

Pengaruh Terpaan Konten dan Kredibilitas Ade Rai Pada Akun Youtube Dunia Ade Rai Terhadap Sikap Hidup Sehat *Subscribers*

Ardian Wibisono

Universitas Gunadarma, Fakultas Ilmu Komunikasi, Indonesia

* email. ardianwibi0310@gmail.com

ABSTRACT

This research aims to identify and analyze the influence of content exposure and Ade Rai's credibility on the YouTube channel Dunia Ade Rai on the healthy lifestyle attitudes of its subscribers. The study employs the S-O-R (stimulus-organism-response) theory proposed by Hovland, as well as the source credibility theory introduced by Hovland, Janis, and Kelley. The research method used is quantitative, utilizing a questionnaire survey distributed via Google Forms. The respondents of this study are subscribers of the Dunia Ade Rai YouTube channel, with a sample size of 400, calculated using the Slovin formula and selected through purposive sampling. The data analysis methods used in this research include validity tests, reliability tests, heteroscedasticity tests, multicollinearity tests, regression analysis, coefficient of determination, as well as T-test and Ftest. Based on the results of data analysis, it can be concluded that content exposure has an influence on the healthy lifestyle attitudes of subscribers, Ade Rai's credibility affects the healthy lifestyle attitudes of subscribers, and both content exposure and Ade Rai's credibility on the Dunia Ade Rai YouTube channel positively influence the healthy lifestyle attitudes of its followers.

Keywords: *Content Exposure, Healthy Lifestyle Attitudes, Youtube Account Ade Rai*

ABSTRAK

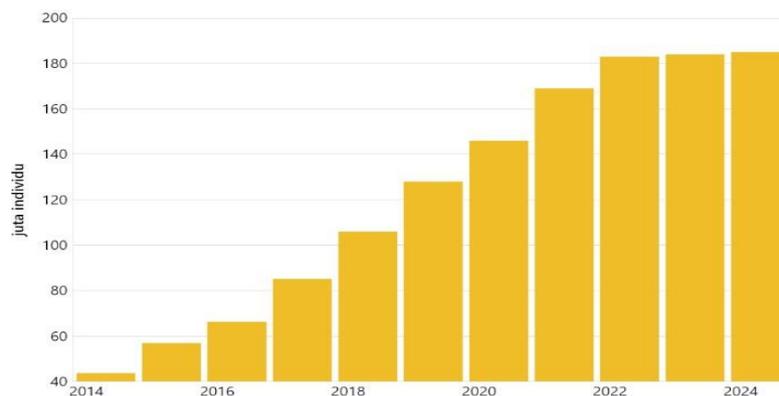
Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisis adanya pengaruh terpaan konten dan kredibilitas Ade Rai pada akun youtube Dunia Ade Rai terhadap sikap hidup sehat *subscribers*. Penelitian ini menggunakan teori menggunakan pendekatan teori S-O-R (*stimulus-organism-response*) yang di kemukakan oleh Hovland dan teori kredibilitas sumber dikemukakan oleh Hovland, Janis, dan Kelley. Metode penelitian yang di gunakan adalah kuantitatif, dengan metode penyebaran angket kuesioner menggunakan *Google Form*. Responden pada penelitian ini adalah *subscribers* dari akun youtube Dunia Ade Rai, dengan jumlah sampel sebesar 400 yang diambil berdasarkan dengan perhitungan rumus Slovin dan teknik pengambilan sampel secara *purposive sampling*. Metode abalisis data pada penelitian menggunakan uji validitas, realibilitas, heterokedastistas, multikolonieritas, analisis regresi, koefisien determinasi, serta uji T dan Uji F. Berdasarkan hasil analisis data, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh terpaan konten terhadap sikap hidup sehat *subscribers*, pengaruh kredibilitas Ade Rai terhadap sikap hidup sehat *subscribers*, dan pengaruh terpaan konten dan kredibilitas Ade Rai pada akun youtube Dunia Ade Rai terhadap sikap hidup sehat *subscribers* memiliki pengaruh yang positif bagi sikap hidup sehat orang yang mengikutinya.

Kata-kata Kunci: Akun Youtube Ade Rai, Sikap Hidup Sehat, Terpaan Konten

PENDAHULUAN

Pada perkembangan era media baru dengan adanya internet memberikan kemudahan kepada peunggunanya untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan membeli barang secara online dari mana saja. Media baru atau *new media* adalah istilah yang menjelaskan tentang gabungan antara teknologi komunikasi secara digital yang di amana komputer sebagai alat untuk membantu terhubung ke dalam jaringan tertentu (Fachruddin, 2019). Dengan adanya Media baru atau *new media* sebagai perbedaan dari media sebelumnya yang dimana media baru tidak memerlukan aktivitas seperti tatap muka dan memberi respon secara langsung. Hal ini terjadi karena media baru melakukan konvergensi melalui internet.

