHANNEL IQ 7**

(Studi Kuantitatif Pada Penonton *Channel* YouTube IQ 7 di Jawa Barat)

Oleh:

Adinda Fajriani N

182050596

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada Program
Studi Ilmu Komunikasi**

Bandung, 2024

Pembimbing

Vikry Abdullah Rahiem S.I.Kom., M.I.Kom

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dekan FISIP Unpas

(Vera Hermawan S.Ikom., M.Ikom)

(Dr. Kunkunrat, M.Si)

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

1. Karya tulis saya, skripsi ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapat gelar akademik seperti (sarjana, magister atau doctor) baik di Universitas Pasundan maupun di perguruan tinggi lain;
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan atas pihak lain selain arahan pembimbing dan masukan penguji.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau gagasan orang lain yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dan dengan jelas dicantumkan dalam daftar Pustaka.
4. Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya dan apabila dikemudian hari terdapat penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini, saya bersedia untuk menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang diperoleh dari hasil karya tulis ini, serta sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di perguruan tinggi ini.

Bandung, Juni 2024

Yang membuat pernyataan

(Adinda Fajriani N)

LEMBAR PERSETUJUAN

**PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI YOUTUBE TERHADAP
KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA PENONTON *CHANNEL*
YOUTUBE IQ7 DI JAWA BARAT**

Studi Kuantitatif Pada Penonton *Channel* YouTube IQ7 di Jawa Barat

Oleh:

Adinda Fajriani N

182050496

SKRIPSI

**Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Ujian Guna Memperoleh Gelar Sarjana Pada
Program Studi Ilmu Komunikasi**

Telah disetujui oleh Pembimbing pada tanggal

Seperti tertera di bawah ini

Bandung, Juli 2024

Pembimbing

Vikry Abdullah Rahiem, S.I.Kom.,M.I.Kom

ABSTRACT

This research is entitled "THE INFLUENCE OF FILM SPOILER CONTENT ON THE IQ 7 YOUTUBE CHANNEL ON FILM WATCHING DECISIONS IN IQ 7 CHANNEL VIEWERS". The focus of this research is how film spoiler content influences the decision to watch a film. The purpose of this research is to find out whether there is an influence of film spoiler content on the decision to watch a film and how much influence credibility, attractiveness, power of a communicator, attention-grabbing content, understandable content, and acceptable content of film spoiler content have on the decision to watch. film (for IQ 7 channel viewers in West Java).

This research uses quantitative methods with New Media theory according to McQuail (2010). Data collection in the research used questionnaires. Sampling was carried out using a non-probability sampling method with purposive sampling technique. The sample in this study consisted of 101 respondents with the IQ 7 YouTube channel as research subjects and IQ 7 YouTube channel viewers as the objects of this research.

The results of this descriptive analysis research show that film spoiler content on the IQ 7 YouTube channel has a significant influence on the decision to watch films among viewers of that channel. Simple linear regression analysis shows that stimulants have a significant effect. Based on score analysis, the credibility indicator has an average value of 3.98, attractiveness has an average value of 3.96, the power of a communicator has an average value of 3.99, content that attracts attention has an average value of 3.92, understandable content has an average value of 4.09, and acceptable content has an average value of 4.19. Based on the results of the coefficient of determination test, a value of 88.7% of film spoiler content influences the decision to watch films among IQ 7 channel viewers. Meanwhile, the remaining 11.3% is influenced by other variables not examined in this research.

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7 TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA PENONTON *CHANNEL* IQ 7”. Fokus dalam penelitian ini, bagaimana pengaruh konten *spoiler* film terhadap keputusan menonton film. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh konten *spoiler* film terhadap keputusan menonton film dan seberapa besar pengaruh kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang komunikator, isi konten menarik perhatian, isi konten dapat dimengerti, dan isi konten dapat diterima konten *spoiler* film terhadap keputusan menonton film (pada penonton *channel* IQ 7 di Jawa Barat).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teori *New Media* menurut McQuail (2010). Pengumpulan data pada penelitian menggunakan penyebaran kuesioner. Pengambilan sampel dilakukan dengan metode *non-probability sampling* dengan teknik *sampling purposive*. Sampel pada penelitian ini berjumlah 101 responden dengan *channel* YouTube IQ 7 sebagai subjek penelitian dan penonton *channel* YouTube IQ 7 sebagai objek pada penelitian ini.

Hasil dari penelitian analisis dekriptif ini menunjukkan bahwa pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ 7 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* tersebut. Pada analisis regresi linier sederhana menunjukkan bahwa secara stimulan berpengaruh signifikan. Berdasarkan analisis skor indikator kredibilitas memiliki nilai rata-rata 3,98, daya tarik memiliki nilai rata-rata 3,96, kekuasaan seorang komunikator memiliki nilai rata-rata 3,99, isi konten menarik perhatian memiliki nilai rata-rata 3,92, isi konten dapat dimengerti memiliki nilai rata-rata 4,09, dan isi konten dapat diterima memiliki nilai rata-rata 4,19. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 88,7% konten *spoiler* film berpengaruh terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* IQ 7.

RINGKESAN

Ieu panalungtikan dijudulan "PANGARUH EUSI SPOILER FILM DINA SALURAN YOUTUBE IQ 7 KANA KAPUTUSAN NONTON PILEM DINA PANONTON SALURAN IQ 7". Fokus dina ieun panalungtikan nya eta kumaha eusi spoiler film mangaruhan kaputusan pikeun lalajo pilem. Tujuan tina ieu panalungtikan nya eta pikeun mikanyaho naha aya pangaruh eusi spoiler film dina putusan pikeun lalajo pilem jeung sabaraha pangaruh kredibilitas, daya tarik, daya komunikator, eusi nu narik perhatian, eusi nu kaharti, jeung eusi nu bisa ditarima. Eusi spoiler piler boga on kaputusan pikeun lalajo pilem (pikeun IQ 7 pemirsa channel di Jawa Barat).

Ieu panlungtikan ngagunakeun metode kuantitatif jeung tiori Media Baru nurutkeun McQuail (2010). Ngumpulkeun data dina panalungtikan ngagunakeun angket. Sampling dilaksanakeun ngagunakeun metode non-probability sampling kalawan tehnik purposive sampling. Sampel dina ieu panalungtikan sareng pamirsa saluran YouTube IQ 7 salaku objek dina ieu panaluntikan.

Hasil panaluntikan analisis deskriptif ieu nunjukan yen eusi spoiler pilem dina saluran YouTube IQ 7 boga pangaruh signifikan kana kaputusan pikeun lalajo pilem di kalangan pemirsa saluran eta. Analisis regresi linier basajan nunjukkeun yen stimulan gaduh pangaruh anu signifikan. Dumasar analisis skor, indikator kredibilitas rata-rata peunteun 3,98, daya tarik rata-rata 3,96, daya komunikator rata-rata peunteun 3,99, eusi anu narik perhatian rata peunteun 3,92, eusi kaharti miboga nilai rata-rata 4,09, sarta eusi ditarima ngabogaan nilai rata-rata 4,19. Dumasar kana hasil uji koefisien determinasi, nilai 88,7% tina eusi spoiler film pilem mangaruhan kaputusan pikeun lalajo pilem diantara pamirsa saluran IQ 7.

KATA PENGANTAR

Assalamualaikum warohmatullohi wabarokatuh

Dengan ini mengucapkan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat, rahmat serta karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan tugas akhir dengan judul “PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7 TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA PENONTON *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7”. Skripsi ini ditunjukkan untuk memenuhi salah satu persyaratan ujian guna memperoleh sarjana pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

Peneliti ini menyadari dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna dan banyak kekurangan baik dalam metode penulisan maupun dalam pembawaan materi. Hal tersebut dikarenakan adanya hambatan dan kesulitan yang ditemui, sehingga peneliti mengharapkan saran dan kritik yang bersifat membangun. Mudah-mudahan dikemudian hari dapat memperbaiki segala kekurangan.

Peneliti mengucapkan terima kasih banyak kepada dosen pembimbing Bapak Vikry Abdullah Rahiem S.I.Kom.,M.I.Kom yang sudah membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi dan selalu memberikan masukan tentang skripsi kepada peneliti sehingga skripsi ini dapat terlaksanakan. Tidak lupa pula, peneliti juga mengharapkan tugas akhir ini dapat bermanfaat dan memberikan sumbangan ilmu bagi peneliti khususnya dan para pembaca pada umumnya. Aamiin ya Rabbal’Alamin.

Peneliti skripsi ini juga dapat terselesaikan karena adanya bantuan dari berbagai pihak yang telah memberikan masukan-masukan serta dukungan kepada peneliti. Maka dari itu peneliti mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Prof. Dr.H. Azhar Affandi, S.E., M.Sc., selaku Rektor Universitas Pasundan Bandung.
2. Bapak Dr. Kunkunrat M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
3. Bapak Vera Hermawan S.I.Kom., M.I.Kom selaku ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
4. Segenap dosen jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan.
5. Seluruh karyawan tata usaha dan Staff Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan Bandung.

Tidak akan pernah melupakan bantuan, dorongan, dan kasih sayang yang selalu diberikan oleh orang-orang terdekat yang selalu mendukung setiap saat dan setiap langkah dalam penyusunan laporan skripsi ini, oleh karena itu peneliti secara pribadi ingin mengucapkan banyak terima kasih kepada:

1. Kepada Orang Tua, Ayah dan Ibu yang senantiasa memanjatkan doanya serta dorongan materilnya selama ini. Tidak ada kata yang cukup untuk disampaikan segala bentuk terima kasih untuk mereka.
2. Kepada Teteh Ananda dan Dede Azzahra yang selalu memberikan doa dan dukungan kepada penulis walaupun sering bertengkar.

3. Untuk para sahabat Chara yang selalu menyemangati dan memberi dukungan serta menyakinkan saya sampai akhirnya bisa menyelesaikan skripsi ini.
4. Untuk teman-teman dekat yaitu Adel, Melva, Meisha, Fanny, Darlin, Jayanti dan Resti yang tidak segan selalu menjawab, memberi bantuan dan mendukung hingga skripsi ini selesai.
5. Untuk anak-anak kelas J yang tidak bisa saya sebut satu-satu yang dari awal perkuliahan saling mendukung dan memberi informasi satu sama lain. Semoga kalian sukses selalu dan menjadi orang-orang hebat.
6. Terima kasih kepada seluruh penonton *channel* YouTube IQ 7 dan Komunitas Dunia Skripsi di *platform* X yang sudah meluangkan waktunya untuk mengisi kuisisioner.
7. Untuk Farhan Alhadid yang sudah memberikan semangat dan dukungan sehingga peneliti bisa menyelesaikan skripsi ini.
8. *Last but not least* peneliti ucapkan terima kasih yang sebanyak-banyaknya kepada diri saya sendiri yang sudah berjuang, bertahan dan tidak menyerah sampai saat ini.

Dan segenap hati yang ikhlas dan tulus, peneliti berharap semoga Allah SWT melimpahkan rahmat-Nya serta membalas segala amal kebaikan semua yang telah membantu peneliti dalam penyelesaian laporan skripsi ini, dengan kebaikan yang berlipat ganda pula. Aamiin.

Akhir kata semoga laporan skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca umumnya dan bagi peneliti sendiri khususnya.

Bandung, Juni 2024

Adinda Fajriani N

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
SURAT PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
ABSTRACT	iv
ABSTRAK	v
RINGKESAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Identifikasi Masalah	7
1.2.1 Fokus Penelitian.....	7
1.2.2 Pertanyaan Penelitian.....	7
1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian.....	8
1.3.1 Tujuan Penelitian	8
1.3.2 Kegunaan Penelitian	9
1.3.2.1 Kegunaan Teoritis	9
1.3.2.2 Kegunaan Praktis.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN	
 HIPOTESIS	10
2.1 Kajian Pustaka	10
2.1.1 Review Penelitian Sejenis	10
2.1.2 Kerangka Konseptual	13
2.1.2.1 Komunikasi	13
2.1.2.2 Komunikasi Massa	16
2.1.2.3 Konten YouTube	18

2.1.2.4 Spoiler Film.....	19
2.1.2.5 Keputusan Menonton Film.....	21
2.1.3 Kerangka Teoritis.....	22
2.1.3.1 <i>New Media</i> (Media Baru).....	22
2.1.4 Kerangka Pemikiran.....	25
2.1.5 Hipotesis.....	29
BAB III SUBJEK, OBJEK, METODOLOGI PENELITIAN	30
3.1 Objek dan Metodologi Penelitian.....	30
3.1.1 Objek Penelitian.....	30
3.1.2 Metodologi Penelitian.....	30
3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel	31
3.2.1 Variabel Penelitian.....	31
3.2.2 Operasional Variabel.....	32
3.3 Populasi dan Teknik Sampling.....	37
3.3.1 Populasi.....	37
3.3.2 Sampel.....	38
3.4 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data	39
3.4.1 Jenis Data	39
3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data.....	39
3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data	40
3.5.1 Rancangan Analisis Data	40
3.5.1.1 Uji Validitas Data.....	40
3.5.1.2 Uji Reliabilitas.....	42
3.5.2 Analisis Uji Asumsi Klasik.....	43
3.5.2.1 Uji Normalitas	43
3.5.3 Uji Regresi	45
3.5.3.1 Uji Regresi Linier Sederhana	45
3.5.4 Uji Koefisien.....	46
3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2).....	46
3.5.5 Uji Hipotesis	47
3.5.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T).....	47

3.6 Lokasi Penelitian	48
3.7 Jadwal Penelitian	48
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	49
4.1 Gambaran Objek Penelitian.....	49
4.2 Profil Responden	51
4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	51
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	52
4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status	54
4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
4.3 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel	57
4.3.1 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film (X)	57
4.3.2 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton (Y).....	67
4.4 Analisis Skor Variabel Konten <i>Spoiler</i> Film (X) dan Keputusan Menonton (Y)	72
4.5 Analisis Deskriptif.....	77
4.6 Hasil Analisis Data	77
4.6.1 Uji Validitas	77
4.6.2 Uji Reliabilitas	80
4.6.3 Asumsi Klasik	81
4.6.3.1. Uji Normalitas	81
4.6.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	84
4.6.5 Uji Hipotesis	86
4.6.5.1 Uji Parsial (Uji t).....	86
4.6.6 Koefisien Determinasi.....	87
4.7 Pembahasan	88
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	91
5.1 Kesimpulan.....	91
5.2 Saran	94
DAFTAR PUSTAKA	95

LAMPIRAN.....	98
----------------------	-----------

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Perbandingan jumlah subscriber channel YouTube konten spoiler film	4
Tabel 2.1	Review Penelitian Sejenis	11
Tabel 3.1	Operasional Variabel	33
Tabel 3.2	Skala Likert	37
Tabel 3.3	Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha.....	43
Tabel 4. 1	Gambaran Responden Penelitian.....	50
Tabel 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	51
Tabel 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	52
Tabel 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	54
Tabel 4.5	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	55
Tabel 4.6	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Kredibilitas	58
Tabel 4.7	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Daya Tarik.....	60
Tabel 4.8	Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan).....	61
Tabel 4. 9	Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Isi Konten Menarik Perhatian	63
Tabel 4.10	Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Isi Konten Dapat Dimengerti	65
Tabel 4.11	Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Isi Konten Dapat Diterima	66
Tabel 4.12	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi <i>Intelligence</i> (Kecerdasan).....	68
Tabel 4. 13	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi <i>Design</i> (Rancangan)	70

Tabel 4.14	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi <i>Choice</i> (Pilihan).....	71
Tabel 4.15	Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi <i>Implementation</i> (Pelaksanaan)	72
Tabel 4.16	Skor Kriteria Variabel	73
Tabel 4.17	Analisis Skor Indikator Dominan Variabel Konten Spoiler Film .	74
Tabel 4.18	Analisis Skor Indikator Dominan Variabel Keputusan Menonton Film... ..	75
Tabel 4.19	Uji Deskriptif.....	77
Tabel 4.20	Uji Validitas Variabel Konten Spoiler Film (X1)	78
Tabel 4.21	Uji Validitas Variabel Keputusan Menonton (Y).....	79
Tabel 4.22	Uji Reliabilitas.....	80
Tabel 4.23	Hasil Uji Normalitas.....	83
Tabel 4.24	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	84
Tabel 4.25	Hasil Uji t	86
Tabel 4.26	Hasil Uji Koefisien Determinasi	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Jumlah penonton.....	5
Gambar 2.1	Kerangka Pemikiran	28
Gambar 4.1	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	52
Gambar 4.2	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	53
Gambar 4.3	Karakteristik Responden Berdasarkan Status.....	55
Gambar 4.4	Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili	57
Gambar 4.5	Garis Kontinum Variabel Konten Spoiler Film (X).....	75
Gambar 4.6	Garis Kontinum Variabel Keputusan Menonton Film	76
Gambar 4.7	Histogram Uji Normalitas	81
Gambar 4.8	P-Plot Uji Normalitas	82

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Riwayat Hidup.....	98
Lampiran 2	Kuesioner Penelitian.....	100
Lampiran 3	Data Pernyataan Berupa <i>Screenshot</i> Google Form	101
Lampiran 4	Lampiran Data Set Konten Spoiler Film	108
Lampiran 5	Data Set Keputusan Menonton Film	111
Lampiran 6	Hasil Analisis Deskriptif	113
Lampiran 7	Hasil Uji Validitas	114
Lampiran 8	Hasil Uji Reliabilitas	121
Lampiran 9	Hasil Uji Regresi Linier Sederhana	123
Lampiran 10	Hasil Uji Koefisien Determinasi	124
Lampiran 11	Hasil Uji Hipotesis	124

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Film merupakan salah satu media massa yang memiliki peran sebagai sarana komunikasi yang digunakan untuk sarana hiburan, menampilkan sebuah cerita, musik, drama dan persembahan lainnya kepada masyarakat. Film dimulai pada akhir abad ke-19 sebagai kebaruan teknologi media massa. Film termasuk salah satu media komunikasi massa yang cukup efektif dalam menyampaikan sebuah informasi. Film merupakan bentuk media massa yang beragam dan dapat memberikan dampak tertentu bagi masyarakat. Film bisa menjadi media komersil dengan cara menjual hasil dalam bentuk suguhan cerita. Film sering dianggap sebagai bentuk seni yang menggabungkan gambar dan musik (Bruhn & Schirmmacher, n.d.). Film memiliki genre atau sebuah konsep yang digunakan dalam studi film dan teori film untuk menggambarkan kesamaan antara kelompok film berdasarkan estetika atau aspek sosial, kelembagaan, budaya, dan psikologis yang lebih luas (Bondebjerg, 2015). Film memiliki beberapa genre untuk mengklasifikasikan jenis cerita film, diantaranya adalah: petualangan, komedi, horror, romansa, dan lain-lain.

Menonton film merupakan kegiatan melihat atau memperhatikan tayangan sebuah film. Menonton film adalah salah satu kegiatan yang menyenangkan bagi kebanyakan orang karena film dianggap sebagai sarana untuk menghibur diri. Selain itu, menonton film juga memiliki beberapa manfaat seperti menghilangkan

stress, memotivasi diri, meningkatkan pengetahuan, memberikan inspirasi, dan lain-lain.

Seiring dengan pesatnya teknologi, menimbulkan banyaknya sarana komunikasi antarindividu yang hadir seperti komunikasi bermedia, komunikasi bermedia menggunakan media baru berbasis internet. Menurut McQuail (2010) menyatakan bahwa media baru merupakan teknologi yang digitalisasi dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai perangkat komunikasi. Perkembangan internet saat ini sudah menjadi bagian dari Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang harus dikuasai oleh masyarakat sekarang ini. Internet saat ini memiliki banyak aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan komunikasi seperti beberapa aplikasi media sosial, yaitu: Instagram, Twitter, Whatsapp, Line, dan YouTube.

Salah satu media baru yang saat ini diminati oleh banyak masyarakat adalah media sosial YouTube. YouTube adalah sebuah situs web berbagi video online yang didirikan oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karem pada tahun 2005. Pengguna YouTube dapat mengunggah, menonton, dan berbagi video konten secara gratis. Video-video yang diunggah dalam YouTube terdiri dari berbagai macam konten yang menarik seperti konten musik, pendidikan, vlog (*video blogging*), *gaming*, *prank*, dan konten *spoiler* film. Dari berbagai macam konten, terdapat sebuah konten yang unik dan baru sehingga menarik perhatian banyak pengguna YouTube, yaitu konten *spoiler* film.

Spoiler film adalah informasi mengenai gambar atau klip video yang mengambil dan mengantisipasi elemen plot tertentu. Menurut Hassoun (2013)

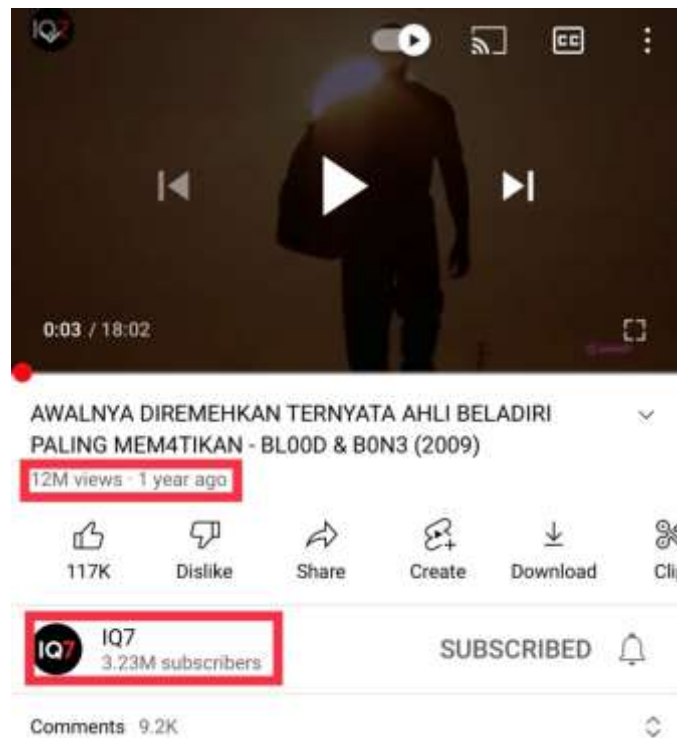
menyatakan bahwa *spoiler* adalah menyampaikan informasi penting yang belum waktunya disampaikan tentang sebuah narasi dan dapat merusak kesenangan orang. *Spoiler* film tidak hanya memasukkan informasi, *twist* (alur cerita yang dipelintir), bagian cerita yang seru, dan pengembangan plot, tetapi juga dapat merusak kenikmatan sebuah film. *Spoiler* film dapat ditemukan melalui media yang dapat diakses publik, biasanya di situs web, surat kabar, dalam ulasan film, atau media sosial seperti Facebook, Instagram, dan YouTube.

Fenomena konten *spoiler* film di YouTube sedang ramai dewasa ini. Adanya fenomena ini dikarenakan konten *spoiler* film menawarkan pilihan yang lebih efisien dari menonton film secara utuh, yaitu meringkas isi film lalu diceritakan kepada khalayak. Bagi sebagian orang yang penasaran ingin menonton film tapi tidak punya banyak waktu untuk menontonnya, konten *spoiler* film bisa menjadi pilihannya. Adapun yang menonton konten *spoiler* film untuk dijadikan referensi ketika bimbang menentukan film yang ingin ditonton.

Di sisi pihak yang memberikan *spoiler* film, konten *spoiler* film ini menjadi menarik untuk disebarluaskan karena pihak pemberi *spoiler* film ini menyadari bahwa adanya perkembangan zaman ini menyebabkan industri film juga mengalami perubahan dalam memasarkan dan cara mengonsumsinya. Tak hanya itu, mereka juga melihat film sebagai sebuah komoditas bisnis. Misalnya, mereka yang menyebarkan konten *spoiler* film-film dan diunggah ke sosial media seperti YouTube tentu mendapatkan uang dari *adsense* pihak YouTube. Keuntungan inilah yang akhirnya juga membuat mereka terus melakukan konten *spoiler* film.

diidentikan dengan Sunda. Beberapa video konten *channel* YouTube IQ7 pernah menyentuh angka jutaan penonton, bahkan ada yang sampai menembus dua belas juta penonton.

Gambar 1.1 Jumlah penonton



Sumber: <https://www.youtube.com/watch?v=1>

Meskipun *spoiler* film dianggap dapat merusak kenikmatan dalam membaca, menonton, atau mendengar cerita, tidak menutup kemungkinan *spoiler* film justru bisa membangkitkan rasa penasaran untuk menonton filmnya. Christenfeld dan Leavitt (2011) pernah bereksperimen menggunakan cerita pendek dari genre yang berbeda dan informasi tekstual yang ditempatkan atau tidak ditempatkan secara berbeda pada isi cerita untuk memeriksa pelaksanaan eksperimen. Mereka menemukan bahwa cerita *spoiler* lebih disukai oleh subjek atau pembaca, karena *spoiler* menceritakan cerita yang belum terjamah atau terlihat. Lebih lanjut,

pembaca akan melihat konten *spoiler* ini melalui berbagai aspek seperti apa yang disampaikan oleh Rakhmat (2013) seperti kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan) dan terkait isi kontennya, mulai dari apakah isi konten menarik perhatian pembaca, apakah isi konten *spoiler* dapat dimengerti hingga apakah isi konten *spoiler* tersebut dapat diterima.

Untuk melakukan suatu tindakan, tentunya harus melakukan pengambilan keputusan. Pengambilan keputusan merupakan pemilihan tindakan dari berbagai pilihan untuk memecahkan persoalan yang sedang dihadapi. Menurut Terry (2003) menyatakan bahwa pengambilan keputusan merupakan pemilihan alternatif perilaku dari beberapa alternatif tindakan untuk menyelesaikan setiap persoalan yang terjadi dengan memilih satu tindakan diantara alternatif-alternatif yang memungkinkan.

Sebelum memutuskan akan menonton film atau tidak, biasanya sebagian orang akan melakukan pencarian informasi tentang film yang ingin ditonton seperti membaca ulasan pada situs web, menonton trailer film, membaca sinopsis, atau melihat *spoiler* di media sosial. Setelah menemukan informasi tentang film yang ingin ditonton, maka dilanjutkan dengan memilih keputusan akan menonton atau tidak menonton film, setelah mengambil keputusan dilakukan tindakan menonton atau tidak menonton film. Hal ini sejalan dengan proses pengambilan keputusan menurut Simon (1960). Proses pengambilan keputusan menurut Simon (1960) melalui 4 tahapan, yaitu: *Intelligence* (kecerdasan), *Design* (rancangan), *Choice* (pilihan) dan *Implementation* (pelaksanaan).

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk mencoba melakukan sebuah penelitian untuk mengkaji secara lebih mendalam terkait fenomena ini, sehingga ingin mengangkat penelitian berjudul **“Pengaruh Konten Spoiler Film di *channel* YouTube IQ 7 terhadap Keputusan Menonton film pada Penonton Channel YouTube IQ 7 di Jawa Barat”**.

1.2 Identifikasi Masalah

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang belakang yang telah dikemukakan tersebut, maka yang menjadi permasalahan utama penelitian ini adalah “Pengaruh Konten *Spoiler* Film di YouTube Terhadap Keputusan Menonton Film Pada Penonton *Channel* YouTube IQ7”. Peneliti tertarik untuk membahas konten *spoiler* film yang dibuat oleh channel YouTube IQ7 untuk keputusan menonton film pada penonton *channel* YouTube IQ7.

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, maka peneliti menarik pokok permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah:

1. Seberapa besar pengaruh kredibilitas pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
2. Seberapa besar pengaruh daya tarik pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
3. Seberapa besar pengaruh kekuasaan seorang komunikator pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?

4. Seberapa besar pengaruh isi konten menarik perhatian pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
5. Seberapa besar pengaruh isi konten dapat dimengerti pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
6. Seberapa besar pengaruh isi konten dapat diterima pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film?
7. Seberapa besar pengaruh konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film?

1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kredibilitas pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh daya tarik pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
3. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh kekuasaan seorang komunikator pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
4. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten menarik perhatian pada konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.

5. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten dapat dimengerti pada konten spoiler film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
6. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh isi konten dapat diterima pada konten spoiler film di *channel* YouTube IQ7 terhadap keputusan menonton film.
7. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh konten spoiler film di channel YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film.

1.3.2 Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan suatu ilmu. Berkaitan dengan judul penelitian, maka penelitian ini menjadi kegunaan teoritis dan kegunaan praktis, yang secara umum mampu memberikan manfaat bagi pengembangan Ilmu Komunikasi.

1.3.2.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini ditujukan untuk dapat memberi pengetahuan, masukan, dan menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya pada aspek komunikasi massa serta mengetahui sejauh mana penerapan teori-teori Ilmu Komunikasi yang dikemukakan oleh para ahli dengan kenyataan yang ada di masyarakat.

1.3.2.2 Kegunaan Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan bisa bermanfaat bagi pihak-pihak atau lembaga-lembaga yang ingin mengetahui bagaimana operasionalisasi terkini mengenai teori pada bidang media massa khususnya aspek media sosial dan *spoiler* film.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Kajian Pustaka

2.1.1 Review Penelitian Sejenis

Review penelitian adalah salah satu referensi yang diambil oleh peneliti. Sebagai bahan pertimbangan untuk penelitian ini, peneliti akan melakukan *review* beberapa penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu “Pengaruh Konten Spoiler Film Di Youtube Terhadap Keputusan Menonton Film” (Survey Pada Penonton Channel Youtube IQ 7 di Jawa Barat).

Penelitian pertama bersumber dari skripsi mahasiswa Universitas Sriwijaya program studi Ilmu Komunikasi, Andi Pratama. Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Efektivitas Trailer Film Di Youtube Terhadap Keputusan Menonton Ke Bioskop Film “SUZZANA (2018)” Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh efektivitas trailer film di Youtube terhadap keputusan menonton film Suzzana (2018) dan pengaruh yang diberikan sebesar 58,5% dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.

Penelitian kedua bersumber dari jurnal mahasiswa Institut Komunikasi dan Bisnis LSPR, Arniza Devita Putri dan Dalilah Adani. Dalam penelitian yang berjudul “The Influence Of Movie Spoilers on Social Media Instagram Towards The Decision to Watch South Korean Drama Shows: Study on SMA Negeri 42 Jakarta”. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa kesan spoiler di media sosial

instagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa SMAN 42 Jakarta dalam menonton drama Korea Selatan, dan pengaruh yang diberikan sebesar 66,5%.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

Judul Peneliti	Pengaruh Efektivitas Trailer Film Di Youtube Terhadap Keputusan Menonton Ke Bioskop Film “SUZZANA (2018)” Di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP UNIVERSITAS SRIWIJAYA	The Influence Of Movie Spoilers on Social Media Instagram Towards The Decision to Watch South Korean Drama Shows: Study on SMA Negeri 42 Jakarta
Nama Peneliti	Andi Pratama	Arniza Devita Putri dan Dalilah Adani
Tahun	2019	2021
Teori	Teori Paramater Golden Trailer dan Teori Model Pembelian Sederhana	Teori <i>Uses and Gratification</i>
Metodologi Penelitian	Pendekatan kuantitatif dengan analisis statistik deksriptif dan inferensial	Pendekatan kuantitatif dengan metode survei
Hasil Penelitian	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa

	<p>pengaruh efektivitas trailer film di Youtube terhadap keputusan menonton film Suzzana (2018) dan pengaruh yang diberikan sebesar 58,5% dimana sisanya dipengaruhi oleh faktor lain.</p>	<p>kesan spoiler di media sosial intagram berpengaruh positif dan signifikan terhadap keputusan siswa SMAN 42 Jakarta dalam menonton drama Korea Selatan, dan pengaruh yang diberikan sebesar 66,5%.</p>
Perbedaan	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti pengaruh trailer film di Youtube terhadap keputusan menonton film suzzana dengan teori Parameter Golden Trailer dan teori Model Pembelian Sederhana sedangkan penelitian sekarang peneliti meneliti pengaruh konten spoiler film di Youtube terhadap keputusan menonton</p>	<p>Perbedaan dengan penelitian sebelumnya adalah meneliti pengaruh spoiler film di media sosial Instagram terhadap keputusan menonton drama Korea Selatan dengan teori Uses and Gratification sedangkan penelitian sekarang meneliti pengaruh konten spoiler film di media sosial Youtube terhadap</p>

	film pada penonton channel IQ 7 di Jawa Barat dengan teori New Media.	keputusan menonton film dengan teori New Media.
--	---	--

Sumber: Analisis Peneliti (2021)

2.1.2 Kerangka Konseptual

2.1.2.1 Komunikasi

2.1.2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi secara etimologis berasal dari bahasa latin “*communication*”. Istilah ini berasal dari kata “*communis*” yang artinya sama makna atau sama arti. Hakikat komunikasi adalah proses ekspresi antara manusia yang berarti adalah pikiran dan perasaan seseorang terhadap orang lain yang menggunakan Bahasa sebagai alat penyalurnya. Komunikasi terjadi ketika pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan memiliki arti atau makna yang sama (Effendy, 2003).

Komunikasi adalah suatu bentuk interaksi manusia yang saling mempengaruhi secara sengaja maupun tidak sengaja. Tidak hanya dalam komunikasi verbal, tetapi juga dalam ekspresi wajah, lukisan, seni dan teknologi (Shanon dan Weaver, 1949 dikutip oleh Wiryanto, 2004).

Sedangkan menurut Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul **Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar** menyatakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang yang mengirimkan pesan (komunikator) kepada

penerima pesan (komunikasikan) melalui media dan menghasilkan timbal balik (Mulyana, 2014).

2.1.2.1.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchana Effendi dalam buku berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi menyatakan bahwa Fungsi Komunikasi adalah:

1. Menginformasikan (*to inform*): adalah memberikan informasi kepada masyarakat, menginformasikan kepada masyarakat tentang peristiwa yang terjadi, gagasan (pemikiran dan perilaku orang lain), serta segala sesuatu yang disampaikan oleh orang lain
2. Mendidik (*to educate*): komunikasi dapat dikatakan sebagai sarana pendidikan. Karena dengan komunikasi, manusia dapat menyampaikan gagasan dan pemikirannya orang lain, sehingga orang lain mendapatkan informasi dan pengetahuan.
3. Menghibur (*to entertain*): komunikasi berfungsi sebagai media untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.
4. Mempengaruhi (*to influence*): setiap individu yang berkomunikasi tentunya berusaha untuk saling mempengaruhi jika pikiran komunikasikan dan selanjutnya berusaha mengubah sikap dan perilaku komunikasikan sesuai dengan apa yang diharapkan (Effendy, 2003)

2.1.2.1.3 Proses Komunikasi

Menurut Onong Uchana Effendi dalam buku berjudul Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi (2003) menyatakan bahwa proses komunikasi dibagi menjadi dua perspektif, yaitu:

1. Proses Komunikasi dalam Perspektif Psikologis

Proses komunikasi dari perspektif ini terjadi antara komunikator dan komunikan. Ketika komunikator mencoba menyampaikan pesan kepada komunikan, ada proses di dalam dirinya. Sebuah pesan kepada komunikan, maka proses itu terjadi di dalam dirinya. Sebelumnya ditegaskan bahwa pesan komunikasi terdiri dari dua aspek: isi dan lambang. Isi pesannya bersifat umum, tetapi lambangnya adalah pidato yang bersifat umum. Walter Lippmann menyebut pesan itu "gambar di kepalanya," dan Walter Hageman menyebutnya "isi kesadaran." Proses "mengemas" atau "membungkus" pikiran ke dalam bahasa yang dilakukan komunikator dalam Bahasa komunikasi disebut encoding. Hasil encoding berupa pesan itu kemudian ia transmisikan atau operkan atau kirimkan kepada komunikan. Sekarang giliran komunikan yang terlibat dalam proses komunikasi intrapersonal. Proses dalam komunikan disebut decoding seolah-olah membuka paket atau membungkus pesan yang diterimanya dari komunikator tadi. Isi pesan adalah pemikiran komunikator, maka komunikasi tidak terjadi.

2. Proses Komunikasi dalam Perspektif Mekanistik

Proses ini terjadi ketika komunikator lewat atau "melempar" dengan bibir jika diucapkan atau dengan tangan jika tulisan tertangkap oleh komunikan. Penangkapan pesan dari komunikator oleh komunikan dapat dilakukan dengan indera telinga atau indera mata, atau indera lainnya. Proses komunikasi dalam perspektif ini bersifat kompleks atau rumit.

Karena bersifat situasional, tergantung pada situasi saat komunikasi itu berlangsung. Kadang komunikasinya hanya seorang, maka komunikasi dalam situasi seperti itu disebut komunikasi kelompok, seringkali komunikasi tersebar dalam jumlah yang relative besar sehingga untuk menjangkaunya memerlukan suatu media atau sarana, maka komunikasi dalam situasi seperti itu disebut komunikasi massa. Karena jenis komunikasi yang termasuk komunikasi dalam perspektif mekanistik ini sering menimbulkan masalah, pembahasannya akan dilakukan secara khusus dimasa mendatang. Untuk kejelasan, proses komunikasi dalam perspektif mekanik dapat diklasifikasikan ke dalam proses komunikasi primer dan sekunder.

2.1.2.2 Komunikasi Massa

2.1.2.2.1 Definisi Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah proses dimana seseorang, sekelompok orang, atau organisasi besar menciptakan pesan dan menyampaikannya melalui beberapa jenis media ke audiens yang besar, anonim, dan heterogen. Dalam komunikasi massa, narasumber biasanya adalah komunikator profesional atau organisasi kompleks yang mengeluarkan biaya besar. Umpan balik dalam komunikasi massa umumnya tidak langsung dan tertunda (Littlejohn & Foss, 2009). Komunikasi massa mulai digunakan pada akhir 1930-an, dan karakteristik utamanya sudah dikenal dan tidak berubah sejak itu (McQuail, 2020)

Sedangkan definisi lain, komunikasi massa merupakan komunikasi melalui media massa modern, seperti surat kabar populer, siaran radio, dan televisi

yang disiarkan secara publik dan film yang diputar di bioskop. Komunikasi massa menyampaikan sebuah informasi, ide, dan sikap kepada penerima pesan (komunikan) yang berbeda dalam jumlah yang besar menggunakan media (Effendy, 2003).

Isi pesan komunikasi massa biasanya diproduksi dengan cara massal dan digunakan kembali dalam bentuk yang identik (McQuail, 2010). Komunikasi massa terdiri dari institusi dan teknik dimana kelompok khusus menggunakan perangkat teknologi (pers, radio, film, dll) untuk menyebarkan konten simbolis khalayak yang besar, heterogen dan tersebar luas (Janowitz, 1968 dikutip oleh McQuail, 2010:138).

2.1.2.2.2 Proses Komunikasi Massa

McQuail (2020) menyatakan bahwa komunikasi massa memiliki beberapa proses komunikasi, yaitu:

1. Distribusi dan penerimaan konten dalam skala besar
2. Aliran satu arah
3. Hubungan asimetris antara pengirim dan penerima pesan
4. Hubungan impersonal dan anonim dengan audiens
5. Hubungan kalkulatif atau pasar dengan audiens
6. Standardisasi dan komodifikasi konten.

2.1.2.2.3 Karakteristik Komunikasi Massa

Effendy (2003) menyatakan bahwa mereka yang menggunakan media massa sebagai alat untuk melakukan kegiatan komunikasi perlu memahami karakteristik komunikasi massa, yakni seperti:

1. Komunikasi massa bersifat umum
2. Komunikasi bersifat heterogen
3. Media massa menimbulkan keserempakan
4. Hubungan komunikator dan komunikan tidak bersifat pribadi

2.1.2.3 Konten YouTube

2.1.2.3.1 Definisi Konten

Konten merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat pada halaman situs (Irawan, 2009). Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik.

Sedangkan konten media merupakan produk media massa yang telah dikonstruksi dan dibingkai sesuai dengan orientasi institusi media massa (Arnus, 2018).

2.1.2.3.2 YouTube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang populer dimana para pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi konten video secara gratis. Didirikan pada bulan februari 2005 oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Secara umum video-video di Youtube adalah film, video klip, dan video buatan penggunanya sendiri (*user generated content*) (Faiqah et al., 2016).

YouTube merupakan salah satu media penyebaran informasi yang banyak diminati oleh masyarakat Indonesia. Di Indonesia, sudah banyak orang yang menjadikan Youtube sebagai tempat mencari nafkah dengan menjadi seorang Youtuber. Seorang Youtuber memiliki *channel* yang didalamnya terdapat berbagai konten seperti *vlog*, tutorial, memasak, *review*, *pranks*, musik, dan lain

sebagainya. Tentunya konten yang dipilih oleh seorang Youtuber pasti memiliki ciri khas dan kreativitasnya tersendiri (Cecariyani & Sukendro, 2018)

YouTube memiliki beragam konten yang dapat dinikmati para penggunanya. Berbagai konten kreatif di Youtube berasal dari penggunanya yang mengunggah video ke YouTube. Ada beragam konten kreatif di youtube seperti konten memasak, *make up*, *review*, *prank*, dan juga konten *spoiler* alur film.

2.1.2.3.3 Youtuber

Channel Youtube adalah nama saluran atau sebuah akun di YouTube yang dapat digunakan untuk mengunggah video, mengunduh video, mempublikasikan video yang diunggah, mengomentari dan menyukai video orang lain dan aktivitas lainnya.

Orang yang memiliki *channel*, membuat konten video, menayangkan video dan mencari *subscribers* di Youtube disebut sebagai Youtuber. Sedangkan definisi lain menyatakan bahwa Youtuber adalah seseorang yang bekerja secara mandiri atau berkelompok untuk berbagi konten video, mendapatkan uang dari iklan adsense atau jenis iklan lainnya dan menjadi terkenal dari video yang diunggahnya di Youtube (Mutiah, 2020).

2.1.2.4 Spoiler Film

2.1.2.4.1 Definisi Spoiler

Spoiler secara budaya dianggap sebagai sesuatu yang mengurangi kenikmatan dari sebuah narasi. Spoiler adalah keterangan mengenai suatu cerita yang membocorkan jalan cerita tersebut. Istilah spoiler telah digunakan pada tahun 1981 oleh seorang anggota milis pecinta karya fiksi ilmiah (Tirto.id, 2018).

Menurut Cambridge Dictionary (dalam Tirto.id, 2021) menyatakan bahwa spoiler adalah informasi dalam artikel, surat kabar, blog, dan lain-lain yang menceritakan apa yang terjadi dalam sebuah program, dan dapat merusak kesenangan jika belum pernah melihatnya.

Sedangkan definisi lain, spoiler merupakan menyampaikan informasi penting yang belum waktunya disampaikan tentang sebuah narasi dan dapat merusak kesenangan orang (Hassoun, 2013 dikutip oleh Johnson & Rosenbaum, 2018).

Spoiler memungkinkan pembaca untuk mengatur perkembangan, memprediksi dampak suatu peristiwa, dan menyelesaikan ambiguitas yang terjadi selama membaca (Leavitt & Christenfeld, 2011 dikutip oleh Johnson & Rosenbaum, 2018).

2.1.2.4.2 Film

Film merupakan media massa untuk menyimpan dan menampilkan jenis media gambar bergerak yang menyampaikan konten semiotik (kebanyakan narasi) kepada khalayak (Bruhn & Schirmmacher, 2022).

Effendy (2003:315) menyatakan bahwa film adalah media komunikasi massa yang bersifat audio-visual. Dampak film pada khalayak dapat menimbulkan efek afektif, karena film memiliki kemampuan untuk memasukkan kesan, menampilkan gambar yang jelas, serta memiliki suara.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa spoiler film adalah keterangan mengenai suatu isi film yang membocorkan jalan cerita tersebut.

2.1.2.5 Keputusan Menonton Film

2.1.2.5.1 Definisi Pengambilan Keputusan

Pengambilan keputusan adalah suatu bentuk pilihan dari berbagai alternatif tindakan untuk dipilih, yang prosesnya melalui metode tertentu dan berharap memilih keputusan yang terbaik (Simon, 1993). Sedangkan pengambilan keputusan menurut Terry (2003) merupakan pemilihan alternatif perilaku dari beberapa alternatif tindakan untuk menyelesaikan setiap persoalan yang terjadi dengan memilih satu tindakan diantara alternatif-alternatif yang memungkinkan.