Internet adalah berbagai macam komputer yang saling terhubung satu dengan yang lain dan menajadi sebuah jaringan telekomunikasi seperti telepon, radio, dan satelit. Karena saling berhubungan maka terbentuk satu jaringan yang dimana cakupan jaringan yang dihasilkan mencakup ke seluruh dunia atau *global* (Nurbaiti, 2023). Menurut riset data pengguna internet yang dilakukan oleh databooks dari website databooks.katadata.co.id, Terdapat 185 juta pengguna internet pada Januari 2024. Hal ini menunjukkan bahwa sebanyak 66,5% penduduk Indonesia yang berjumlah 278,7 juta orang menggunakan internet. We Are Social juga memberikan data jumlah pengguna internet di Indonesia dalam 10 tahun terakhir.



Gambar Data Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2024

(Sumber: databoks.katadata.co.id)

Kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia dari tahun ke tahun menunjukkan bahwa internet menjadi salah satu kebutuhan masyarakat di Indonesia sebagai alat untuk membantu segala kegiatan mereka.



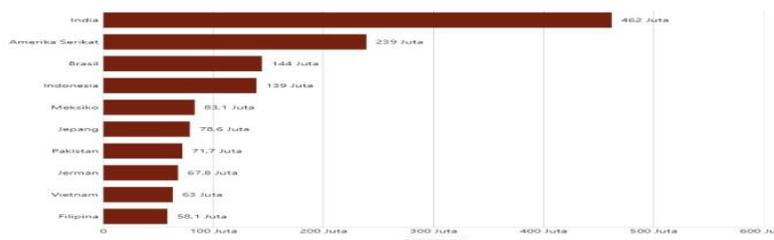
Gambar Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024

(Sumber: We Are Social)

Media sosial adalah suatu platform di internet yang memungkinkan parpenggunanya untuk mengekspresikan diri mereka dengan berinteraksi, berbagi informasi, dan berkomunikasi antara pengguna lain melalui internet sehingga membangun hubungan sosial secara jarak jauh (Hadiwibowo, 2023)

Media sosial memberikan kita banyak sekali manfaat seperti memperbanyak relasi, berbagi informasi, dan mencari hiburan. Hal tersebut adalah beberapa contoh manfaat media sosial. Media sosial mengalami perkembangan di beberapa tahun terakhir menjadi suatu alat penyebar informasi dan pesan terluas dan terbesar. (Krumsvik, 2018). Berbagai macam platform yang ada di media sosial contohnya seperti TikTok, YouTube, Instagram, X, Facebook, dan lain-lain. YouTube menjadi salah satu media sosial yang menawarkan banyaknya informasi dan hiburan.

YouTube merupakan salah satu platform yang digunakan untuk berbagi serta menonton video yang menyajikan beragam jenis video seperti video clip musik, short movie, hiburan, bahkan informasi yang dapat diunggah oleh pengguna YouTube yang dapat diakses secara gratis dan kapan saja. (Arief Pratama & Rosita Anggraini, 2019).



Gambar Data Pengguna Youtube di Indonesia Tahun 2024

(Sumber: andi.link)

Menurut hasil riset *We Are Social*, Pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Karena itu Indonesia menjadi negara dengan pengguna YouTube terbanyak di dunia menempati posisi keempat. Dengan berkembangnya teknologi, YouTube dibawah Susan Wojcicki yang merupakan CEO Youtube sekarang melakukan peningkatan dan penyempurnaan. Hal ini dilakukan guna meningkatkan pengguna YouTube dari tahun ke tahun, Sekarang Youtube tidak hanya sebagai *platform* berbagi video saja, tetapi memberikan banyak fitur dan pengalaman baru bagi penggunanya (Sumber: <https://tekno.kompas.com/>, diakses pada 7 Mei 2024).

Salah satu akun YouTube yang membahas tentang olahraga, hiburan, informasi tentang kesehatan dan sebagainya adalah akun YouTube Dunia Ade Rai atau dikenal sabagai Ade Rai. Akun YouTube tersebut mengemas konten tentang olahraga dan informasi kesehatan dengan menarik, akun YouTube Dunia Ade Rai secara konsisten membuat konten yang berfokus pada cara menjaga nutrisi dalam tubuh, kesehatan fisik, olahraga dan yang lainnya. Konten yang dibuat oleh Ade Rai berhasil menarik beberapa pengguna YouTube.