Keputusan menurut Pratiwi (2020) adalah hasil berpikir berupa pemilihan salah satu dari beberapa alternatif yang dapat digunakan untuk memecahkan persoalan yang sedang dihadapi.

2.1.2.5.2 Proses Pengambilan Keputusan

Menurut Simon (1960) proses pengambilan keputusan memiliki beberapa tahapan yang saling berhubungan dan berurutan, yaitu:

1. *Intelligence* (kecerdasan): tahap ini merupakan proses penelusuran dari permasalahan serta proses pengenalan masalah.
2. *Design* (rancangan): tahap ini merupakan proses menemukan dan mengembangkan alternatif. Tahap ini meliputi proses untuk mengerti masalah, menurunkan solusi dan menguji kelayakan solusi.
3. *Choice* (pilihan): pada tahap ini dilakukan proses pemilihan diantara berbagai alternatif tindakan yang mungkin dijalankan.
4. *Implementation* (pelaksanaan): pada tahap ini adalah tahap pelaksanaan dari keputusan yang telah diambil.

2.1.2.5.3 Menonton Film

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) menonton merupakan melihat sebuah pertunjukkan, gambar hidup dan sebagainya. Menonton film merupakan kegiatan melihat atau memperhatikan tayangan sebuah film.

Dari penjelasan diatas, dapat disimpulkan bahwa keputusan menonton film merupakan tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok untuk memilih kegiatan menonton sebuah film.

2.1.3 Kerangka Teoritis

2.1.3.1 *New Media* (Media Baru)

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori *New Media* dari McQuail. Teori *new media* berkaitan dengan komunikasi massa dalam teknologi komunikasi yang baru. Salah satu bentuk dari media baru adalah internet.

Internet (*interconnection and networking*) merupakan jaringan komputer yang tersebar secara luas dan besar, dengan menghubungkan pengguna komputer dari satu negara ke negara lain di seluruh dunia, internet memiliki berbagai sumber informasi mulai dari yang statis hingga dinamis dan interaktif (Aprianto, 2010).

New Media (media baru) merupakan teknologi komunikasi yang berbeda dan memiliki ciri-ciri tertentu. Media baru adalah teknologi yang didigitalkan dan tersedia secara luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi (McQuail, 2010). Media baru perlahan-lahan menjadi kebiasaan yang diprioritaskan, dirutinkan bahkan dijadikan sebagai alat kejahatan (Lievrouw, 2004).

Media baru memberikan partisipasi yang jauh lebih aktif dibandingkan media lama karena pengguna media lama cenderung lebih terisolasi, sedangkan

pengguna media baru lebih terhubung secara sosial karena mereka dapat mengunggah konten mereka sendiri dan memilih jangkauan informasi yang lebih luas (Jenkins dalam Littlejohn dan Foss, 2009:685).

Media baru bersifat desentralisasi, artinya setiap orang memiliki kesempatan untuk berbicara dengan siapa saja. Dalam media baru, pengguna media tidak hanya pasif dalam menerima pesan dari media, tetapi juga dapat menyampaikan pesan kepada siapa saja. Aliran komunikasi media baru berupa komunikasi dua arah, yang memungkinkan adanya umpan balik yang cepat dari khalayak. Umpan balik dapat diterima secara langsung karena sifat media online dan interaktivitas yang tinggi (Arnus, 2018).

McQuail (2010) menyatakan bahwa media baru memiliki beberapa kategori, diantaranya adalah:

1. Media komunikasi antarpribadi: yang terdiri dari telepon, telepon genggam (*handphone*) dan e-mail. Secara umum, konten yang dimiliki bersifat pribadi dan mudah rusak. Media ini lebih mementingkan relasi yang dibangun daripada informasi yang disampaikan.
2. Media permainan interaktif: seperti video game, komputer, dan permainan dalam internet. Inovasi utama terletak pada interaktivitas penggunaannya dan mungkin didominasi oleh 'proses' penggunaan media.
3. Media pencarian informasi: memiliki kategori yang luas, tetapi internet/WWW adalah contoh paling signifikan, internet dipandang

sebagai perpustakaan dan sumber data dengan ukuran, aktualitas, dan aksesibilitas yang belum pernah ada sebelumnya.

4. Media partisipasi kolektif: yaitu penggunaan internet untuk berbagi atau bertukar informasi, ide, pengalaman dan mengembangkan hubungan pribadi yang aktif (diperantarai komputer). Mulai dari hubungan yang hanya sebatas pekerjaan dan sebagainya sampai pada hubungan yang menimbulkan ikatan emosional.
5. Pergantian media penyiaran: yaitu menggunakan media untuk menerima atau mengunduh konten yang biasanya diteruskan atau diedarkan dengan cara yang sama di masa lalu. Seperti, menonton film, menonton program televisi, mendengarkan radio, mendengarkan musik dan lain-lain.

Kategori media baru untuk konten *spoiler* film di YouTube adalah media partisipasi kolektif dan pergantian media penyiaran. Rakhmat (2013) menyatakan ada 7 aspek untuk mengukur efektivitas dari konten *spoiler* film, yaitu:

1. Kredibilitas: Terdiri dari unsur kepercayaan dan keahlian
2. Daya Tarik: Memiliki kesamaan dengan penonton dan keakraban dari komunikator kepada komunikan
3. Kekuasaan Seorang Komunikator: Kemampuan menjadi teladan
4. Isi Konten Menarik Perhatian: Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda
5. Isi Konten Dapat Dimengerti: Bahasa yang digunakan mudah dipahami
6. Isi Konten Dapat Diterima: Memberi informasi dan bersifat menghibur.

2.1.4 Kerangka Pemikiran

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori *New Media*. Teori *New Media* merupakan ide, perasaan, pengalaman, yang diperoleh seseorang melalui kontak dengan media dan saluran komunikasi yang baru, berbeda dan lebih canggih.

Kerangka pemikiran merupakan landasan teori pendukung dalam rangka memberikan jawaban atas pendekatan pemecahan masalah. Dalam penelitian ini, peneliti mengambil dasar pemikiran mengenai “Pengaruh Konten *Spoiler* Film di Channel IQ7 = Terhadap Keputusan Menonton Film Pada Penonton *Channel* YouTube IQ7”. Adapun indikator untuk dimensi konten *spoiler* film (X) menurut Rakhmat (2013) yaitu:

1. Kredibilitas

Kredibilitas konten *spoiler* film di YouTube dari *channel* YouTube IQ 7 menjadi faktor penting dalam mempengaruhi keputusan menonton film pada penonton. Reputasi *channel* tersebut dalam menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya akan mempengaruhi kepercayaan penonton terhadap konten *spoiler* yang disampaikan.

2. Daya Tarik

Daya tarik ini mengacu pada kemampuan konten tersebut untuk menarik perhatian penonton dengan cara yang menarik dan menghibur akan memberikan dampak signifikan terhadap keputusan menonton film mereka.

3. Kekuasaan Seorang Komunikator

Indikator ini mengacu kepada *channel* YouTube IQ 7 sebagai penyaji konten *spoiler* film, memiliki potensi besar untuk menjadi teladan bagi

penonton. Kemampuan *channel* tersebut untuk menginspirasi dan mempengaruhi penontonnya melalui cara penyampaian yang positif akan memengaruhi keputusan menonton film mereka.

4. Isi Konten Menarik Perhatian

Indikator ini mengacu kepada isi konten *spoiler* film yang menarik perhatian dari channel YouTube IQ 7 akan menciptakan minat dan keterlibatan yang tinggi dari penonton. Dengan menyajikan konten yang kreatif dan relevan, *channel* tersebut akan mempengaruhi secara langsung keputusan menonton film para penontonnya.

5. Isi Konten dapat dimengerti

Konten *spoiler* film yang disampaikan oleh *channel* YouTube IQ 7 harus disajikan dengan cara yang jelas, sederhana, dan mudah dipahami oleh penonton. Konten yang dapat dimengerti akan memudahkan penonton untuk mengambil keputusan dalam menonton film yang direkomendasikan oleh *channel* tersebut.

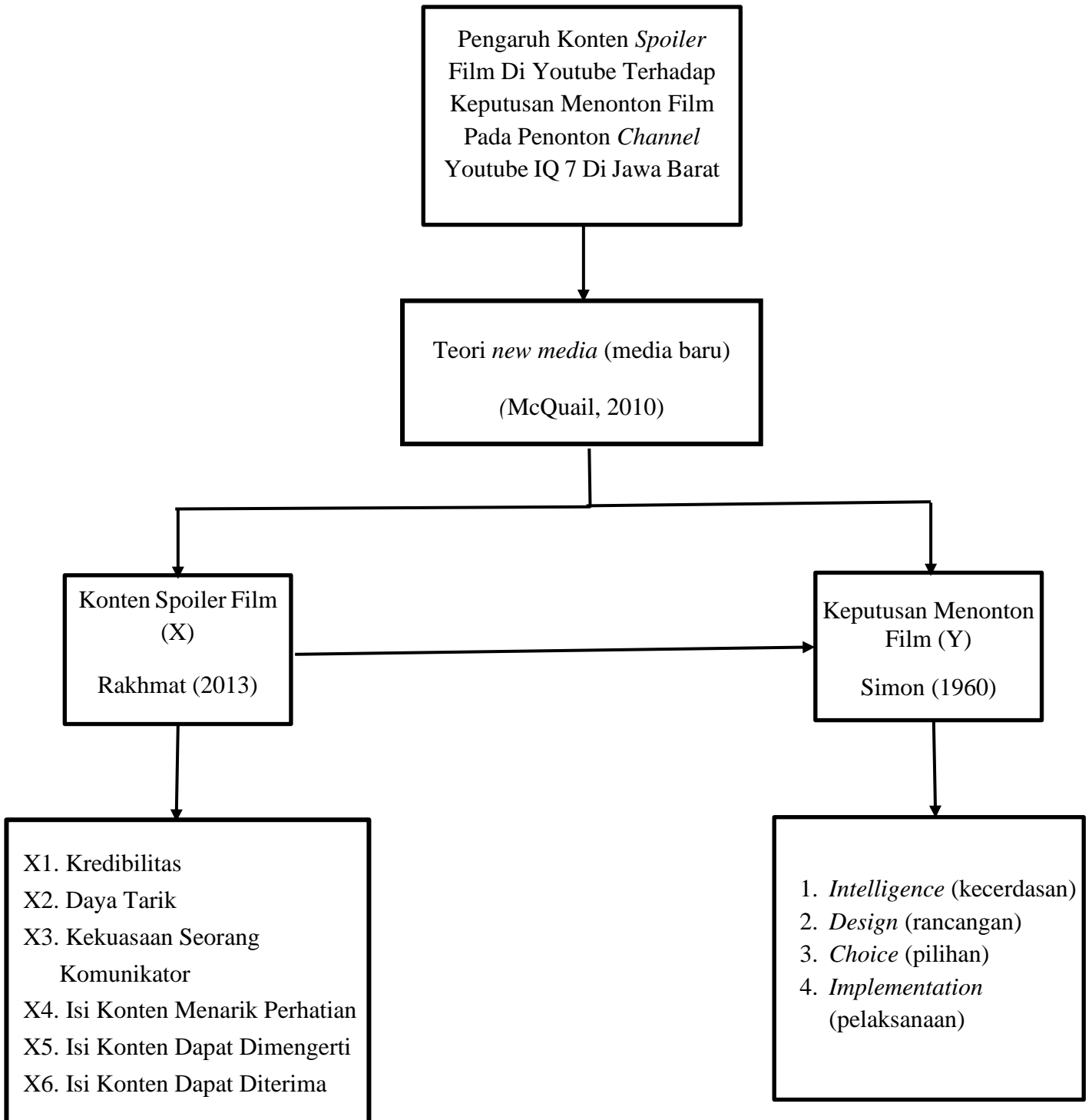
6. Isi Konten dapat Diterima

Indikator ini mengacu pada konten *spoiler* yang disajikan harus sesuai dengan nilai-nilai dan norma yang dianut oleh penonton agar dapat diterima secara moral dan etis.

Untuk memutuskan akan menonton film atau tidak, tentunya akan melewati beberapa proses pengambilan keputusan. Adapun 4 proses pengambilan keputusan menurut Simon (1960) untuk dimensi keputusan menonton film (Y), yaitu:

1. ***Intelligence (kecerdasan)***: pada tahap ini, penonton yang ingin mengetahui gambaran isi film yang ingin ditonton melakukan pencarian informasi tentang film tersebut, misalnya dengan mencari *spoiler* film di media sosial YouTube.
2. ***Design (rancangan/rencana)***: pada tahap ini, penonton menemukan konten *spoiler* film di YouTube dan menonton konten tersebut.
3. ***Choice (pilihan)***: pada tahap ini, penonton memilih keputusan untuk menonton atau tidak menonton film yang sudah dibagikan oleh *channel* YouTube IQ 7.
4. ***Implementation (pelaksanaan)***: pada tahap ini, penonton melakukan tindakan menonton atau tidak menonton film yang sudah dibagikan oleh *channel* YouTube IQ 7.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



2.1.5 Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2013).

Berdasarkan kerangka berpikir diatas, maka dapat dirumuskan hipotesis sebagai berikut:

1. H_1 : Terdapat pengaruh konten *spoiler* film di *channel* Youtube IQ 7 terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* Youtube IQ 7.
2. H_0 : Tidak terdapat pengaruh konten *spoiler* film di *channel* Youtube IQ 7 terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* Youtube IQ 7.

BAB III

SUBJEK, OBJEK, METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Objek dan Metodologi Penelitian

3.1.1 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah sifat keadaan dari suatu benda/orang yang menjadi pusat perhatian dan sasaran penelitian, atau yang hendak diselidiki di dalam kegiatan penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Objek dalam penelitian ini adalah penonton *channel* Youtube IQ 7 di Jawa Barat yang menonton konten *spoiler* film di *channel* Youtube IQ 7.

3.1.2 Metodologi Penelitian

Metodologi penelitian merupakan salah satu faktor yang penting dalam melakukan suatu penelitian, karena pada dasarnya metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Metode penelitian merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013)

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanatif dengan metode pengumpulan data adalah metode survei. Penelitian eksplanatif merupakan penelitian yang bertujuan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel akan populasinya atau juga dapat dikatakan sebagai penelitian yang menjelaskan korelasi, perbedaan, dan pengaruh antar variabel (Bungin, 2017). Sugiyono (2010) menyebutkan bahwasannya penelitian dengan riset eksplanatif digunakan guna mengetahui pengaruh hubungan antar variabel. Peneliti menggunakan tipe penelitian

kuantitatif eksplanatif sebab peneliti hendak menggambarkan terjadinya fenomena, mencoba menjelaskan penyebab fenomena tersebut terjadi dan apa pengaruh yang diberikan. Peneliti hendak menjelaskan hubungan sebab akibat antar variabel dependen dan variabel independen yang ada pada penelitian ini.

Peneliti menggunakan metode survei dengan menjadikan kuisisioner sebagai instrumen utama dalam penelitian ini. Menurut Sugiyono (2018), metode survei merupakan metode yang digunakan pada penelitian kuantitatif untuk mendapatkan data mengenai keyakinan, opini, karakteristik, dan perilaku hubungan variabel. Instrumen pengumpulan data kuisisioner digunakan oleh penelitian guna mendapatkan informasi dari semua responden yang menjadi target penelitian dan diasumsikan telah mewakili populasi tertentu (Kriyantono, 2006). Metode survei dengan menggunakan kuisisioner dipilih oleh peneliti sebab peneliti ingin melihat fenomena dan persepsi responden secara langsung melalui pernyataan-pernyataan sistematis dan terstruktur.

3.2 Variabel Penelitian dan Operasional Variabel

3.2.1 Variabel Penelitian

Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013). Maka dari itu, peneliti menggunakan variabel-variabel sebagai berikut:

1. Variabel Independen (bebas)

Variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi atau menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Dalam

penelitian ini, variabel independen yang digunakan adalah konten spoiler film di Youtube (X) yang memiliki 6 dimensi, yaitu:

- 1) Kredibilitas
 - 2) Daya Tarik
 - 3) Kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan)
 - 4) Isi konten menarik perhatian
 - 5) Isi konten dapat dimengerti
 - 6) Isi konten dapat diterima
2. Variabel Dependen (terikat)

Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Dalam penelitian ini, variabel dependen yang digunakan adalah keputusan menonton film (Y) yang memiliki 4 dimensi, yaitu:

- 1) *Intelligence* (kecerdasan)
- 2) *Design* (rancangan)
- 3) *Choice* (pilihan)
- 4) *Implementation* (pelaksanaan)

3.2.2 Operasional Variabel

Operasional variabel adalah suatu prosedur yang mengubah suatu gagasan menjadi sesuatu yang dapat diukur, menghasilkan suatu konstruk beserta variabel-variabel pengukurannya dan indikator-indikatornya sebagai produk sampingan (Kriyantono, 2020). Pada variabel X digunakannya indikator milik Rakhmat (2013) dan pada variabel Y digunakannya indikator milik Simon (1960) dikarenakan kedua

indikator tersebut adalah indikator yang paling sesuai dengan tujuan peneliti pada penelitian ini.

Untuk memperjelas variabel yang digunakan dalam penelitian ini, maka dikemukakan operasional variabel seperti **Tabel 3.1**

Tabel 3.1 Operasional Variabel

Variabel	Dimensi	Indikator	Skala
Konten Spoiler Film (X)	Kredibilitas	<ul style="list-style-type: none"> Tingkat kepercayaan penonton terhadap informasi yang disampaikan oleh pembuat konten spoiler Persepsi keberimbangan dan keobjektifan dalam penyampaian spoiler film. 	Likert (1-5)
	Daya Tarik	<ul style="list-style-type: none"> Jumlah <i>view</i> pada video spoiler film. Tingkat <i>engagement</i> (komentar & like) dari penonton terhadap video spoiler film. <i>Thumbnail</i> dan Judul pada konten spoiler film. 	Likert (1-5)

	<p>Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pengaruh dan popularitas pembuat konten <i>spoiler</i> di YouTube • Persepsi penonton terhadap pengetahuan pembuat konten <i>spoiler</i> • Kepribadian pembuat konten <i>spoiler</i> film 	<p>Likert (1-5)</p>
	<p>Isi Konten Menarik Perhatian</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Durasi video <i>spoiler</i> film • Tingkat kejelasan struktur cerita yang disampaikan dalam <i>spoiler</i> film • Penggunaan elemen visual/audio yang menarik dalam penyampaian <i>spoiler</i>. 	<p>Likert (1-5)</p>
	<p>Isi Konten Dapat Dimengerti</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kejelasan bahasa dan penjelasan dalam <i>spoiler</i> film • Konsistensi informasi dalam <i>spoiler</i> film 	<p>Likert (1-5)</p>

	Isi Konten Dapat Diterima	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat kesesuaian <i>spoiler</i> dengan ekspektasi penonton • Tingkat kepuasan penonton terhadap <i>spoiler</i> yang disampaikan 	Likert (1-5)
Keputusan Menonton Film (Y)	<i>Intelligence</i> (Kecerdasan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tingkat pemahaman penonton terhadap <i>spoiler</i> film yang disampaikan. • Tingkat kecerdasan dalam menilai apakah <i>spoiler</i> film tersebut menarik perhatian atau tidak. 	Likert (1-5)
	<i>Design</i> (Rancangan)	<ul style="list-style-type: none"> • Persepsi penonton terhadap kualitas produksi <i>spoiler</i> film yang disampaikan. Kejelasan penyampaian <i>spoiler</i> film secara visual dan audio. • Tingkat kepuasan penonton terhadap desain <i>spoiler</i> film yang menarik perhatian. 	Likert (1-5)

	<i>Choice</i> (Pilihan)	<ul style="list-style-type: none"> • Keputusan penonton untuk menonton film setelah melihat <i>spoiler</i> film di YouTube. • Persepsi penonton terhadap relevansi <i>spoiler</i> dengan preferensi film yang ingin ditonton. • Tingkat keyakinan penonton terhadap pilihan menonton film setelah melihat <i>spoiler</i>. 	Likert (1-5)
	<i>Implementation</i> (Pelaksanaan)	<ul style="list-style-type: none"> • Tindakan nyata penonton setelah melihat <i>spoiler</i> film • Faktor-faktor yang memengaruhi pelaksanaan keputusan menonton setelah melihat <i>spoiler</i> film 	Likert (1-5)

Sumber: Diolah oleh Peneliti (2024)

Variabel penelitian ini diukur berdasarkan skala Likert. Sugiyono (2013) menyatakan bahwa dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik

tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan atau pertanyaan. Berikut adalah skala yang telah ditentukan.

Tabel 3.2 Skala Likert

Alternatif Jawaban	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Cukup Setuju (CS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Sugiyono (2013)

3.3 Populasi dan Teknik Sampling

3.3.1 Populasi

Menurut Sugiyono (2013) populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek. Populasi pada penelitian ini adalah penonton konten *spoiler* film *channel* Youtube IQ 7 di Jawa Barat.

3.3.2 Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *Non-probability Sampling*. Menurut Sugiyono (2013) *non-probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang/kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Jenis *non-probability sampling* yang digunakan adalah teknik *sampling purposive*. *Sampling purposive* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2013). Adapun kriteria-kriteria *sample* dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pengguna YouTube di Jawa Barat
2. Pernah menonton video konten spoiler film *channel* YouTube IQ 7 di media sosial YouTube

Sampel dalam penelitian ini tidak diketahui jumlahnya secara pasti dan rinci, maka menurut Sugiyono (2018) perhitungan jumlah sampel dapat menggunakan rumus Cochran, seperti dibawah ini:

$$n = \frac{Z^2 pq}{e^2}$$

Keterangan:

n = Jumlah sampel yang diperlukan

z = Harga dalam kurve normal untuk simpangan 5 % dengan nilai 1,96 %

p = Peluang benar 50% = 0,5

q = Peluang salah 50% = 0,5

e = Tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) 10%

maka:

$$n = \frac{(1,96)^2(0,5)(0,5)}{(0,1)^2} = 96,04$$

Berdasarkan perhitungan tersebut, maka jumlah sampel minimal yang harus digunakan dalam penelitian adalah 96 responden.

3.4 Jenis Data dan Prosedur Pengumpulan Data

3.4.1 Jenis Data

Jenis data yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

Data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data (peneliti). Teknik data primer ini, data diperoleh dengan cara melakukan penelitian langsung ke lapangan maupun terhadap objek yang diteliti guna mendapatkan data (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini data primer yang digunakan adalah metode survey berupa kuesioner yang disebarkan kepada responden.

2. Data Sekunder

Data sekunder adalah sumber yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data (Sugiyono, 2012). Dalam penelitian ini data sekunder diperoleh melalui berbagai sumber antara lain buku, jurnal, internet, hasil riset sebelumnya serta sumber informasi lainnya yang dianggap bermanfaat bagi peneliti.

3.4.2 Prosedur Pengumpulan Data

Dalam upaya untuk memperoleh data-data yang diperlukan, maka peneliti menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yang terdiri dari:

1. Studi Literatur

Studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan membaca atau mempelajari buku-buku, jurnal, internet dan penelitian-penelitian sebelumnya untuk mendukung penelitian yang sedang dilakukan dan memperoleh data sekunder yang berhubungan dengan pengaruh konten spoiler film terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* YouTube IQ 7.

2. Angket

Angket adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara menyebarkan daftar pertanyaan dan pernyataan tentang masalah yang sedang diselidiki dan dikirim secara tertulis kepada responden guna mendapatkan informasi mengenai masalah yang sedang diteliti. Angket disebarkan kepada pengguna YouTube yang pernah menonton *channel* YouTube IQ 7.

3.5 Rancangan Analisis Data dan Uji Validitas dan Reliabilitas Data

3.5.1 Rancangan Analisis Data

Dalam penelitian ini menggunakan metode penelitian yang digunakan untuk menganalisis adalah data deskriptif. Analisis data dilakukan dengan mengolah data hasil survei dalam bentuk kuesioner.

3.5.1.1 Uji Validitas Data

Validitas merupakan data derajat ketepatan antara data yang terjadi pada obyek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti. Dengan demikian, data yang valid adalah data “yang tidak berbeda” antar data yang

dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada obyek penelitian (Sugiyono, 2013).

Dalam mengukur validitas peneliti menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk mengetahui derajat variabel bebas dengan variabel terikat. Formulanya adalah sebagai berikut:

$$r = \frac{n(\sum XY) - (\sum X) \cdot (\sum Y)}{\sqrt{\{n(\sum X^2) - (\sum X)^2\} \cdot \{n(\sum Y^2) - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = Koefisien korelasi

n = Jumlah koresponden

X = Skor total koresponden

Y = Skor total pernyataan masing-masing responden

$\sum X$ = Jumlah skor dalam distribusi X

$\sum Y$ = Jumlah skor dalam distribusi Y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing X

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat masing-masing Y

Untuk menguji validitas dari setiap butir pertanyaan yang ada dalam kuesioner sebelum kuesioner disebarkan kepada responden yang sebenarnya, dilakukan uji coba kuesioner kepada sejumlah 30 orang responden untuk mengetahui baik atau tidaknya kuesioner. Nilai rtabel untuk n = 30 dengan signifikansi sebesar 10% ($\alpha = 0,1$) diperoleh angka 0,3061 (Sugiyono, 2017).

Untuk menafsirkan hasil uji validitas, kriteria yang digunakan adalah:

1. Jika $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka instrumen atau item-item pertanyaan dinyatakan valid.
2. Jika $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrument atau item-item pertanyaan dinyatakan tidak valid.

3.5.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas adalah memastikan disetiap pengukuran menggunakan objek yang sama akan menghasilkan data yang sama, yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variabel penelitian yang reliabel atau tidak. Uji reliabilitas sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama (Sugiyono, 2012).

Pada penelitian ini, uji reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Teknik Alpha Cronbach. Rumus koefisien reliabilitas Alpha Cronbach adalah sebagai berikut:

$$r_{11} = \left(\frac{n}{n-1} \right) + \left(1 - \frac{\sum \sigma t^2}{\sigma t^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = koefisien reliabilitas

n = banyaknya jumlah pernyataan/item

$\sum \sigma t^2$ = jumlah variasi skor item

σt^2 = variasi total

Jika instrumen itu valid, maka kriteria penafsiran mengenai indeks r_{11} sebagai berikut:

Tabel 3. 3 Tingkat Reliabilitas Berdasarkan Nilai Alpha

Besarnya r	Tingkat Reliabilitas
Antara 0.00 sampai dengan 0.20	Kurang Reliabel
Antara 0.20 sampai dengan 0.40	Agak Reliabel
Antara 0.40 sampai dengan 0.60	Cukup Reliabel
Antara 0.60 sampai dengan 0.80	Reliabel
Antara 0.80 sampai dengan 1.00	Sangat Reliabel

Sumber: Arikunto (2010)

Dalam pengujian data uji reliabilitas, penulis menggunakan SPSS 29.

3.5.2 Analisis Uji Asumsi Klasik

3.5.2.1 Uji Normalitas

Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah residual berdistribusi normal atau memiliki hubungan antara kesalahan pengganggu dengan salah satu model regresi linier (Ghozali, 2018). Sunyoto (2016) juga menjelaskan bahwa data untuk variabel bebas (X) dan variabel dependen (Y) dalam persamaan regresi yang dihasilkan, diuji dengan menggunakan uji normalitas. Pengujian tersebut untuk melihat apakah model regresi berdistribusi normal atau tidak. Model regresi dapat dikatakan baik apabila memiliki distribusi yang normal atau mendekati normal. Diungkapkan oleh Ghozali (2017), residu dapat diprediksi berdistribusi normal atau tidak dengan dua cara yakni melalui analisis grafis dan statistik.

1. Analisis Grafik

Dengan membandingkan histogram data pengamatan dengan distribusi yang mirip dengan distribusi normal, analisis grafik merupakan salah satu cara paling sederhana untuk menentukan normalitas. Analisis grafik memiliki dasar pengambilan keputusan yang dijelaskan sebagai berikut:

- a) Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan bergerak searah dengan garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi menganut asumsi normalitas.
- b) Jika data menyebar jauh dari sekitar garis diagonal ataupun tidak bergerak searah dengan garis diagonal atau grafik histogramnya maka model regresi tidak menganut asumsi normalitas.

2. Analisis Statistik non-parametrik Uji Kolmogrof Smirnov (KS)

Pada analisis statistik sama halnya dengan analisis grafis yakni juga memiliki dasar pengambilan keputusan. Menurut Suliyanto (2011), apakah model 86 regresi telah memenuhi asumsi normalitas atau belum dapat dilihat dari dasar pengambilan keputusan berikut:

- a. Jika nilai Sig > 0,05 maka nilai residual dikatakan berdistribusi normal.
- b. Jika nilai Sig < 0,05 maka nilai residual dikatakan tidak terdistribusi normal.

Pada penelitian ini, digunakannya analisis statistic non-parameterik uji Kolmogrof-Smirnov (KS) sebagai salah satu metode untuk melihat apakah residual berdistribusi normal atau tidak

3.5.3 Uji Regresi

3.5.3.1 Uji Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah terjadi hubungan yang positif atau negatif serta bertujuan dalam memprediksi nilai dari variabel dependen jika nilai dari variabel independen mengalami penurunan atau kenaikan (Fatmawati & Lubis, 2020). Data yang digunakan perlu memiliki skala pengukuran sekurang-kurangnya interval dan berdistribusi normal mengingat sifat dari analisis regresi linier sederhana ini adalah parametrik. Menurut Sugiyono (2018), regresi linier sederhana memiliki persamaan umum sebagai berikut:

$$Y = a + bx$$

Keterangan:

Y: Subjek pada variabel dependen yang diprediksi

a: Harga Y, apabila harga X = 0 (harga konstan)

b: Angka arah atau koefisien regresi yang memperlihatkan angka penurunan atau peningkatan variabel dependen dengan didasari pada variabel independen. Apabila b (+) maka naik dan sebaliknya apabila (-) maka terjadinya penurunan.

X: Subjek pada variabel independen dengan memiliki nilai tertentu.

Dasar pengambilan keputusan dalam uji regresi linier sederhana dapat dilihat dari dua hal berikut, yaitu:

1. Membandingkan nilai signifikansi dengan nilai probabilitas 0,05.

- a) Apabila nilai signifikansi $< 0,05$, artinya variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y.
 - b) Apabila nilai signifikansi $> 0,05$, artinya variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.
2. Membandingkan nilai t hitung dengan t tabel
- a) Apabila nilai thitung $>$ ttabel, artinya variabel X memiliki pengaruh terhadap variabel Y.
 - b) Apabila nilai thitung $<$ ttabel, artinya variabel X tidak memiliki pengaruh terhadap variabel Y.

3.5.4 Uji Koefisien

3.5.4.1 Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Koefisien determinasi merupakan alat yang digunakan untuk menilai seberapa baik model dapat menjelaskan variasi dalam variabel independen. Koefisien determinasi berusaha untuk mengukur sejauh mana variabel independen dapat berdampak pada variabel dependen (Ghozali, 2017). Dalam penelitian ini, uji koefisien determinasi digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh konten spoiler YouTube (X) terhadap keputusan menonton film (Y). Nilai R^2 memiliki jarak antara 0 sampai 1 ($0 < R^2 < 1$).

Semakin nilai R^2 mendekati angka 1 (semakin besar) maka semakin baik pula hasil pada model regresi sebab variabel independen dapat menjelaskan fluktuasi variabel dependen dengan kuat, sebaliknya jika nilai R^2 semakin mendekati 0 (semakin kecil), hal tersebut mengartikan bahwasannya variabel independen memiliki keterbatasan dalam menjelaskan variabel dependen

(Sulaiman, 2004). Adapun rumus guna menghitung nilai koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$KD = R^2 \times 100\%$$

Keterangan:

KD: Koefisien Determinasi

R^2 : Kuadrat koefisien korelasi

3.5.5 Uji Hipotesis

3.5.5.1 Uji Hipotesis Parsial (Uji T)

Digunakan untuk menguji berarti atau tidaknya hubungan variabel-variabel independen Konten *Spoiler* Film di YouTube (X) dengan variabel dependen Keputusan Menonton Film (Y). Langkah-langkah pengajuannya menurut Ghozali (2016) adalah sebagai berikut:

1. Menentukan Formulasi Hipotesis
 - (1) $H_0 : \beta_i = 0$, artinya variabel X tidak mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.
 - (2) $H_1 : \beta_i \neq 0$, artinya variabel X mempunyai pengaruh yang signifikan secara parsial terhadap variabel Y.
2. Menentukan derajat kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$)
3. Menentukan signifikansi
 - (1) Nilai signifikansi (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima.
 - (2) Nilai signifikansi (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

4. Membuat kesimpulan

(1) Bila (P Value) $< 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Artinya variabel independen secara parsial mempengaruhi variabel dependen.

(2) Bila (P Value) $> 0,05$ maka H_0 diterima dan H_1 ditolak. Artinya variabel secara independen secara parsial tidak mempengaruhi variabel dependen.

3.6 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian akan dilakukan sesuai dengan lokasi informan dan secara online melalui media sosial.

3.7 Jadwal Penelitian

Kegiatan	2022 – 2024						
	Okt- Des 2022	Jan- Des 2023	Jan- Apr 2024	Mei 2024	Juni 2024	Juli 2024	Agu 2024
Observasi Awal	■						
Pengajuan Judul	■						
Perizinan	■						
Studi Kepustakaan			■				
Seminar Outline				■			
Mengumpulkan Data dan Mengolah Data					■		
Sidang Skripsi							■

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Gambaran Objek Penelitian

Channel YouTube "IQ 7" adalah salah satu kanal populer di Indonesia yang fokus pada ulasan alur cerita film. Dimiliki oleh Jon Aris, channel ini menarik perhatian dengan gaya narasi yang menggunakan campuran bahasa Indonesia dan Sunda, serta membahas berbagai genre film termasuk aksi, horor, dan komedi (DepostJabar.com, 2024). *Channel* ini dikenal karena menyajikan konten dengan pembawaan yang lucu dan menghibur, yang menjadikannya favorit di kalangan penonton. Pada puncak popularitasnya, IQ 7 memiliki lebih dari 5 juta *subscribers* dan memperoleh pendapatan yang signifikan dari iklan AdSense serta dukungan produk (DepostJabar.com, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten *spoiler* film yang disajikan di *channel* YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* tersebut. Penelitian ini melibatkan 100 responden yang telah dipilih melalui proses penyebaran kuesioner. Penonton *channel* YouTube IQ 7 menjadi objek penelitian untuk mengidentifikasi bagaimana *spoiler* yang disajikan dalam video-video di *channel* tersebut mempengaruhi minat dan keputusan mereka dalam menonton film yang dibahas. Melalui analisis data yang diperoleh dari responden, penelitian ini berusaha memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai efek *spoiler* terhadap perilaku menonton film dan bagaimana konten yang disajikan di platform digital seperti YouTube dapat memengaruhi preferensi dan keputusan audiens. Berikut gambaran responden pada penelitian ini:

Tabel 4. 1 Gambaran Responden Penelitian

Mengetahui Channel Youtube IQ 7	Jumlah	Frekuensi
Iya	73	73,3%
Sekedar Tahu	27	26,7%
Total	100	100,0%
Status Keanggotaan	Jumlah	Frekuensi
Hanya Penonton	74	73,3%
Subscribers channel YouTube IQ 7	26	26,7%
Total	100	100,0%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.1 yang menampilkan gambaran responden penelitian, diketahui bahwa mayoritas responden, yaitu sebanyak 73 orang atau 73,3%, mengaku mengetahui *channel* YouTube IQ 7 dengan baik. Sisanya, sebanyak 27 orang atau 26,7%, hanya sekedar tahu mengenai *channel* tersebut. Selanjutnya, terkait status keanggotaan, data menunjukkan bahwa 74 responden atau 73,3% adalah hanya penonton tanpa status keanggotaan khusus, sementara 26 responden atau 26,7% merupakan *subscribers channel* YouTube IQ 7. Dari total 100 responden, ini menunjukkan bahwa sebagian besar audiens yang terlibat dalam penelitian ini memiliki pengetahuan yang cukup tentang *channel* tersebut, meskipun tidak semuanya merupakan *subscribers*.

4.2 Profil Responden

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

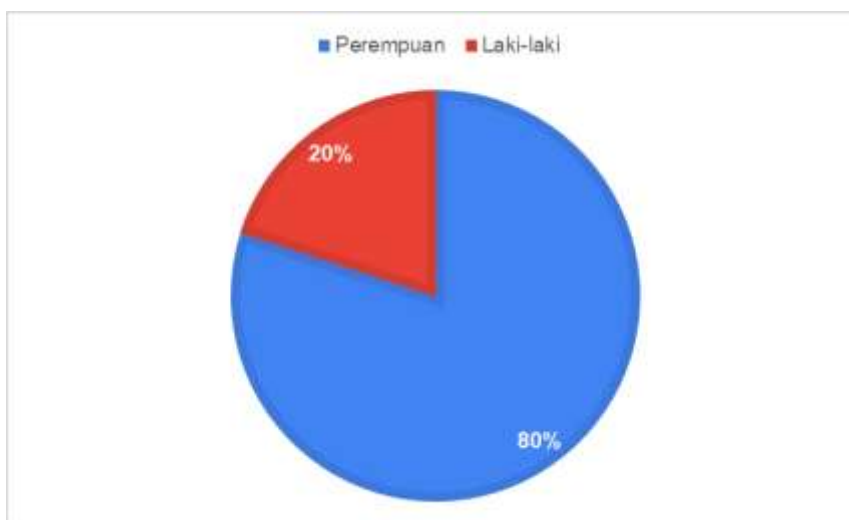
Jenis Kelamin	Jumlah	Frekuensi
Perempuan	80	80%
Laki-laki	20	20%
Total	100	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.2 mengenai karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin, dapat diketahui bahwa mayoritas responden penelitian ini adalah perempuan, dengan jumlah 80 orang atau sekitar 80% dari total responden. Sementara itu, responden laki-laki hanya berjumlah 20 orang atau sekitar 20% dari keseluruhan responden. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang. Proporsi yang lebih besar dari responden perempuan menunjukkan adanya ketertarikan yang lebih dominan dari kalangan perempuan terhadap konten yang disajikan oleh *channel* YouTube IQ 7.

Hal ini dapat memberikan wawasan penting mengenai demografi penonton utama *channel* tersebut, yang mayoritas terdiri dari perempuan. Informasi ini penting untuk memahami bagaimana preferensi dan keputusan menonton film mungkin dipengaruhi oleh gender, serta bagaimana strategi konten dapat disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan dan minat penonton yang dominan. Berikut adalah gambaran diagram karakteristik responden berdasarkan jenis kelamin:

Gambar 4.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Tabel 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Frekuensi
13-20	14	14%
21-30	76	76%
31-40	5	5%
41-45	5	5%
Total	100	100%

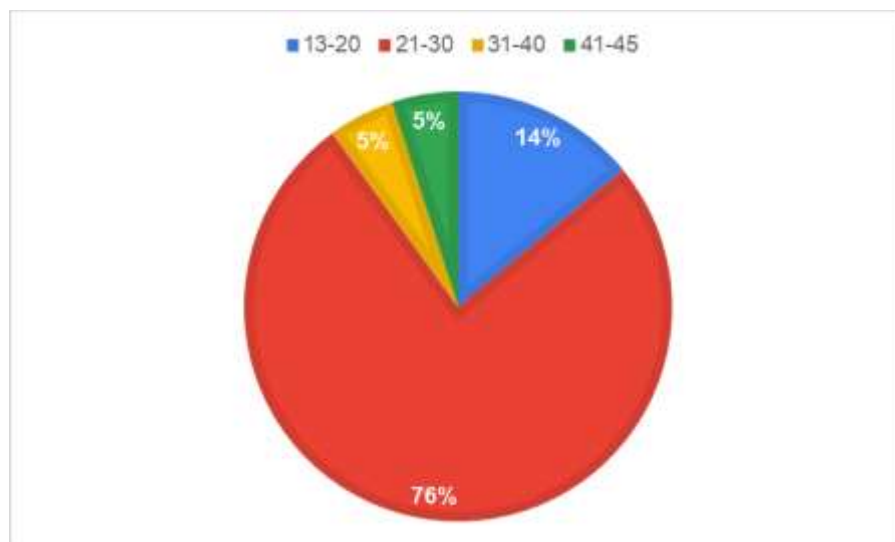
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.3 mengenai karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat bahwa mayoritas responden berada dalam rentang usia 21-30 tahun, dengan jumlah 76 orang atau sekitar 76% dari total responden. Kelompok usia 13-20 tahun menyusul dengan 14 orang atau 14% dari keseluruhan responden. Sementara itu, responden dalam rentang usia 31-40 tahun hanya berjumlah 5 orang

atau 5%, dan kelompok usia 41-45 tahun berjumlah 5 orang atau sekitar 5% dari total responden. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Proporsi yang sangat dominan dari responden berusia 21-30 tahun menunjukkan bahwa penonton utama *channel* YouTube IQ 7 adalah generasi muda dewasa. Informasi ini penting untuk memahami dinamika audiens, di mana preferensi dan perilaku menonton film cenderung didominasi oleh kelompok usia muda dewasa. Hal ini juga memberikan wawasan bagi pengelola *channel* untuk terus mengembangkan konten yang relevan dan menarik bagi demografi usia yang paling aktif dan dominan. Berikut adalah gambaran diagram karakteristik responden berdasarkan usia:

Gambar 4. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

4.2.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Tabel 4.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Status

Status	Jumlah	Frekuensi
Bisnis	1	1%
Ibu rumah tangga	1	1%
Pekerja	38	38%
Mahasiswa	60	60%
Total	100	100%

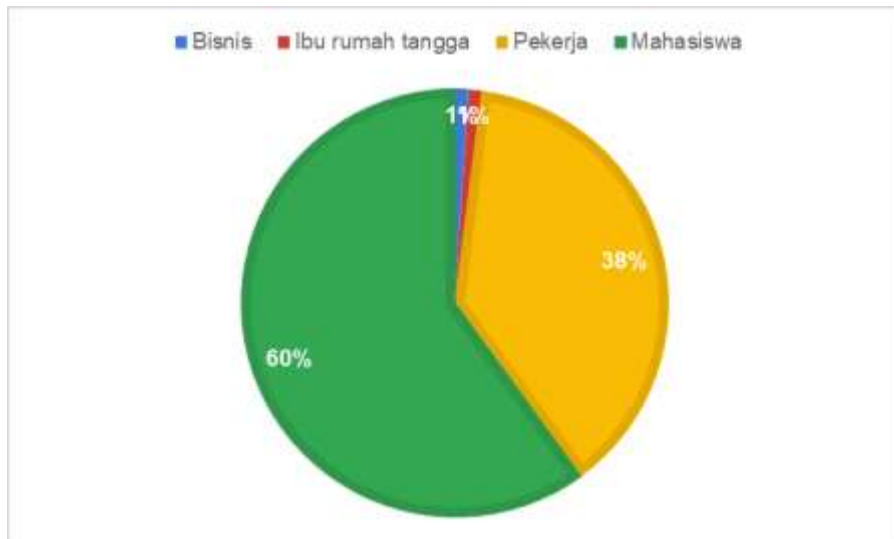
Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.4 mengenai karakteristik responden berdasarkan status, dapat dilihat bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa, dengan jumlah 60 orang atau sekitar 60% dari total responden. Kelompok responden yang berstatus pekerja merupakan yang kedua terbesar, dengan jumlah 38 orang atau sekitar 38%. Responden yang berstatus bisnis dan ibu rumah tangga masing-masing hanya berjumlah 1 orang atau sekitar 1% dari total responden. Total keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 101 orang. Dominasi responden mahasiswa menunjukkan bahwa penonton utama *channel* YouTube IQ 7 adalah kalangan akademis, yang mungkin memiliki lebih banyak waktu luang untuk menonton konten di YouTube.