Gambar Akun Youtube Dunia Ade Rai

(Sumber: <https://www.youtube.com/@duniaaderai6302>)

Saat ini akun YouTube Dunia Ade Rai memiliki 1 juta subscriber, dengan banyaknya *subscriber* akun YouTube Dunia Ade Rai konten konten yang disajikan sangat menarik untuk lihat dan diikuti. Terlebih bagi subscriber yang sedang mencari cara atau informasi tentang kesehatan seperti diet, kebutuhan nutrisi dan yang lain. Akun YouTube Dunia Ade Rai mulai aktif pada 9 Juli 2019 dengan video yang berjudul “LATIHAN TRICEPS PAKAI SATU TANGAN *WHY NOT???*” yang dimana sampai penelitian ini dibuat (per bulan mei 2024) sudah mengunggah lebih dari 700 video dengan jumlah telah ditonton sebanyak 93 juta kali tayangan.

Memberikan edukasi kesehatan di platform media sosial bukanlah hal yang mudah, apalagi dengan gaya bahasa yang ringan namun dengan dasar ilmiah yang dapat dipertanggungjawabkan dan salah satu hal yang paling penting dalam proses pengobatan adalah pemahaman pasien tentang penyakitnya, seringkali hal ini menjadi kendala karena sulitnya seorang dokter menjelaskan berbagai istilah kesehatan yang sulit untuk bisa dipahami pasien. Ade Rai terbilang berhasil untuk membuat masyarakat membaca tentang informasi kesehatan yang dibuatnya hal ini dapat dibuktikan melalui video dari channel youtubanya mendapatkan perhatian dari banyak pengguna youtube mulai dari ratusan, ribuan bahkan puluhan ribu *likes* dan *share*.

Kesehatan merupakan hal yang sangat penting bagi semua manusia karena tanpa kesehatan yang baik, maka setiap manusia akan sulit dalam melaksanakan aktivitasnya sehari-hari. Kesehatan adalah suatu hal yang mendasar dalam hidup manusia, banyak orang sakit dan keluarganya yang mengorbankan segala harta benda mereka untuk mencari kesembuhan. Menjaga kesehatan tubuh merupakan salah satu hal penting yang harus selalu diupayakan. Pola hidup sehat merupakan kebiasaan-kebiasaan melakukan sesuatu baik itu makanan, sikap secara sehat sehingga terhindar dari gangguan segala macam penyakit, baik penyakit fisik maupun non fisik.

Penyakit timbul karena kebiasaan-kebiasaan buruk yang dianggap sepele oleh manusia, beberapa diantaranya adalah bergadang, makan makanan yang tidak sehat, jarang berolahraga dan masih banyak lagi. Ketika seseorang mengalami rasa sakit maka orang tersebut akan mencari tahu apa penyebab dan bagaimana cara menyembuhkan rasa sakit tersebut, salah satu yang paling mudah dilakukan adalah mencari di internet tetapi tidak semua hal yang ada di internet dapat dipercaya karena beberapanya adalah hal yang salah.

Terpaan dapat diartikan sebagai aktivitas mendengar, melihat, membaca, atau mengalami dan memperhatikan pesan-pesan media, dan hal ini dapat terjadi antar individu atau kelompok. Indikator terpaan konten menurut (Rachman, 2019) terdiri dari frekuensi, durasi dan atensi.

Kredibilitas adalah seperangkat persepsi seorang komunikator mengenai karakteristik sumber informasi atau komunikator. Definisi ini mencakup dua pandangan mengenai maknanya. Terdapat tiga aspek yang mempengaruhi suatu kredibilitas sumber (Windahl, Signitizer & Olson, 1983 dalam Fathiyah & Rina, 2019) adalah keterpercayaan, keahlian dan daya tarik

Sikap merupakan gambaran dari tingkah laku seorang komunikan atau khalayak sebelum maupun sesudah menerima informasi. Sikap dapat diartikan pengertian sebagai pernyataan evaluatif terhadap objek, orang atau peristiwa yang artinya hal ini mencerminkan perasaan seseorang terhadap sesuatu.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dengan pendekatan metode survei. Pendekatan metode survei merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur yang sama pada setiap orang, kemudian semua jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis. Pertanyaan terstruktur tersebut disebut sebagai kuesioner. Metode survei biasanya digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah, namun peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data (kuesioner, test, wawancara dan sebagainya).

Objek dalam penelitian ini ialah pengaruh terpaan konten dan kredibilitas Ade Rai akun youtube Dunia Ade Rai terhadap Sikap hidup sehat *subscriber* dengan kriteria pengguna media sosial Youtube dan *subscriber* akun youtube Dunia Ade Rai.