Informasi ini penting untuk memahami segmentasi audiens berdasarkan status, yang menunjukkan bahwa sebagian besar penonton berasal dari kalangan yang sedang menempuh pendidikan tinggi. Hal ini dapat memberikan wawasan bagi pengelola channel untuk menciptakan konten yang lebih relevan dan menarik bagi mahasiswa, serta mempertimbangkan bagaimana topik-topik tertentu dapat

lebih disesuaikan dengan minat dan kebutuhan kelompok tersebut. Berikut adalah gambaran diagram karakteristik responden berdasarkan status:

Gambar 4.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Status



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

4.2.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

Tabel 4.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili

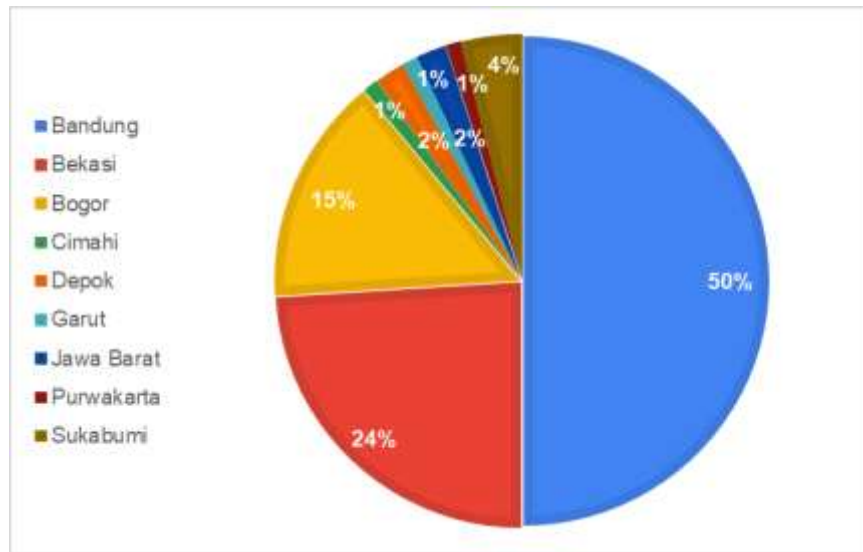
Domisili	Jumlah	Frekuensi
Bandung	50	50%
Bekasi	24	24%
Bogor	15	15%
Cimahi	1	1%
Depok	2	2%
Garut	1	1%
Jawa Barat	2	2%
Purwakarta	1	1%
Sukabumi	4	4%
Total	100	100%

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.5 mengenai karakteristik responden berdasarkan domisili di Jawa Barat terlihat bahwa mayoritas responden berasal dari Bandung, dengan jumlah 50 orang atau sekitar 50% dari total responden. Bekasi menjadi domisili kedua terbesar dengan 24 orang atau sekitar 24%. Bogor menempati posisi ketiga dengan 15 responden atau sekitar 15% dari keseluruhan responden. Responden dari kota-kota lain seperti Cimahi, Garut, dan Purwakarta masing-masing hanya berjumlah 1 orang atau sekitar 1%. Selain itu, terdapat 3 responden dari Depok (3%), 2 responden dari Jawa Barat (2%), dan 3 responden dari Sukabumi (3%). Total keseluruhan responden dalam penelitian ini adalah 100 orang.

Mayoritas responden yang berdomisili di Bandung menunjukkan bahwa penonton utama *channel* YouTube IQ 7 sebagian besar berasal dari kota ini. Hal ini bisa jadi dipengaruhi oleh kedekatan geografis atau hubungan emosional dengan pemilik *channel* yang mungkin juga berdomisili atau memiliki pengaruh kuat di Bandung. Informasi ini penting untuk memahami distribusi geografis audiens, yang dapat memberikan wawasan bagi pengelola *channel* dalam mengembangkan strategi pemasaran dan konten yang lebih efektif, serta mempertimbangkan acara atau kegiatan *offline* di kota-kota dengan jumlah penonton. Berikut adalah gambaran diagram karakteristik responden berdasarkan domisili:

Gambar 4. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Domisili



Sumber: Olahan Peneliti, 2024

4.3 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel

4.3.1 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film

(X)

Dalam analisis terhadap tanggapan responden mengenai variabel konten *spoiler* film (X), beberapa dimensi penting telah diidentifikasi untuk mengevaluasi pengaruh dan kualitas konten tersebut. Dimensi-dimensi ini meliputi kredibilitas, yang mengukur sejauh mana sumber konten dapat dipercaya oleh audiens; daya tarik, yang menilai seberapa menarik konten tersebut bagi penonton; serta kekuasaan seorang komunikator, yang mencerminkan kemampuan komunikator dalam menjadi teladan dan memengaruhi audiens.

Selain itu, dimensi lain yang tidak kalah penting adalah isi konten yang menarik perhatian, dimana konten harus mampu memikat dan mempertahankan minat penonton; isi konten yang dapat dimengerti, memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami dengan jelas oleh audiens; dan isi konten yang dapat

diterima, yang mengevaluasi seberapa baik konten tersebut diterima oleh audiens. Dengan mengevaluasi dimensi-dimensi ini, dapat diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai efektivitas konten *spoiler* film dalam memengaruhi persepsi dan tanggapan audiens.

A. Kredibilitas

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi kredibilitas menjadi aspek penting yang dievaluasi. Kredibilitas mengukur sejauh mana sumber konten *spoiler* dapat dipercaya oleh audiens, mencakup keandalan sumber informasi, konsistensi dalam menyajikan fakta, dan reputasi komunikator. Konten yang dianggap kredibel cenderung lebih berpengaruh, karena penonton lebih mungkin mempercayai dan menerima informasi yang disampaikan. Analisis skor kredibilitas dari responden memberikan wawasan mengenai efektivitas konten *spoiler* dalam membangun kepercayaan dan memengaruhi persepsi audiens terhadap film.

Tabel 4. 6 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Kredibilitas

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya percaya informasi spoiler film yang disampaikan oleh narator channel YouTube IQ 7.	4	6	7	51	32	4,01
Penyampaian narator spoiler film channel YouTube IQ 7 bersifat seimbang dan objektif.	4	7	6	57	26	3,94
Rata-rata Pernyataan Dimensi Kredibilitas						3,98

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.6 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi kredibilitas, terlihat bahwa responden umumnya memberikan nilai yang cukup tinggi terhadap kredibilitas informasi yang disampaikan oleh narator *channel* YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Saya percaya informasi *spoiler* film yang disampaikan oleh narator *channel* YouTube IQ 7," memperoleh rata-rata skor 4,01, menunjukkan bahwa mayoritas responden cukup mempercayai informasi yang disampaikan. Pernyataan kedua, "Penyampaian narator *spoiler* film *channel* YouTube IQ 7 bersifat seimbang dan objektif," memperoleh rata-rata skor 3,94, yang juga menunjukkan bahwa responden menilai penyampaian informasi narator sebagai cukup seimbang dan objektif. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi kredibilitas adalah 3,98, mengindikasikan bahwa narator *channel* YouTube IQ 7 dianggap memiliki tingkat kredibilitas yang baik oleh para responden.

B. Daya Tarik

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi daya tarik merupakan aspek penting yang perlu dievaluasi. Daya tarik mengukur seberapa menarik konten *spoiler* bagi audiens, mencakup faktor-faktor seperti kreativitas, penyajian visual, dan relevansi informasi yang disampaikan. Konten yang memiliki daya tarik tinggi cenderung lebih efektif dalam menarik perhatian penonton dan mempertahankan minat mereka. Analisis skor daya tarik dari responden akan memberikan wawasan mengenai seberapa baik konten *spoiler* berhasil memikat dan menghibur audiens, serta potensi pengaruhnya terhadap persepsi mereka terhadap film tersebut.

Tabel 4. 7 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Daya Tarik

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Jumlah <i>view</i> pada konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> YouTube IQ 7 tinggi.	3	8	10	43	36	4,01
Tingkat <i>engagement</i> (komentar & like) pada konten <i>channel</i> IQ 7 tinggi.	5	5	12	50	28	3,91
<i>Thumbnail</i> dan judul pada konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7 menarik bagi saya.	4	5	11	51	29	3,96
Rata-rata Pernyataan Dimensi Daya Tarik						3,96

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.7 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi daya tarik, terlihat bahwa responden memberikan nilai yang cukup positif terhadap daya tarik konten dari *channel* YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Jumlah *view* pada konten *spoiler* film *channel* YouTube IQ 7 tinggi," memperoleh rata-rata skor 4,01, menunjukkan bahwa banyak responden setuju bahwa konten tersebut banyak ditonton. Pernyataan kedua, "Tingkat *engagement* (komentar & like) pada konten *channel* IQ 7 tinggi," memperoleh rata-rata skor 3,91, menunjukkan bahwa responden menganggap tingkat interaksi pada konten tersebut cukup tinggi.

Pernyataan ketiga, "*Thumbnail* dan judul pada konten *spoiler* film *channel* IQ 7 menarik bagi saya," memperoleh rata-rata skor 3,96, yang menunjukkan bahwa banyak responden merasa tertarik dengan tampilan visual dan judul konten. Secara

keseluruhan, rata-rata skor dimensi daya tarik adalah 3,96, mengindikasikan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 dinilai memiliki daya tarik yang baik oleh para responden.

C. Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan)

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi kekuasaan seorang komunikator, atau kemampuan menjadi teladan, adalah aspek penting yang perlu diperhatikan. Dimensi ini mengukur sejauh mana komunikator mampu mempengaruhi audiens melalui keteladanan dan otoritasnya. Seorang komunikator yang dianggap memiliki kekuasaan biasanya memiliki pengetahuan yang luas, reputasi yang baik, dan kemampuan untuk memengaruhi pendapat audiens. Analisis skor kekuasaan dari responden akan memberikan wawasan mengenai efektivitas komunikator dalam menyampaikan konten *spoiler*, serta dampaknya terhadap persepsi dan penerimaan audiens terhadap film tersebut.

Tabel 4. 8 Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan)

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
<i>Channel</i> IQ 7 memiliki popularitas yang tinggi di YouTube dalam konten <i>spoiler</i> film.		7	14	48	31	4,03
Narator <i>channel</i> IQ 7 memiliki pengetahuan tentang isi film yang menarik bagi saya.	4	4	13	40	39	4,06

Narator <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7 memiliki selera humor yang baik.	5	6	13	49	27	3,87
Rata-rata Pernyataan Dimensi Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan)						3,99

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.8 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi kekuasaan seorang komunikator (kemampuan menjadi teladan), terlihat bahwa responden memberikan nilai yang cukup tinggi terhadap kemampuan narator *channel* YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "*Channel* IQ 7 memiliki popularitas yang tinggi di YouTube dalam konten *spoiler* film," memperoleh rata-rata skor 4,03, menunjukkan bahwa banyak responden mengakui popularitas *channel* tersebut. Pernyataan kedua, "Narator *channel* IQ 7 memiliki pengetahuan tentang isi film yang menarik bagi saya," memperoleh rata-rata skor 4,06, menunjukkan bahwa responden menganggap narator memiliki pengetahuan yang menarik.

Pernyataan ketiga, "Narator *spoiler* film *channel* IQ 7 memiliki selera humor yang baik," memperoleh rata-rata skor 3,87, menunjukkan bahwa selera humor narator juga dihargai meskipun sedikit lebih rendah dari dua pernyataan sebelumnya. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi kekuasaan seorang komunikator adalah 3,99, mengindikasikan bahwa narator *channel* YouTube IQ 7 dinilai memiliki kemampuan menjadi teladan yang baik oleh para responden.

D. Konten Menarik Perhatian

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi isi konten menarik perhatian menjadi aspek penting yang dievaluasi.

Dimensi ini mengukur sejauh mana konten *spoiler* mampu memikat dan mempertahankan minat audiens. Faktor-faktor yang berkontribusi terhadap daya tarik ini termasuk keunikan, relevansi, dan cara penyajian informasi. Konten yang menarik perhatian cenderung lebih efektif dalam menyampaikan pesan dan menjaga keterlibatan penonton. Analisis skor dari responden terkait isi konten yang menarik perhatian akan memberikan wawasan mengenai seberapa baik konten *spoiler* berhasil dalam menarik minat dan memengaruhi persepsi audiens terhadap film tersebut.

Tabel 4. 9 Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Isi Konten Menarik Perhatian

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Durasi video konten <i>spoiler</i> film channel IQ 7 cukup bagi saya.	3	8	12	51	26	3,89
Struktur cerita dalam video konten <i>spoiler</i> film channel IQ 7 tersampaikan dengan jelas.	1	10	16	47	26	3,87
Penggunaan elemen visual/audio dalam video konten <i>spoiler</i> film channel IQ 7 menarik.	3	7	14	40	36	3,99
Rata-rata Pernyataan Dimensi Isi Konten Menarik Perhatian						3,92

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.9 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi isi konten menarik perhatian, terlihat bahwa responden memberikan nilai yang cukup positif terhadap daya tarik isi konten dari channel YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Durasi video konten

spoiler film *channel* IQ 7 cukup bagi saya," memperoleh rata-rata skor 3,89, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa durasi video sudah sesuai. Pernyataan kedua, "Struktur cerita dalam video konten *spoiler* film *channel* IQ 7 tersampaikan dengan jelas," memperoleh rata-rata skor 3,87, menunjukkan bahwa struktur cerita dalam video dianggap jelas oleh responden. Pernyataan ketiga, "Penggunaan elemen visual/audio dalam video konten *spoiler* film *channel* IQ 7 menarik," memperoleh rata-rata skor 3,99, menunjukkan bahwa elemen visual dan audio dalam video dinilai menarik. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi isi konten menarik perhatian adalah 3,92, mengindikasikan bahwa isi konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 dinilai cukup menarik perhatian oleh para responden.

E. Isi Konten Dapat Dimengerti

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi isi konten dapat dimengerti menjadi aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur sejauh mana konten *spoiler* disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Aspek-aspek yang mempengaruhi pemahaman ini meliputi penggunaan bahasa yang sederhana, struktur informasi yang logis, dan kejelasan pesan yang disampaikan. Konten yang dapat dimengerti cenderung lebih efektif dalam menyampaikan informasi dan meminimalkan kebingungan di kalangan penonton. Analisis skor dari responden terkait isi konten yang dapat dimengerti akan memberikan wawasan mengenai seberapa baik konten *spoiler* berhasil dalam menyampaikan pesan dengan jelas dan memengaruhi persepsi audiens terhadap film tersebut.

**Tabel 4. 10 Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten
Spoiler Film dimensi Isi Konten Dapat Dimengerti**

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Bahasa yang digunakan dalam konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7 mudah dipahami.	3	8	8	45	36	4,03
Narator <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7 konsisten dalam menyampaikan isi film yang sedang dibahas.	3	6	9	37	45	4,15
Rata-rata Pernyataan Dimensi Isi Konten Dapat Dimengerti						4,09

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.10 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi isi konten dapat dimengerti, terlihat bahwa responden memberikan nilai yang sangat positif terhadap kejelasan dan pemahaman konten dari *channel* YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Bahasa yang digunakan dalam konten *spoiler* film *channel* IQ 7 mudah dipahami," memperoleh rata-rata skor 4,03, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa bahasa yang digunakan cukup mudah dipahami.

Pernyataan kedua, "Narator *spoiler* film *channel* IQ 7 konsisten dalam menyampaikan isi film yang sedang dibahas," memperoleh rata-rata skor 4,15, menunjukkan bahwa narator dinilai sangat konsisten dalam menyampaikan isi film. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi isi konten dapat dimengerti adalah 4,09, mengindikasikan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 dinilai sangat jelas dan mudah dipahami oleh para responden.

F. Isi Konten Dapat Diterima

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel konten *spoiler* film, dimensi isi konten dapat diterima menjadi aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur sejauh mana konten yang disampaikan dapat diterima oleh audiens, baik dari segi relevansi, kesesuaian dengan ekspektasi penonton, maupun penerimaan emosional terhadap isi *spoiler*. Evaluasi ini penting untuk memahami apakah konten tersebut sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai audiens, serta apakah konten tersebut berhasil memenuhi atau bahkan melebihi harapan penonton. Analisis skor dari responden terkait dimensi isi konten dapat diterima akan memberikan wawasan mengenai seberapa baik konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 diterima oleh audiensnya.

Tabel 4. 11 Tanggapan Responden dan Analisis Skor Variabel Konten Spoiler Film dimensi Isi Konten Dapat Diterima

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya puas dengan <i>spoiler</i> film yang disampaikan dalam konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> YouTube IQ 7.	6	5	7	36	46	4,11
Saya mengerti isi film setelah menonton video konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7.	5	4	4	31	55	4,24
Rata-rata Pernyataan Dimensi Isi Konten Dapat Diterima						4,18

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.11 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel konten *spoiler* film pada dimensi isi konten dapat diterima, terlihat bahwa responden memberikan nilai yang sangat positif terhadap penerimaan konten dari

channel YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Saya puas dengan *spoiler* film yang disampaikan dalam konten *spoiler* film *channel* YouTube IQ 7," memperoleh rata-rata skor 4,11, menunjukkan bahwa mayoritas responden merasa puas dengan konten *spoiler* yang disampaikan.

Pernyataan kedua, "Saya mengerti isi film setelah menonton video konten *spoiler* film *channel* IQ 7," memperoleh rata-rata skor 4,24, menunjukkan bahwa banyak responden merasa mendapatkan pemahaman yang baik tentang isi film setelah menonton video tersebut. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi isi konten dapat diterima adalah 4,18, mengindikasikan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 diterima dengan sangat baik oleh para responden.

4.3.2 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton (Y)

Dalam analisis terhadap tanggapan responden mengenai variabel keputusan menonton film (Y), beberapa dimensi penting telah diidentifikasi untuk mengevaluasi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan ini. Dimensi-dimensi tersebut meliputi kecerdasan (*intelligence*), yang mengukur sejauh mana pengetahuan dan informasi mempengaruhi keputusan menonton; rancangan (*design*), yang mengevaluasi bagaimana pengemasan dan promosi film mempengaruhi minat penonton; pilihan (*choice*), yang mencerminkan preferensi dan seleksi film berdasarkan kriteria pribadi; serta pelaksanaan (*implementation*), yang menilai realisasi dari keputusan menonton, termasuk faktor logistik seperti waktu dan lokasi. Dengan mengevaluasi dimensi-dimensi ini, dapat diperoleh

gambaran yang lebih komprehensif mengenai proses pengambilan keputusan menonton film oleh audiens.

A. *Intelligence* (Kecerdasan)

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel keputusan menonton film (Y), dimensi kecerdasan (*intelligence*) adalah aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur sejauh mana pengetahuan dan informasi audiens mempengaruhi keputusan menonton mereka, termasuk pemahaman tentang genre, kualitas produksi, ulasan kritik, dan rekomendasi. Penonton yang lebih terinformasi cenderung membuat keputusan menonton berdasarkan penilaian yang matang. Analisis skor kecerdasan dari responden memberikan wawasan tentang pengaruh informasi dan pengetahuan terhadap keputusan mereka untuk menonton film.

Tabel 4. 12 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi *Intelligence* (Kecerdasan)

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya paham dengan alur cerita film berdasarkan <i>spoiler</i> film channel IQ 7 dan memutuskan akan menonton film.	3	6	13	43	35	4,01
Kualitas produksi video <i>spoiler</i> film di <i>channel</i> YouTube IQ 7 sangat baik.		6	10	60	24	4,02
Rata-rata Pernyataan Dimensi <i>Intelligence</i> (Kecerdasan)						4,02

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

Berdasarkan Tabel 4.12 mengenai tanggapan responden dan analisis skor variabel keputusan menonton pada dimensi kecerdasan (*intelligence*), terlihat

bahwa responden memberikan nilai yang cukup tinggi terhadap aspek kecerdasan dalam konten dari channel YouTube IQ 7. Pernyataan pertama, "Saya paham dengan alur cerita film berdasarkan *spoiler* film *channel* IQ 7 dan memutuskan akan menonton film," memperoleh rata-rata skor 4,01, menunjukkan bahwa banyak responden merasa paham dengan alur cerita film dan memutuskan untuk menonton film setelah menonton konten *spoiler*.

Pernyataan kedua, "Kualitas produksi video *spoiler* film di *channel* YouTube IQ 7 sangat baik," memperoleh rata-rata skor 4,02, menunjukkan bahwa responden menganggap kualitas produksi video tersebut sangat baik. Secara keseluruhan, rata-rata skor dimensi kecerdasan adalah 4,02, mengindikasikan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 dinilai memiliki tingkat kecerdasan yang baik dalam membantu audiens memahami alur cerita dan memutuskan untuk menonton film.

B. *Design* (Rancangan)

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel keputusan menonton film (Y), dimensi rancangan (*design*) adalah aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur bagaimana pengemasan dan promosi film mempengaruhi minat penonton. Faktor-faktor seperti poster, trailer, sinopsis, dan strategi pemasaran memainkan peran besar dalam menarik perhatian audiens dan membentuk persepsi awal mereka tentang film. Analisis skor rancangan dari responden akan memberikan wawasan mengenai seberapa efektif elemen-elemen visual dan promosi dalam mempengaruhi keputusan mereka untuk menonton film tertentu.

**Tabel 4. 13 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan
Menonton dimensi *Design* (Rancangan)**

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya memutuskan untuk menonton film berdasarkan <i>spoiler</i> film yang saya tonton di <i>channel</i> YouTube IQ 7.	2	7	19	46	25	3,82
Saya merasa puas dengan <i>editing</i> konten <i>spoiler</i> film <i>channel</i> IQ 7 dan memberikan referensi film untuk saya tonton.	1	10	6	44	39	4,10
Rata-rata Pernyataan Dimensi <i>Design</i> (Rancangan)						3,96

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

C. *Choice* (Pilihan)

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel keputusan menonton film (Y), dimensi pilihan (*choice*) merupakan aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur preferensi individu dan kriteria pribadi yang digunakan dalam memilih film. Faktor-faktor seperti genre favorit, aktor yang disukai, rekomendasi teman, dan ulasan kritikus mempengaruhi keputusan ini. Analisis skor pilihan dari responden memberikan wawasan mengenai seberapa besar preferensi dan seleksi pribadi mempengaruhi keputusan mereka untuk menonton film tertentu.

Tabel 4. 14 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi *Choice* (Pilihan)

	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya yakin menonton film yang sedang dibahas pada <i>channel</i> YouTube IQ 7 jika isi filmnya menarik.	8	5	12	51	24	3,78
Spoiler film relevan dengan preferensi film yang ingin saya tonton.	4	9	10	45	32	3,92
Saya konsisten untuk menonton film setelah melihat <i>spoiler</i> film pada <i>channel</i> YouTube IQ 7.	2	8	12	42	36	4,02
Rata-rata Pernyataan Dimensi <i>Choice</i> (Pilihan)						3,91

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

D. *Implementation* (Pelaksanaan)

Dalam menganalisis tanggapan responden terhadap variabel keputusan menonton film (Y), dimensi pelaksanaan (*implementation*) merupakan aspek penting yang dievaluasi. Dimensi ini mengukur bagaimana keputusan menonton diwujudkan dalam tindakan nyata. Faktor-faktor yang mempengaruhi pelaksanaan ini termasuk ketersediaan waktu, lokasi bioskop, kenyamanan fasilitas, dan kemudahan akses. Analisis skor pelaksanaan dari responden memberikan wawasan mengenai seberapa besar faktor-faktor logistik dan praktis mempengaruhi realisasi keputusan mereka untuk menonton film tertentu.

Tabel 4. 15 Tanggapan Responden Dan Analisis Skor Variabel Keputusan Menonton dimensi *Implementation* (Pelaksanaan)

Item Pernyataan	Jawaban Responden					Rata - rata
	1	2	3	4	5	
Saya mempertimbangkan faktor lain yang memengaruhi keputusan menonton film setelah melihat <i>spoiler</i> film di <i>channel</i> YouTube IQ 7.	1	11	9	52	27	3,93
Penyampaian visual dan audio dalam <i>spoiler</i> film di <i>channel</i> YouTube IQ 7 mempengaruhi saya dalam keputusan menonton film.	4	5	14	40	37	4,01
Rata-rata Pernyataan Dimensi <i>Implementation</i> (Pelaksanaan)						3,97

Sumber: Olahan Peneliti, 2024

4.4 Analisis Skor Variabel Konten *Spoiler* Film (X) dan Keputusan Menonton (Y)

Analisis skor yang dilakukan dalam penelitian ini melibatkan analisis dan penggambaran hasil data dari tanggapan kuesioner yang telah dibagikan kepada responden. Kemudian, jawaban yang benar akan dihitung dan dibagi dengan jumlah total pertanyaan, lalu dikalikan dengan 100%. Proses ini melibatkan perhitungan skor rata-rata sebagai metode utama untuk mendeskripsikan semua variabel. Dari skor jawaban responden variabel X dan Y di atas, dilakukan analisis data dengan cara menghitung rata-rata jawaban berdasarkan skoring dari setiap jawaban responden. Selain itu, evaluasi distribusi data dilakukan dengan menerapkan kriteria rentang untuk setiap variabel berdasarkan rumus perhitungan berikut:

Nilai Interval: (nilai batas tertinggi - nilai batas terendah) / Total nilai yang digunakan = $(5-1) / 5 = 0.8$

Hasil dari rentang interval memungkinkan penetapan kriteria untuk hasil pengukuran konstruk, yang akan dirinci dalam tabel berikut:

Tabel 4. 16 Skor Kriteria Variabel

Nilai Skor	Kriteria Variabel
1.00 - 1.80	Sangat Buruk / Sangat Rendah
>1.80 - 2.60	Buruk / Rendah
>2.60 - 3.40	Cukup Baik / Sedang
>3.40 - 4.20	Baik / Tinggi
>4.20 - 5.00	Sangat Baik / Sangat Tinggi

Hasil dari analisis ini disajikan dalam bentuk garis kontinum yang menunjukkan rata-rata jawaban responden terhadap variabel X dan Y. Garis kontinum ini memberikan visualisasi yang jelas mengenai posisi setiap variabel dalam rentang skala penilaian, yang berkisar dari "Sangat Buruk / Sangat Rendah" hingga "Sangat Baik / Sangat Tinggi".

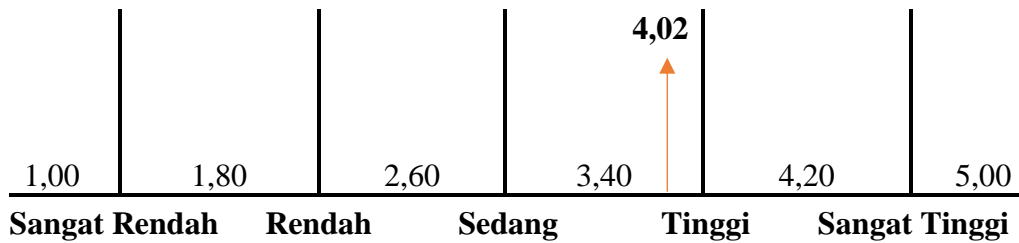
Tabel 4. 17 Analisis Skor Indikator Dominan Variabel Konten Spoiler Film

Dimensi Variabel Konten Spoiler Film (X)	Rata - Rata
Kredibilitas	3,98
Daya Tarik	3,96
Kekuasaan Seorang Komunikator (Kemampuan Menjadi Teladan)	3,99
Isi Konten Menarik Perhatian	3,92
Isi Konten Dapat Dimengerti	4,09
Isi Konten Dapat Diterima	4,19
Rata-rata	4,02

Berdasarkan Tabel 4.17 mengenai analisis skor indikator dominan variabel konten *spoiler* film (X), terlihat bahwa rata-rata keseluruhan dimensi variabel konten *spoiler* film adalah 4,02, yang berada pada kategori "Tinggi". Dimensi "Isi Konten Dapat Diterima" mendapatkan skor tertinggi dengan rata-rata 4,19, menunjukkan bahwa konten tersebut sangat diterima oleh audiens. Dimensi "Isi Konten Menarik Perhatian" memiliki skor terendah di antara dimensi lain dengan rata-rata 3,92, meskipun masih dalam kategori tinggi.

Dimensi "Kekuasaan Seorang Komunikator" (3,99), "Kredibilitas" (3,98), dan "Daya Tarik" (3,96) menunjukkan skor yang cukup tinggi, menunjukkan bahwa audiens menilai komunikator sebagai teladan yang kredibel dan menarik. Dimensi "Isi Konten Dapat Dimengerti" juga memiliki skor tinggi dengan rata-rata 4,09, menunjukkan bahwa konten tersebut mudah dipahami oleh penonton.

Gambar 4. 5 Garis Kontinum Variabel Konten Spoiler Film (X)



Gambar 4.5 menunjukkan garis kontinum variabel konten *spoiler* film (X), dengan skor rata-rata 4,02. Skala ini menunjukkan tingkat persepsi responden terhadap konten *spoiler* film, dengan rentang dari 1,00 hingga 5,00. Kategori pada skala ini mencakup "Sangat Rendah" (1,00-1,80), "Rendah" (1,81-2,60), "Sedang" (2,61-3,40), "Tinggi" (3,41-4,20), dan "Sangat Tinggi" (4,21-5,00). Dengan skor rata-rata 4,02, dapat diinterpretasikan bahwa persepsi responden terhadap variabel konten *spoiler* film berada pada kategori "Tinggi". Hal ini menunjukkan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 dinilai cukup positif oleh responden, dengan mayoritas menilai konten tersebut baik dan bermanfaat.

Tabel 4. 18 Analisis Skor Indikator Dominan Variabel Keputusan Menonton Film

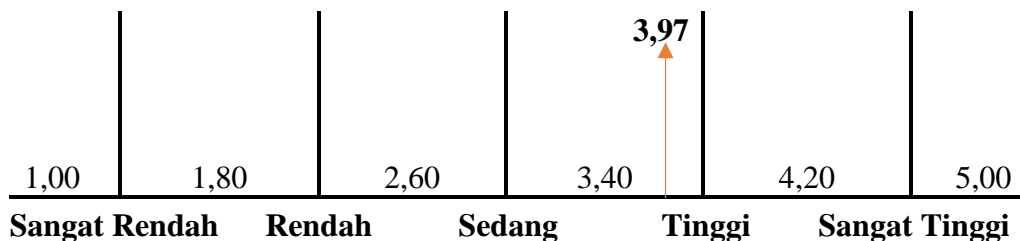
Dimensi	Rata - Rata
<i>Intelligence</i> (Kecerdasan)	4,02
<i>Design</i> (Rancangan)	3,96
<i>Choice</i> (Pilihan)	3,91
<i>Implementation</i> (Pelaksanaan)	3,97
Rata-rata	3,97

Berdasarkan Tabel 4.18 mengenai analisis skor indikator dominan variabel keputusan menonton film, terlihat bahwa rata-rata keseluruhan dimensi variabel

keputusan menonton film adalah 3,97, yang berada pada kategori "Tinggi". Dimensi "*Intelligence* (Kecerdasan)" memiliki skor tertinggi dengan rata-rata 4,02, menunjukkan bahwa pengetahuan dan informasi yang diperoleh dari konten sangat mempengaruhi keputusan menonton film.

Dimensi "*Design* (Rancangan)" dan "*Implementation* (Pelaksanaan)" masing-masing memiliki skor rata-rata 3,96 dan 3,97, yang menunjukkan bahwa desain konten dan pelaksanaan keputusan menonton juga berperan penting dalam keputusan penonton. Dimensi "*Choice* (Pilihan)" memiliki skor terendah dengan rata-rata 3,91, meskipun tetap dalam kategori tinggi, menunjukkan bahwa preferensi dan seleksi pribadi juga cukup mempengaruhi keputusan menonton.

Gambar 4. 6 Garis Kontinum Variabel Keputusan Menonton Film



Gambar 4.6 menunjukkan garis kontinum variabel keputusan menonton film, dengan skor rata-rata 3,97. Skala ini menggambarkan tingkat keputusan responden untuk menonton film, dengan rentang dari 1,00 hingga 5,00. Kategori pada skala ini mencakup "Sangat Rendah" (1,00-1,80), "Rendah" (1,81-2,60), "Sedang" (2,61-3,40), "Tinggi" (3,41-4,20), dan "Sangat Tinggi" (4,21-5,00). Dengan skor rata-rata 3,97, dapat diinterpretasikan bahwa keputusan menonton film oleh responden berada pada kategori "Tinggi". Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden cenderung memutuskan untuk menonton film setelah menonton konten *spoiler* film

dari *channel* YouTube IQ 7, menandakan pengaruh yang signifikan dari konten tersebut terhadap keputusan menonton mereka.

4.5 Analisis Deskriptif

Tabel 4. 19 Uji Deskriptif

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konten Spoiler Film	100	23,00	71,00	60,7000	12,13352
Keputusan Menonton	100	15,00	43,00	35,8800	7,07432
Valid N (listwise)	100				

Sumber: Olahan SPSS, 2024

Berdasarkan statistik deskriptif yang diberikan, dari 100 responden yang valid, variabel "Konten Spoiler Film" memiliki nilai terendah 23 dan nilai tertinggi 71, dengan rata-rata 60,70 dan standar deviasi 12,13. Ini menunjukkan adanya variasi besar dalam penilaian responden terhadap konten *spoiler* film di *channel* YouTube IQ 7. Sementara itu, variabel "Keputusan Menonton" memiliki nilai terendah 15 dan nilai tertinggi 43, dengan rata-rata 35,88 dan standar deviasi 7,07, yang menunjukkan variasi yang lebih kecil. Secara umum, hasil ini menunjukkan bahwa meskipun ada perbedaan dalam tanggapan terhadap konten *spoiler*, keputusan menonton film oleh penonton cukup dipengaruhi oleh *spoiler* tersebut, namun dengan variasi yang lebih sedikit.

4.6 Hasil Analisis Data

4.6.1 Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan dan mengukur valid tidaknya suatu item kuesioner, sehingga pernyataan-pernyataan yang diajukan tidak

menyimpang dari penelitian yang sedang dilakukan. Suatu item kuesioner dinyatakan valid apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$. Pada penelitian ini nilai r_{hitung} didapat dari rumus $Df = (\alpha/2 : n-2)$, sehingga menghasilkan nilai r_{tabel} $Df = (0,05/2 : 100)$; $Df = 0,1966$. Berdasarkan pengujian validitas yang telah dilakukan dengan menggunakan bantuan program SPSS versi 29, maka diperoleh hasil sebagai berikut:

Tabel 4. 20 Uji Validitas Variabel Konten *Spoiler* Film (X1)

Variabel	Item Pernyataan	r_{hitung}	Signifikan	r_{tabel}	Keterangan
Konten Spoiler Film (X)	X1.1	0,827	<0.001	0.1966	Valid
	X1.2	0,833	<0.001		Valid
	X1.3	0,815	<0.001		Valid
	X1.4	0,824	<0.001		Valid
	X1.5	0,787	<0.001		Valid
	X1.6	0,710	<0.001		Valid
	X1.7	0,789	<0.001		Valid
	X1.8	0,842	<0.001		Valid
	X1.9	0,787	<0.001		Valid
	X1.10	0,771	<0.001		Valid
	X1.11	0,808	<0.001		Valid
	X1.12	0,827	<0.001		Valid
	X1.13	0,768	<0.001		Valid
	X1.14	0,837	<0.001		Valid
	X1.15	0,849	<0.001		Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel diatas, hasil uji validitas untuk variabel "Konten *Spoiler* Film" (X1) menunjukkan bahwa semua item pernyataan (X1.1 hingga X1.15) memiliki nilai r_{hitung} yang lebih besar dari r_{tabel} sebesar 0,1956 dengan

signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini berarti semua item pernyataan tersebut valid. Dengan nilai r hitung yang berkisar antara 0,710 hingga 0,849, semua item pernyataan menunjukkan korelasi yang kuat dan signifikan terhadap variabel "Konten Spoiler Film". Oleh karena itu, seluruh item pernyataan yang diuji dapat dianggap valid dan reliabel untuk digunakan dalam pengukuran variabel ini.

Tabel 4. 21 Uji Validitas Variabel Keputusan Menonton (Y)

Variabel	Item Pernyataan	Rhitung	Signifikansi	Rtabel	Keterangan
Keputusan Menonton (Y)	Y.1	0.797	<0.001	0.1966	Valid
	Y.2	0.766	<0.001		Valid
	Y.3	0.758	<0.001		Valid
	Y.4	0.795	<0.001		Valid
	Y.5	0.814	<0.001		Valid
	Y.6	0.832	<0.001		Valid
	Y.7	0.774	<0.001		Valid
	Y.8	0.770	<0.001		Valid
	Y.9	0.812	<0.001		Valid

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel diatas, hasil uji validitas untuk variabel "Keputusan Menonton" (Y) menunjukkan bahwa semua item pernyataan (Y.1 hingga Y.9) memiliki nilai r hitung yang lebih besar dari rtabel sebesar 0,1966 dengan signifikansi kurang dari 0,001. Ini berarti semua item pernyataan tersebut valid. Nilai r hitung berkisar antara 0,758 hingga 0,832, yang menunjukkan bahwa setiap item pernyataan memiliki korelasi yang kuat dan signifikan terhadap variabel "Keputusan Menonton". Dengan demikian, semua item pernyataan yang diuji

dinyatakan valid dan dapat digunakan secara andal untuk mengukur variabel keputusan menonton.

4.6.2 Uji Reliabilitas

Dalam penelitian ini, uji reliabilitas digunakan untuk mengukur ketepatan dan konsistensi suatu kuesioner yang merupakan indikator dari variabel penelitian dalam mengukur sebuah variabel. Suatu kuesioner dikatakan handal jika jawaban seseorang terhadap pernyataan dalam kuesioner tersebut konsisten dari waktu ke waktu. Uji reliabilitas pada penelitian ini, sebuah instrument dapat dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach's Alpha* > 0,60. Pada penelitian ini, uji reliabilitas juga dilakukan dengan bantuan program SPSS versi 29. Hasil uji reliabilitas untuk variabel dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 4. berikut:

Tabel 4. 22 Uji Reliabilitas

Variabel	N of Items	Cronbach's Alpha	Keterangan
Konten Spoiler Film (X)	15	0,961	Reliabel
Keputusan Menonton (Y)	9	0,925	Reliabel

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel diatas yang menyajikan hasil uji reliabilitas, variabel "Konten *Spoiler* Film" (X) yang terdiri dari 15 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,961, yang menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Demikian juga, variabel "Keputusan Menonton" (Y) dengan 9 item pernyataan memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,925, yang juga menunjukkan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi. Nilai Cronbach's Alpha yang tinggi

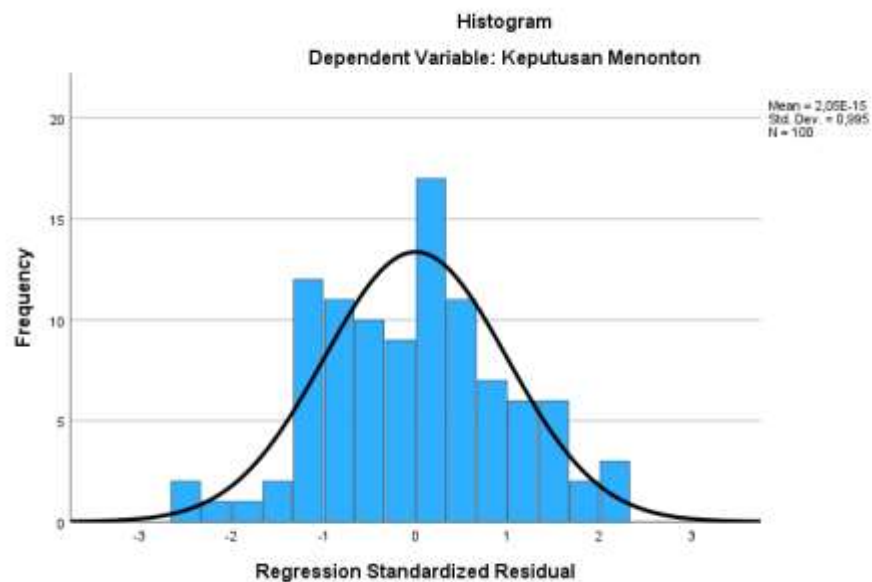
(Cronbach's Alpha > 0,60) untuk kedua variabel ini menunjukkan bahwa item-item dalam setiap variabel konsisten dalam mengukur konsep yang dimaksud, sehingga instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dapat dianggap reliabel.

4.6.3 Asumsi Klasik

4.6.3.1. Uji Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk melihat apakah data dalam variabel yang digunakan berdistribusi normal atau tidak. Pada penelitian ini, untuk mengetahui berdistribusi normal dilakukan dengan menggunakan uji statistik *One-Sample Kolmogorov Smirnov Test* serta hasil gambar P-plot. Hasil dari uji normalitas dapat dilihat pada Tabel dan gambar dibawah berikut ini:

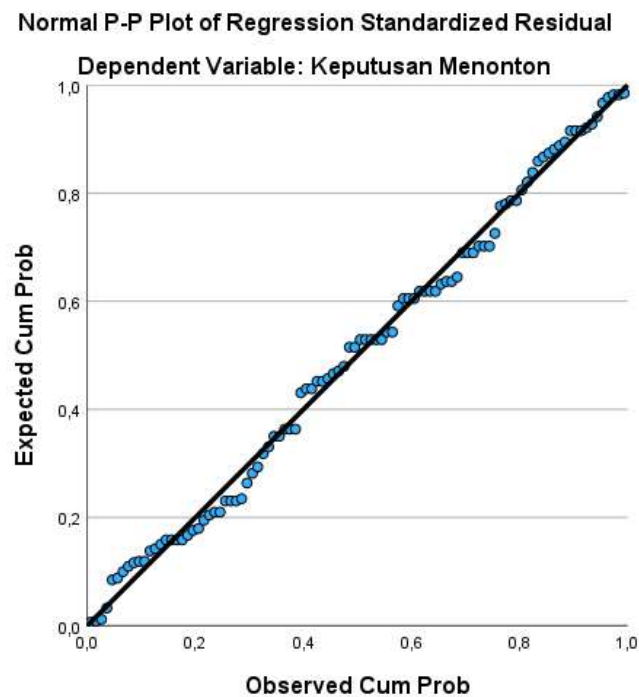
Gambar 4. 7 Histogram Uji Normalitas



Histogram di atas menunjukkan distribusi sisa yang sudah distandardisasi dari variabel "Keputusan Menonton" dalam model regresi. Distribusi sisa ini tampak berbentuk lonceng dan mendekati distribusi normal. Nilai rata-rata sisa adalah

2,05E-15, yang sangat dekat dengan nol, dan standar deviasi adalah 0,995. Ini menunjukkan bahwa sisa tersebar secara merata di sekitar rata-rata. Frekuensi tertinggi berada di sekitar nilai sisa nol, dan frekuensi menurun pada nilai sisa yang lebih jauh dari nol di kedua sisi. Dengan distribusi yang mendekati normal ini, hal ini bisa menyimpulkan bahwa sisa dalam model ini memenuhi asumsi normalitas, yang mendukung validitas model regresi yang digunakan.

Gambar 4. 8 P-Plot Uji Normalitas



Plot P-P normal di atas menunjukkan distribusi residual standar dari variabel "Keputusan Menonton" dalam model regresi. Pada plot ini, titik-titik residual terletak sangat dekat dengan garis diagonal, yang menunjukkan distribusi normal yang diharapkan. Garis diagonal ini mewakili distribusi normal teoretis, dan kedekatan titik-titik dengan garis ini menunjukkan bahwa residual dari model

regresi ini berdistribusi normal. Karena titik-titik mengikuti garis diagonal dengan baik, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas residual dalam model ini terpenuhi, mendukung validitas dan reliabilitas model regresi yang digunakan dalam analisis ini.

**Tabel 4. 23 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	2,35638097
Most Extreme Differences	Absolute	,056
	Positive	,056
	Negative	-,044
Test Statistic		,056
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan hasil uji Kolmogorov-Smirnov satu sampel untuk residual yang tidak distandarkan, dengan jumlah sampel (N) sebesar 100, diperoleh nilai mean sebesar 0,0000000 dan standar deviasi sebesar 2,35638097. Nilai *Most Extreme Differences* menunjukkan perbedaan absolut sebesar 0,056, positif sebesar 0,056, dan negatif sebesar -0,044. Nilai *Test Statistic* yang dihasilkan adalah 0,056 dengan signifikansi asimptotik (2-tailed) sebesar 0,200. Karena nilai signifikansi lebih besar dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa residual dari model ini berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas terpenuhi untuk data residual yang dianalisis.

4.6.4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Untuk dapat membuktikan hipotesis yang telah ditentukan dalam penelitian ini, digunakan uji regresi linear sederhana. Analisis regresi linier sederhana digunakan untuk mengetahui arah hubungan antara variabel independen dengan variabel dependen, apakah terjadi hubungan yang positif atau negatif serta bertujuan dalam memprediksi nilai dari variabel dependen jika nilai dari variabel independen mengalami penurunan atau kenaikan (Fatmawati & Lubis, 2020). Dari hasil tersebut akan menunjukkan apakah terdapat pengaruh antara Konten Spoiler Film (X) terhadap Keputusan Menonton (Y). Hasil uji regresi linear sederhana dapat dilihat pada tabel 4.6 dibawah ini:

Tabel 4. 24 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

		Coefficients ^a				
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,096	1,195		2,591	,011
	Konten Spoiler Film	,541	,019	,942	27,794	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel di atas, diperoleh koefisien untuk variabel Konten Spoiler Film (X) sebesar 0.54 dan nilai konstanta sebesar 3,096. Sehingga model persamaan regresi linier sederhana yang diperoleh adalah:

$$Y = \alpha + \beta X_1 + \epsilon$$

$$Y = 3.096 + 0.541X_1 + \epsilon$$

Keterangan:

- Y = Keputusan Menonton
- α = Konstanta
- X_1 = Konten Spoiler Film
- β_1 = Koefisien Pengembangan Sumber Daya Manusia
- ϵ = Standar error

Dari model persamaan regresi linier sederhana yang dipaparkan di atas dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. **Konstanta (α):** Nilai konstanta sebesar 3.096 menyatakan bahwa jika variabel Konten *Spoiler* Film (X) sama dengan 0, maka nilai dari variabel Keputusan Menonton (Y) adalah 3.096.
2. **Koefisien Regresi Konten Spoiler Film (β_1):** Berdasarkan persamaan regresi, nilai koefisien regresi untuk variabel Konten *Spoiler* Film sebesar 0.541. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Konten *Spoiler* Film memiliki pengaruh positif terhadap Keputusan Menonton. Artinya, setiap kenaikan satu satuan variabel Konten *Spoiler* Film akan meningkatkan Keputusan Menonton sebesar 0.541, dengan asumsi variabel lain dianggap tetap atau konstan.

4.6.5 Uji Hipotesis

4.6.5.1 Uji Parsial (Uji t)

Uji t bertujuan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial atau secara individual berpengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen secara individual dapat dilihat dari nilai Sig < 0,05 dan nilai thitung > nilai ttabel. Berdasarkan hasil perhitungan SPSS diperoleh output sebagai berikut:

Tabel 4. 25 Hasil Uji t

		Coefficients^a				
		Unstandardized		Standardized		
		Coefficients		Coefficients		
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	3,096	1,195		2,591	,011
	Konten Spoiler Film	,541	,019	,942	27,794	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Pengaruh Konten Spoiler Film Terhadap Keputusan Menonton

Berdasarkan hasil uji T, diketahui bahwa nilai thitung untuk variabel Konten *Spoiler* Film (X) sebesar 27,794 dengan tingkat signifikansi sebesar <0,001. Dengan menggunakan batas signifikansi 5%, menunjukkan bahwa p-value < 0,05 yaitu <0,001 < 0,05. Hal ini menunjukkan thitung > ttabel, yaitu 27,794 > 1,665 yang artinya H1 diterima. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa

terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Konten *Spoiler* Film (X) terhadap Keputusan Menonton (Y).

4.6.6 Koefisien Determinasi

Uji koefisien determinasi atau R^2 bertujuan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen. Hasil yang perhitungan yang diperoleh untuk uji R^2 adalah sebagai berikut:

Tabel 4. 26 Hasil Uji Koefisien Determinasi

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,886	2,36837

a. Predictors: (Constant), Konten Spoiler Film

b. Dependent Variable: Keputusan Menonton

Sumber: Data Primer Diolah (2024)

Berdasarkan Tabel 4.8 yang menunjukkan hasil uji koefisien determinasi, nilai R sebesar 0,942 mengindikasikan korelasi yang sangat kuat antara variabel prediktor "Konten *Spoiler* Film" dengan variabel dependen "Keputusan Menonton". Nilai R Square sebesar 0,887 berarti bahwa 88,7% variabilitas dalam "Keputusan Menonton" dapat dijelaskan oleh "Konten Spoiler Film". *Adjusted R Square* sebesar 0,886 sedikit lebih rendah, namun tetap menunjukkan bahwa model regresi ini sangat baik dalam menjelaskan variabilitas data. Std. Error of the Estimate sebesar 2,36837 menunjukkan seberapa jauh nilai observasi menyimpang dari nilai prediksi model regresi. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa

"Konten *Spoiler* Film" memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap "Keputusan Menonton".

4.7 Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis data yang telah dilakukan, terlihat bahwa konten *spoiler* film yang disajikan di channel YouTube IQ7 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* tersebut. Hasil dari uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel konten *spoiler* film memiliki koefisien regresi sebesar 0,541 dengan nilai *t* hitung sebesar 27,794 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai sebesar 88,7% konten *spoiler* film berpengaruh terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* IQ 7. Hasil analisis skor indikator Kredibilitas memiliki nilai rata-rata 3,98, Daya tarik memiliki nilai rata-rata 3,96, Kekuasaan seorang komunikator memiliki nilai rata-rata 3,99, Isi konten menarik perhatian memiliki nilai rata-rata 3,92, Isi konten dapat dimengerti memiliki nilai rata-rata 4,09, dan Isi konten dapat diterima memiliki nilai rata-rata 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi eksposur penonton terhadap konten *spoiler* film, semakin besar kemungkinan mereka untuk memutuskan menonton film tersebut.

Dalam konteks teori *New Media* yang dikemukakan oleh McQuail (2010), media baru memiliki beberapa kategori seperti media partisipasi kolektif dan pergantian media penyiaran. YouTube termasuk ke dalam kategori media partisipasi kolektif dan pergantian media penyiaran yang menjadikan YouTube sebagai media untuk berbagi informasi, ide dan menyebarkan luaskan konten yang dapat mempengaruhi keputusan menonton film.

Selain itu, konten *spoiler* film yang disajikan oleh *channel* YouTube IQ7 juga memenuhi beberapa dimensi penting yang dapat mempengaruhi keputusan

menonton film, yaitu Kredibilitas konten, yang berarti reputasi channel dalam menyajikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya, memainkan peran penting dalam membangun kepercayaan penonton terhadap konten *spoiler* yang disampaikan. Daya tarik dalam penyajian, yang mengacu pada kemampuan konten untuk menarik perhatian penonton dengan cara yang menarik dan menghibur, juga memberikan dampak signifikan terhadap keputusan menonton film mereka. Kekuasaan sebagai komunikator, di mana *channel* YouTube IQ7 memiliki potensi besar untuk menjadi teladan bagi penonton, menunjukkan bahwa kemampuan *channel* untuk menginspirasi dan mempengaruhi penontonya melalui cara penyampaian yang positif akan mempengaruhi keputusan menonton film mereka. Indikator lain, seperti isi konten yang menarik perhatian dan mudah dipahami, serta dapat diterima oleh nilai-nilai dan norma yang dianut oleh penonton, semuanya berkontribusi pada keputusan menonton film oleh penonton channel tersebut (Rakhmat, 2013).

Proses pengambilan keputusan menonton film oleh penonton channel YouTube IQ7 juga dapat dijelaskan melalui tahapan yang diuraikan oleh Simon (1960). Pada tahap pertama, yaitu tahap *Intelligence*, penonton yang ingin mengetahui gambaran isi film yang ingin ditonton akan mencari informasi tentang film tersebut, misalnya dengan mencari *spoiler* film di media sosial YouTube. Pada tahap kedua, yaitu tahap *Design*, penonton menemukan konten *spoiler* film di YouTube dan menonton konten tersebut untuk mendapatkan informasi lebih lanjut. Tahap ketiga, yaitu tahap *Choice*, melibatkan proses pemilihan di antara berbagai alternatif tindakan yang mungkin dijalankan, dalam hal ini keputusan untuk

menonton atau tidak menonton film yang sudah dibebaskan oleh *channel* YouTube IQ7. Tahap terakhir, yaitu tahap *Implementation*, adalah tahap pelaksanaan dari keputusan yang telah diambil, di mana penonton melakukan tindakan menonton atau tidak menonton film yang sudah dibebaskan oleh *channel* YouTube IQ7.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten *spoiler* film di YouTube memiliki pengaruh yang signifikan dan kuat terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* YouTube IQ7. Temuan ini tidak hanya mendukung teori *New Media* dan konsep pengaruh media terhadap perilaku konsumen, tetapi juga memberikan wawasan praktis bagi para pembuat konten dan pemasar film tentang pentingnya strategi penyajian konten *spoiler* untuk menarik minat penonton dan mempengaruhi keputusan mereka. Dengan memahami bagaimana konten *spoiler* film dapat mempengaruhi keputusan menonton, pembuat konten dapat merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan keterlibatan dan minat penonton terhadap film yang dipromosikan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh konten *spoiler* film yang disajikan di *channel* YouTube IQ 7 terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* tersebut. Melalui analisis data dari 100 responden, penelitian ini mengevaluasi beberapa dimensi penting dari konten *spoiler* film, termasuk kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang komunikator, isi konten yang menarik perhatian, isi konten yang dapat dimengerti, dan isi konten yang dapat diterima. Hasil analisis menunjukkan bahwa konten *spoiler* film memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton film oleh penonton channel IQ 7. Berikut adalah kesimpulan dari penelitian ini:

1. Kredibilitas Konten *Spoiler* Film

Dimensi kredibilitas pada konten *spoiler* film dinilai cukup tinggi oleh para responden, dengan skor rata-rata 3,98. Kredibilitas ini mencakup keandalan sumber informasi, konsistensi dalam menyajikan fakta, dan reputasi komunikator. Kredibilitas yang baik membangun kepercayaan penonton terhadap konten yang disajikan, yang pada gilirannya mempengaruhi keputusan mereka untuk menonton film.

2. Daya Tarik Konten *Spoiler* Film

Daya tarik konten *spoiler* film juga dinilai tinggi oleh responden, dengan skor rata-rata 3,96. Daya tarik ini mengukur seberapa menarik konten *spoiler* bagi

audiens, mencakup faktor-faktor seperti kreativitas, penyajian visual, dan relevansi informasi yang disampaikan. Konten yang menarik perhatian penonton lebih efektif dalam mempertahankan minat mereka dan mempengaruhi keputusan menonton.

3. Kekuasaan Seorang Komunikator

Dimensi kekuasaan seorang komunikator atau kemampuan menjadi teladan mendapatkan skor rata-rata 3,99. Hal ini menunjukkan bahwa narator *channel* YouTube IQ 7 dinilai memiliki pengetahuan yang luas, reputasi yang baik, dan kemampuan untuk mempengaruhi pendapat audiens. Narator yang dianggap sebagai teladan mampu menginspirasi dan mempengaruhi keputusan menonton film penonton.

4. Isi Konten yang Menarik Perhatian

Dimensi isi konten yang menarik perhatian memiliki skor rata-rata 3,92, menunjukkan bahwa konten *spoiler* dari *channel* YouTube IQ 7 cukup efektif dalam memikat dan mempertahankan minat audiens. Faktor-faktor seperti keunikan, relevansi, dan cara penyajian informasi berkontribusi terhadap daya tarik ini.

5. Isi Konten yang Dapat Dimengerti

Dimensi isi konten yang dapat dimengerti memiliki skor rata-rata 4,09, menunjukkan bahwa konten *spoiler* dari *channel* YouTube IQ 7 disampaikan dengan jelas dan mudah dipahami oleh audiens. Penggunaan bahasa yang sederhana, struktur informasi yang logis, dan kejelasan pesan yang

disampaikan membantu audiens memahami isi film dan mempengaruhi keputusan menonton mereka.

6. Isi Konten yang Dapat Diterima

Dimensi isi konten yang dapat diterima mendapatkan skor tertinggi dengan rata-rata 4,19. Hal ini menunjukkan bahwa konten *spoiler* film dari *channel* YouTube IQ 7 diterima dengan sangat baik oleh audiens. Konten yang sesuai dengan preferensi dan nilai-nilai audiens serta memenuhi atau bahkan melebihi harapan penonton berperan penting dalam keputusan menonton film.

7. Pengaruh Konten *Spoiler* terhadap Keputusan Menonton

Penelitian ini menunjukkan bahwa konten *spoiler* film yang terdiri dari kredibilitas, daya tarik, kekuasaan seorang komunikator, isi konten menarik perhatian, isi konten dapat dimengerti dan isi konten dapat diterima yang disajikan oleh channel YouTube IQ 7 memiliki pengaruh yang signifikan terhadap keputusan menonton film pada penonton *channel* tersebut. Hasil dari uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa variabel konten *spoiler* film memiliki koefisien regresi sebesar 0,541 dengan nilai *t*-hitung sebesar 27,794 dan tingkat signifikansi kurang dari 0,001. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi eksposur penonton terhadap konten *spoiler* film, semakin besar kemungkinan mereka untuk memutuskan menonton film tersebut. Hal ini dibuktikan juga dengan nilai koefisien determinasi sebesar 88,7%, yang menunjukkan bahwa variabilitas keputusan menonton dapat dijelaskan oleh konten *spoiler* film.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dijelaskan oleh peneliti, terdapat dua indikator dengan nilai rata-rata yang paling kecil, yaitu "Isi Konten Menarik Perhatian" dan "Daya Tarik". Berikut adalah saran yang ditujukan untuk pengelola *channel* YouTube IQ 7:

1. Survei Minat Penonton

Lakukan survei atau polling di antara penonton untuk mengetahui genre atau film apa yang mereka ingin lihat diulas. Hal ini akan membantu dalam menyajikan konten yang lebih sesuai dengan keinginan audiens.

2. Tingkatkan Kreativitas Konten

Cobalah ide-ide baru dalam membuat video, seperti menggunakan animasi atau efek visual yang menarik agar menarik perhatian penonton.

3. Perbanyak Upload Konten difitur YouTube Shorts

Dengan memperbanyak video konten difitur YouTube Shorts akan meningkatkan interaksi dengan audiens dan dapat mencegah penurunan *engagement* atau kehilangan *subscribers*.

4. Membuat Segmen Khusus Perminggu

Buat segmen atau seri khusus yang membahas film-film berdasarkan genre atau tema tertentu, seperti segmen mingguan yang khusus membahas film horor atau komedi untuk menambah daya tarik penonton.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprianto, R. (2010). *Internet Sehat dan Aman(INSAN)*. Direktorat Pemberdayaan Informatika Direktorat Jenderal Aplikasi Informatika. Kementrian Komunikasi dan Informatika.
- Arnus, S. H. (2018). Pengaplikasian Pola Computer Mediated Communication. (CMC) dalam Dakwah. *Jurnalisa*, 04(1), 16-30.
- Bondebjerg, I. (2015). Film: Genres and genre theory. *International encyclopedia of the social & behavioral sciences. Elsevier*, 160-168.
- Bruhn, J., & Schirmacher, B. (Eds.). (2021). *Intermedial Studies: An Introduction to Meaning Across Media* (1st ed.). London: Routledge.
- Cecariyani, S. A., & Sukendro, G. G. (2019). Analisis Strategi Kreatif dan Tujuan Konten Youtube (Studi Kasus Konten prank Yudist Ardhana). *Prologia*, 2(2), 495–502.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). YouTube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas Makassar Vidgram. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 5(2), 59-67.
- Hassoun, N. (2012). *Globalization and Global Justice: Shrinking Distance, Expanding Obligations*. New York: Cambridge University Press.
- Irawan, H. (2009). *10 Prinsip Kepuasan Pelanggan*. Jakarta: Elex Media.

- Johnson, B. K., & Rosenbaum, J. E. (2018). (Don't) tell me how it ends: Spoilers, enjoyment, and involvement in television and film. *Media Psychology*, 21(4), 582–612.
- Kennedy, E. S. (2018, May 7). Sejarah spoiler film: Membenci dan membela spoiler. *Tirto.id*. Retrieved from <https://tirto.id/sejarah-spoiler-film-membenci-dan-membela-spoiler-cJ13>
- Leavitt, J. D., & Christenfeld, N. J. S. (2011). Story spoilers don't spoil stories. *Psychological Science*, 22(9), 1152–1154.
- Lievrouw, L. A., & Livingstone, S. (2004). *The Handbook of New Media*. Sage: London.
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi*, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. Netherlands: SAGE Publications, Ltd.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mutiah, T. (2020). Trend YouTuber di Generasi Millennial dalam Pengembangan Kreativitas. *Tuty Mutiah*, 1(1), 30-42.
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Efektivitas Trailer Film di YouTube Terhadap Keputusan Menonton ke Bioskop Film "Suzzanna" (2018) di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Sriwijaya, *Thesis*. Universitas Sriwijaya.

- Pratiwi, Arbaini. (2020). Pengaruh Consumer Online Rating Dan Review Terhadap Keputusan Pembelian Pada Pengguna Marketplace Tokopedia. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 7(1), 25–33.
- Putri, A. D., & Adani, D. (2021). The influence of movie spoilers on social media Instagram towards the decision to watch South Korean drama shows: Study on SMA Negeri 42 Jakarta. *Jurnal Mantik*, 5(3), 1494-1497.
- Putsanra, D. V. (2021, September 25). Arti spoiler yang kerap muncul di manga, film, musik, atau anime. *Tirto.id*. Retrieved from <https://tirto.id/arti-spoiler-yang-kerap-muncul-di-manga-film-musik-atau-anime-f3eB>
- Rakhmat, J. (2013). Psikologi Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Simon, H. (1960). Decision Making and Organizational Design. Great Britain: Penguin Education.
- Terry, G. R. (2003). Prinsip-Prinsip Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.
- Wiryanto. (2004). Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT. Gramedia Widiasarana Indonesia.

LAMPIRAN

LAMPIRAN 1 RIWAYAT HIDUP

Identitas Diri

Nama : Adinda Fajriani N
Tempat dan Tanggal Lahir : Bekasi, 6 Juni 1999
Status : Belum Menikah
Agama : Islam
Pekerjaan : Mahasiswa
Alamat : Bumi Adipura Cluster Tulip VIII No. 2, Bandung.
No.Telp/Hp : 08817787542
E-mail : adindafnr@gmail.com

Pendidikan Formal

- | | |
|------------------------|------------------|
| 1. TK Raudhatul Jannah | Tahun Lulus 2005 |
| 2. SDN Bekasi Jaya V | Tahun Lulus 2011 |
| 3. SMPN 18 Bekasi | Tahun Lulus 2014 |
| 4. SMAN 1 Tambun Utara | Tahun Lulus 2017 |

Pengalaman Organisasi

1. Himpunan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pasundan Bandung
Periode 2018-2019

Bandung, Juni 2024

Hormat Saya,

Adinda Fajriani N

LAMPIRAN 2

KUESIONER PENELITIAN

Selamat Pagi/Siang/Sore/Malam,

Saya Adinda, Mahasiswi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Pasundan, program studi Ilmu Komunikasi. Saat ini, saya sedang melaksanakan penelitian mengenai “PENGARUH KONTEN *SPOILER* FILM DI *CHANNEL* YOUTUBE IQ 7 TERHADAP KEPUTUSAN MENONTON FILM PADA PENONTON *CHANNEL* YOUTUBE IQ7” dalam rangka untuk menyelesaikan Pendidikan Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi. Berikut adalah kriteria partisipan untuk penelitian ini:

1. Pengguna YouTube

2. Pernah menonton video konten spoiler film channel YouTube IQ 7 di media sosial YouTube

3. Domisili Jawa Barat

Saya sangat membutuhkan ketersediaan Saudara/Saudari dalam mengisi kuesioner ini demi tercapainya tujuan penelitian ini.

Pada akhir periode penelitian, akan ada reward berupa *saldo e-wallet* untuk partisipan beruntung yang mengisi dengan akurat. Informasi yang anda berikan akan dijamin kerahasiannya.

Jika ada kendala untuk pengisian kuesioner bisa menghubungi peneliti melalui email adindafnr@gmail.com

Terima Kasih.

Salam Hormat, Peneliti.

Indikator Penelitian

Kuesioner yang akan diisi adalah berbentuk Skala Likert, terdapat lima skor dari setiap alternatif jawaban:

1. STS = Sangat Tidak Setuju
2. TS = Tidak Setuju
3. N = Netral
4. S = Setuju
5. SS = Sangat Setuju

LAMPIRAN 3

DATA PERNYATAAN BERUPA *SCREENSHOT* GOOGLE FORM

Apakah anda mengetahui channel YouTube *
IQ 7?

Iya

Tidak

Sekedar Tahu

Apakah anda termasuk kedalam: *

Subscribers channel YouTube IQ 7

Hanya penonton

Profil Partisipan

Nama *

Jawaban Anda

No. Hp (untuk mengirim e-wallet) *

Jawaban Anda

Jenis Kelamin *

Laki-laki

Perempuan

Usia *

13-20

21-30

31-40

41-45

Status *

SMP

SMA

Mahasiswa

Pekerja

Yang lain: _____

Domisili (Isi Kota Domisili di Jawa Barat) *

Bandung

Bekasi

Bogor

Sukabumi

Depok

Yang lain: _____

Kuesioner Bagian I: Konten Spoiler Film

1. Saya percaya informasi spoiler film yang *
disampaikan oleh narator channel YouTube
IQ 7.

STS: Sangat Tidak Setuju

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

SS: Sangat Setuju

2. Penyampaian narator spoiler film *
channel YouTube IQ 7 bersifat seimbang
dan objektif.

STS: Sangat Tidak Setuju

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

SS: Sangat Setuju

3. Jumlah view pada konten spoiler film *
channel YouTube IQ 7 tinggi.

STS: Sangat Tidak Setuju

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5

SS: Sangat Setuju

4. Tingkat engagement (komentar & like) *
pada konten channel IQ 7 tinggi.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

3

5. Thumbnail dan judul pada konten spoiler *
film channel IQ 7 menarik bagi saya.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

6. Channel IQ 7 memiliki popularitas yang *
tinggi di YouTube dalam konten spoiler film.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

3

7. Narator channel IQ 7 memiliki pengetahuan tentang isi film yang menarik bagi saya. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

8. Narator spoiler film channel IQ 7 memiliki selera humor yang baik. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

9. Durasi video konten spoiler film channel IQ 7 cukup bagi saya. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

10. Struktur cerita dalam video konten spoiler film channel IQ 7 tersampaikan dengan jelas. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

11. Penggunaan elemen visual/audio dalam video konten spoiler film channel IQ 7 menarik. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

12. Bahasa yang digunakan dalam konten spoiler film channel IQ 7 mudah dipahami. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

13. Narator spoiler film channel IQ 7 konsisten dalam menyampaikan isi film yang sedang dibahas.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

14. Saya puas dengan spoiler film yang disampaikan dalam konten spoiler film channel YouTube IQ 7.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

15. Saya mengerti isi film setelah menonton video konten spoiler film channel IQ 7.

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

Kuesioner Bagian II: Keputusan Menonton Film

1. Saya paham dengan alur cerita film berdasarkan spoiler film channel IQ 7 dan memutuskan akan menonton film. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

2. Kualitas produksi video spoiler film di channel YouTube IQ 7 sangat baik. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

3. Saya memutuskan untuk menonton film berdasarkan spoiler film yang saya tonton di channel YouTube IQ 7. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

4. Saya merasa puas dengan editing konten spoiler film channel IQ 7 dan memberikan referensi film untuk saya tonton. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

5. Saya yakin menonton film yang sedang dibahas pada channel YouTube IQ 7 jika isi filmnya menarik. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

6. Spoiler film relevan dengan preferensi film yang ingin saya tonton. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

7. Saya konsisten untuk menonton film setelah melihat spoiler film pada channel YouTube IQ 7. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

8. Saya mempertimbangkan faktor lain yang memengaruhi keputusan menonton film setelah melihat spoiler film di channel youtube IQ 7. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

9. Penyampaian visual dan audio dalam spoiler film di channel youtube IQ 7 memengaruhi saya dalam keputusan menonton film. *

STS: Sangat Tidak Setuju

1

2

3

4

5

SS: Sangat Setuju

LAMPIRAN 4

LAMPIRAN DATA SET KONTEN SPOILER FILM

X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	TOTAL_X
4	4	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	5	5	5	65
4	4	5	4	3	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	63
5	5	5	5	4	4	4	4	5	5	5	5	4	4	5	69
5	4	4	5	5	3	5	5	4	5	4	5	3	4	5	66
4	3	5	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	5	5	63
5	4	4	5	4	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	67
5	5	5	5	3	4	5	4	4	4	5	5	5	5	4	68
4	4	5	4	4	5	5	5	5	5	3	5	4	5	4	67
4	5	5	4	5	4	4	4	4	4	5	4	4	5	4	65
5	4	5	4	4	5	5	4	3	5	4	5	5	4	5	67
3	2	2	1	1	3	2	1	1	2	2	2	2	1	1	26
5	4	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4	5	4	66
4	4	4	5	5	5	4	3	3	4	5	4	5	5	5	65
4	5	3	4	5	4	4	5	4	5	4	3	5	4	5	64
5	4	4	5	4	5	5	4	5	4	5	4	3	4	5	66
4	5	5	4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	5	4	62
4	4	4	5	4	4	5	5	4	4	4	5	4	5	4	65
5	5	5	4	3	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	68
4	4	4	3	4	4	4	3	4	4	5	4	4	5	4	60
4	4	5	4	5	5	5	4	5	5	4	5	5	4	5	69
5	5	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	4	5	4	67
1	1	2	3	2	2	1	2	2	2	3	2	2	2	2	29
4	3	4	4	4	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	63
4	4	4	3	5	4	5	5	4	5	5	4	5	4	5	66
3	4	3	4	5	5	5	4	5	4	3	5	4	4	5	63
4	3	4	3	4	4	3	3	4	4	4	3	5	5	4	57
5	4	4	5	5	5	5	4	3	5	5	4	4	5	4	67
4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	5	3	5	4	5	61
4	5	3	4	5	5	4	3	2	4	3	4	4	5	4	59
5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	5	5	68
4	5	5	5	5	3	4	4	5	5	5	5	5	4	5	69
5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	4	5	5	5	5	66
4	5	5	4	4	5	5	4	4	3	4	4	4	4	5	64
4	4	5	5	4	4	5	4	5	4	5	5	5	5	4	68
3	4	3	4	4	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	58
4	5	4	3	4	4	5	5	4	4	4	3	5	5	5	64
5	4	3	4	5	4	4	4	4	5	4	5	5	4	5	65
4	4	3	4	5	5	5	5	4	4	5	4	5	5	4	66
5	4	4	5	4	4	5	4	3	3	4	5	4	5	4	63
5	4	5	4	4	4	5	5	4	3	3	4	5	3	4	62
4	5	4	5	5	4	3	4	4	5	4	5	5	3	5	65
5	5	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	4	5	67
4	4	5	4	4	5	5	5	4	4	4	5	4	5	4	66

4	4	5	5	4	3	4	4	5	5	5	3	4	5	4	64
5	5	4	4	5	5	4	4	4	4	5	5	4	5	4	67
3	4	4	5	5	4	5	4	5	4	5	5	5	5	5	68
4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	3	5	4	5	66
4	3	4	3	3	4	4	4	5	4	5	4	5	4	5	61
1	2	2	2	3	2	1	1	3	2	2	1	1	2	3	28
5	4	4	5	4	5	4	5	4	4	5	5	4	4	5	67
5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	3	4	5	5	5	65
2	1	2	2	1	2	3	2	1	1	2	2	2	1	2	26
4	5	5	4	4	5	5	5	4	4	3	4	5	4	5	66
4	4	4	5	4	5	5	5	4	4	5	4	5	5	5	68
4	5	4	5	3	5	4	5	5	5	5	4	4	5	4	67
2	2	1	2	3	3	2	1	1	2	1	2	1	2	1	26
3	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	5	5	59
4	4	5	4	4	5	5	4	4	5	4	4	5	4	5	66
4	3	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	5	56
1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	2	3	28
4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	59
4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	5	4	5	62
5	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	3	4	5	64
2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	3	1	2	26
4	4	5	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	5	4	65
5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	4	5	5	4	5	67
4	4	4	5	4	4	4	4	4	3	4	4	5	5	5	63
4	4	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	5	4	5	66
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	4	4	4	67
2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	3	2	1	29
4	4	5	4	5	4	5	4	5	4	4	5	4	5	4	66
4	5	3	5	4	3	4	3	4	3	3	4	5	4	5	59
5	4	4	4	3	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	64
5	4	5	5	4	4	5	5	5	5	4	5	5	5	5	71
4	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	5	67
4	4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	5	4	5	66
5	4	5	4	5	4	4	5	4	3	5	5	5	5	5	68
4	4	4	5	4	5	5	3	4	4	4	4	4	5	5	64
5	5	4	4	5	4	4	4	5	4	5	4	5	5	5	68
1	2	2	1	1	2	3	2	2	2	2	1	2	1	2	26
4	5	4	4	4	4	4	3	3	4	3	4	4	5	4	59
4	4	5	4	4	3	4	4	4	3	4	5	4	5	4	61
5	4	5	3	4	4	5	4	5	4	5	4	3	4	5	64
2	2	1	1	2	2	1	2	2	2	1	2	1	1	1	23
4	4	4	4	5	5	4	5	4	4	5	4	3	4	5	64
5	4	5	3	4	4	5	4	3	4	3	4	4	5	4	61
4	4	4	5	4	4	3	4	4	3	4	4	5	4	3	59
4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	4	5	4	3	4	61
4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	5	5	3	4	3	65
2	1	2	2	2	3	2	1	2	2	2	2	2	1	1	27
4	4	5	4	5	3	5	4	5	4	3	5	4	4	5	64

4	4	3	4	4	3	4	3	4	3	3	4	5	3	4	55
5	4	3	4	3	5	4	4	4	5	4	3	4	4	5	61
5	4	5	5	4	4	3	5	3	5	4	4	4	3	4	62
3	5	4	5	4	4	4	5	4	4	5	5	4	5	6	67
4	4	4	4	4	3	5	4	4	3	4	5	4	3	5	60
5	3	5	4	5	4	4	5	3	4	5	4	5	4	4	64
3	4	4	3	4	5	3	3	4	4	4	4	4	3	5	57
5	5	3	4	5	4	4	4	5	4	5	3	5	4	5	65
5	4	4	3	5	5	3	4	5	5	4	4	4	5	5	65

LAMPIRAN 5

DATA SET KEPUTUSAN MENONTON FILM

Y1.1	Y1.2	Y1.3	Y1.4	Y1.5	Y1.6	Y1.7	Y1.8	Y1.9	TOTAL_Y
4	4	4	5	5	4	5	4	4	39
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
4	5	5	4	4	4	4	5	3	38
5	4	5	4	4	4	5	5	5	41
4	4	3	4	3	4	5	4	4	35
5	4	4	5	4	4	5	4	4	39
5	4	5	4	4	4	5	5	4	40
4	4	5	3	5	5	4	3	5	38
5	5	4	4	2	3	4	4	5	36
4	5	4	4	3	4	5	4	4	37
3	2	2	2	1	2	2	2	3	19
4	4	4	5	4	4	4	5	4	38
4	5	4	5	5	3	3	4	4	37
3	4	4	4	5	4	5	4	3	36
4	4	4	4	5	4	4	4	5	38
3	3	4	3	3	4	4	3	4	31
4	4	4	5	4	4	5	4	5	39
5	4	3	4	5	4	5	4	5	39
4	4	4	3	4	3	4	4	3	33
4	5	5	4	5	5	4	5	4	41
4	4	4	4	2	5	3	4	5	35
1	2	3	2	2	1	1	2	2	16
4	4	5	5	4	4	3	4	5	38
4	4	5	4	3	5	5	4	5	39
5	5	5	4	3	2	5	4	4	37
3	4	4	3	4	4	4	3	3	32
4	5	5	4	4	5	5	4	4	40
4	4	3	4	4	4	5	4	4	36
4	4	3	4	5	4	4	5	5	38
3	4	5	5	4	4	5	5	4	39
5	5	5	5	5	5	5	4	4	43
5	4	3	4	4	4	5	5	5	39
4	3	3	4	4	5	4	4	5	36
4	4	4	5	4	4	5	4	4	38
3	4	3	4	4	4	3	4	4	33
5	4	4	5	4	5	5	5	4	41
4	4	5	5	4	3	5	4	5	39
5	4	4	4	5	4	4	5	5	40
4	5	4	4	5	4	5	4	4	39
5	4	4	5	4	5	4	5	4	40
5	5	4	4	4	5	4	5	5	41

5	4	4	4	3	2	5	4	3	34
4	5	5	5	4	4	4	3	4	38
5	4	4	3	4	5	5	5	4	39
4	4	4	5	5	4	5	4	5	40
3	4	5	5	4	4	5	3	5	38
3	3	4	5	4	3	5	4	5	36
3	4	4	5	4	4	4	4	3	35
2	3	2	3	2	1	1	2	2	18
4	4	5	4	4	4	5	5	4	39
4	4	3	4	4	5	5	4	5	38
2	3	2	1	1	2	2	1	1	15
5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
4	4	3	2	4	5	3	5	4	34
4	5	5	4	5	5	4	5	5	42
2	3	2	2	1	1	2	2	3	18
4	4	4	4	3	4	4	3	4	34
4	4	4	4	5	5	4	4	5	39
3	4	3	4	4	4	4	4	3	33
3	2	1	2	1	1	2	2	1	15
4	4	3	4	4	3	4	3	3	32
5	4	5	5	4	4	5	4	5	41
4	4	3	4	4	5	5	4	5	38
2	3	2	2	1	2	2	2	1	17
5	5	5	4	5	5	4	5	5	43
5	4	3	4	4	3	4	5	5	37
4	4	3	4	4	4	3	4	4	34
4	5	4	5	4	5	4	5	4	40
4	4	4	5	5	4	4	3	4	37
1	2	2	2	1	2	2	2	2	16
5	4	4	5	5	4	4	4	5	40
4	4	3	4	3	4	4	4	3	33
5	4	5	4	5	4	5	4	5	41
5	4	5	4	5	5	4	4	3	39
5	5	4	4	4	3	4	4	4	37
4	5	4	5	5	4	3	4	5	39
5	5	5	5	4	2	4	3	4	37
5	4	4	5	4	3	4	4	3	36
5	4	4	5	4	4	5	5	4	40
2	2	1	2	2	3	2	2	2	18
5	4	4	5	4	5	4	4	5	40
4	5	4	5	3	4	4	4	5	38
4	4	4	5	4	5	4	5	4	39
2	3	2	2	1	2	3	2	2	19
5	4	4	5	4	5	4	4	3	38
5	5	5	4	4	4	3	5	4	39
5	4	4	5	3	5	5	4	5	40
3	5	3	5	5	4	4	4	5	38
4	4	4	4	4	5	4	4	5	38

1	2	3	2	1	2	2	2	1	16
5	4	4	5	4	5	4	4	4	39
5	3	5	4	4	4	4	4	5	38
5	4	4	5	5	5	3	2	4	37
3	4	5	4	3	5	5	5	5	39
5	5	4	5	5	5	3	4	4	40
4	4	3	4	4	4	5	5	4	37
4	5	4	5	4	4	5	5	5	41
5	3	5	4	3	5	3	4	4	36
4	4	4	5	4	4	5	5	4	39
5	5	4	5	5	5	4	4	5	42

LAMPIRAN 6

HASIL ANALISIS DESKRIPTIF

Descriptive Statistics

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Konten Spoiler Film	100	23,00	71,00	60,1300	12,21992
Keputusan Menonton	100	15,00	43,00	35,6500	7,02287
Valid N (listwise)	100				

LAMPIRAN 7

HASIL UJI VALIDITAS

		X1.1	X1.2	X1.3	X1.4	X1.5	X1.6	X1.7	X1.8	X1.9	X1.10	X1.11	X1.12	X1.13	X1.14	X1.15	Konten Spoiler Film
X1.1	Pearson Correlation	1	,669**	,687**	,651**	,616**	,588**	,661**	,680**	,576**	,650**	,638**	,673**	,613**	,644**	,644**	,827**
	Sig. (2-tailed)		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.2	Pearson Correlation	,669**	1	,619**	,716**	,676**	,577**	,636**	,664**	,630**	,608**	,638**	,637**	,614**	,690**	,694**	,833**
	Sig. (2-tailed)	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.3	Pearson Correlation	,687**	,619**	1	,603**	,539**	,514**	,718**	,680**	,669**	,528**	,638**	,712**	,595**	,678**	,634**	,815**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.4	Pearson Correlation	,651**	,716**	,603**	1	,637**	,519**	,602**	,670**	,591**	,589**	,688**	,737**	,603**	,681**	,655**	,824**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.5	Pearson Correlation	,616**	,676**	,539**	,637**	1	,528**	,524**	,626**	,580**	,632**	,628**	,676**	,560**	,651**	,640**	,787**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.6	Pearson Correlation	,588**	,577**	,514**	,519**	,528**	1	,562**	,570**	,435**	,587**	,549**	,507**	,515**	,623**	,569**	,710**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.7	Pearson Correlation	,661**	,636**	,718**	,602**	,524**	,562**	1	,671**	,639**	,486**	,557**	,666**	,534**	,625**	,634**	,789**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.8	Pearson Correlation	,680**	,664**	,680**	,670**	,626**	,570**	,671**	1	,637**	,657**	,677**	,679**	,609**	,649**	,692**	,842**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.9	Pearson Correlation	,576**	,630**	,669**	,591**	,580**	,435**	,639**	,637**	1	,579**	,657**	,638**	,551**	,603**	,708**	,787**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.10	Pearson Correlation	,650**	,608**	,528**	,589**	,632**	,587**	,486**	,657**	,579**	1	,618**	,588**	,553**	,608**	,660**	,771**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.11	Pearson Correlation	,638**	,638**	,638**	,688**	,628**	,549**	,557**	,677**	,657**	,618**	1	,578**	,560**	,662**	,667**	,808**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.12	Pearson Correlation	,673**	,637**	,712**	,737**	,676**	,507**	,666**	,679**	,638**	,588**	,578**	1	,589**	,647**	,644**	,827**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

X1.13	Pearson Correlation	,613**	,614**	,595**	,603**	,560**	,515**	,534**	,609**	,551**	,553**	,560**	,589**	1	,645**	,722**	,768**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.14	Pearson Correlation	,644**	,690**	,678**	,681**	,651**	,623**	,625**	,649**	,603**	,608**	,662**	,647**	,645**	1	,671**	,837**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
X1.15	Pearson Correlation	,644**	,694**	,634**	,655**	,640**	,569**	,634**	,692**	,708**	,660**	,667**	,644**	,722**	,671**	1	,849**
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Konten Spoiler Film	Pearson Correlation	,827**	,833**	,815**	,824**	,787**	,710**	,789**	,842**	,787**	,771**	,808**	,827**	,768**	,837**	,849**	1
	Sig. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
	N	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Correlations

		1.1	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7	1.8	1.9	Keputusan Menonton
.1	Person Correlation	1	.594**	.559**	.614**	.600**	.548**	.558**	.620**	.602**	.797**
	p (2-tailed)		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.2	Person Correlation	.594**	1	.592**	.624**	.633**	.495**	.504**	.602**	.533**	.766**
	p (2-tailed)	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.3	Person Correlation	.559**	.592**	1	.590**	.566**	.509**	.552**	.533**	.548**	.758**
	p (2-tailed)	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.4	Person Correlation	.614**	.624**	.590**	1	.675**	.534**	.595**	.570**	.621**	.814**
	p (2-tailed)	<.001	<.001	<.001		<.001	<.001	<.001	<.001	<.001	<.001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.5	erson Correlation	600**	633**	566**	675**	1	637**	550**	608**	629**	,832**
	si. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001	<,001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.6	erson Correlation	548**	495**	509**	534**	637**	1	504**	623**	618**	,774**
	si. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001	<,001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.7	erson Correlation	558**	504**	552**	595**	550**	504**	1	635**	596**	,770**
	si. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001	<,001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
.8	erson Correlation	620**	602**	533**	570**	608**	623**	635**	1	617**	,812**
	si. (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001	<,001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

.9	erson Correlation	602**	533**	548**	621**	629**	618**	596**	617**	1	.813**
	si (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001		<,001
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
putusan Menonton	erson Correlation	797**	766**	758**	814**	832**	774**	770**	812**	813**	1
	si (2-tailed)	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	<,001	
		100	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

LAMPIRAN 8

HASIL UJI RELIABILITAS

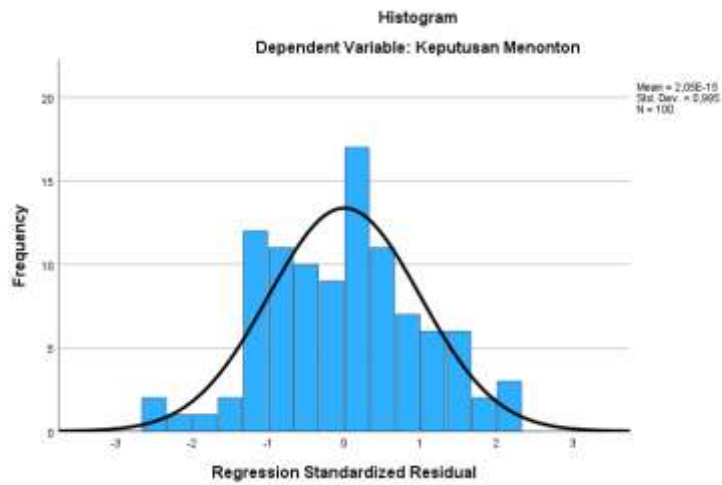
Reliability Statistics

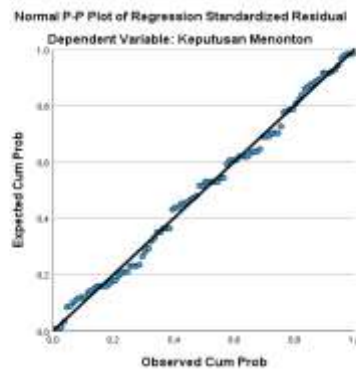
Cronbach's Alpha	N of Items
,961	15

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,925	9

HASIL UJI NORMALITAS





One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		100	
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000	
	Std. Deviation	2,35638097	
Most Extreme Differences	Absolute	,056	
	Positive	,056	
	Negative	-,044	
Test Statistic		,056	
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		,200 ^d	
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^e	Sig.	,608	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	,595
		Upper Bound	,620

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

e. Lilliefors' method based on 10000 Monte Carlo samples with starting seed 299883525.

LAMPIRAN 9

HASIL UJI REGRESI LINIER SEDERHANA

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,096	1,195		2,591	,011
	Konten Spoiler Film	,541	,019	,942	27,794	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4333,049	1	4333,049	772,491	<,001 ^b
	Residual	549,701	98	5,609		
	Total	4882,750	99			

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton

b. Predictors: (Constant), Konten Spoiler Film

LAMPIRAN 10
HASIL UJI KOEFISIEN DETERMINASI

Model Summary^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,942 ^a	,887	,886	2,36837

a. Predictors: (Constant), Konten Spoiler Film

b. Dependent Variable: Keputusan Menonton

LAMPIRAN 11 HASIL UJI HIPOTESIS

Coefficients^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	3,096	1,195		2,591	,011
	Konten Spoiler Film	,541	,019	,942	27,794	<,001

a. Dependent Variable: Keputusan Menonton