Waktu penelitian ini dibutuhkan selama 6 bulan terhitung dari bulan Maret 2024 hingga bulan September 2024. Dan lokasi dari penelitian ini dilakukan secara media online melalui *google form*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei yang dilakukan dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, serta menggunakan skala likert sebagai teknik pengukuran data. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan rumus Slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai pengaruh terpaan konten dan kredibilitas ade rai pada akun youtube dunia ade rai terhadap sikap hidup sehat subscribers. Peneliti mendapatkan hasil penelitian sebagai berikut:

Berdasarkan perhitungan sampel didapatkan sebanyak 400 responden yang perlu di dapatkan untuk penelitian ini melalui rumus slovin dengan tingkat kepercayaan 5%. Lalu, kuesioner dilakukan dengan menggunakan kuesioner online yaitu Google Form lalu disebarikan melalui media sosial online untuk mempermudah pengumpuulan responden untuk kuesioner ini.

Setelah peneliti menyebarkan kuesioner terhadap 400 responden, data yang diperoleh kembali diolah oleh peneliti menggunakan Microsoft Excel untuk selanjutnya dapat menginput data untuk dianalisis dengan aplikasi SPSS (Statistical Product and Service Solution) versi 25. Pada tahap selanjutnya peneliti melakukan perhitungan validitas dan reliabilitas dengan 30 data responden yang menghasilkan bahwa variable terpaan (X1) memiliki rentang nilai r-hitung sebesar 0.378 sampai 0.801, dan kredibilitas (X2) sebesar 0.538 sampai 0.755 dan sikap (Y) sebesar 0.398 sampai 0.739 yang dimana nilai tersebut lebih dari nilai r-tabel sebesar 0.361 maka dinyatakan valid. Untuk reliabilitas menunjukkan bahwa nilai Cronbach's Alpha > 0.60. Pada variable terpaan (X1) yaitu sebesar 0.856, kredibilitas (X2) memiliki nilai sebesar 0.858, dan sikap (Y) memiliki nilai sebesar 0.750. Dari ketiga variabel tersebut dapat dinyatakan sangat reliabel untuk variabel X1 dan X2, kemudian variabel Y dinyatakan reliabel.

Tahap selanjutnya, peneliti melakukan uji asumsi klasik yang terdiri dari Uji Normalitas, Uji Heteroskedastisitas, dan Uji Multikolinearitas. Untuk uji asumsi klasik pertama yaitu uji normalitas digunakan untuk mengetahui apakah data berdistribusi normal dan mendapatkan hasil bahwa data yang menggunakan Kolmogorov- Smirnov berdasarkan metode Monte Carlo didapatkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,135 Hasil tersebut menandakan $0,135 > 0,05$ yang berarti data tersebut berdistribusi normal. Selanjutnya uji heteroskedastisitas yang digunakan untuk mengetahui apakah ada keterkaitan dengan dua atau lebih variabel bebas atau independen. Lalu dihasilkan bahwa kedua variabel tersebut tidak terjadi heteroskedastisitas. Selanjutnya peneliti melakukan uji asumsi klasik yang terakhir uji multikolinearitas yang mana menghasilkan bahwa data yang digunakan tidak terjadi multikolinearitas yang telah diuji dengan kriteria yang telah ditentukan.

Setelah melakukan uji asumsi klasik, peneliti melakukan uji hipotesis yang terdiri dari Uji Regresi Linear Berganda, Uji T, dan Uji F. Pertama uji regresi linear berganda bertujuan untuk mengetahui arah dan seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen yang menghasilkan bahwa X1 dan X2 memiliki terpaan konten dan kredibilitas terhadap sikap hidup sehat atau Y. Untuk hasil dari X1 sebesar 0.236 dan untuk hasil dari X2 sebesar 0.434. Untuk Uji T yang digunakan untuk mengetahui jika variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap variabel dependen dengan hasil kedua variabelnya lebih dari r-tabel yaitu 5.425 untuk variabel X1 dan 10.824 untuk variabel X2 serta memiliki nilai signifikansi 0.000. Dan tahap akhir yaitu Uji F yang digunakan untuk menguji kedua variabel X secara simultan (bersama) terhadap variabel Y,

yang menghasilkan bahwa kedua variabel memiliki pengaruh terhadap pemenuhan kebutuhan informasi dengan hasil nilai F yaitu 174.731 dengan nilai signifikansi 0.000.

Uji Validitas

Berdasarkan hasil perhitungan korelasi antara setiap skor butir pertanyaan dengan skor totalnya. Melalui pengolahan data dengan program SPSS versi 26 maka hasil nilai-nilai korelasi tersebut dibandingkan dengan nilai r tabel untuk 30 responden yang nilai sebesar 0,361 yaitu apabila $p > 0,361$ = Valid dan apabila $p < 0,361$ = Tidak Valid.

Variabel X1 (Terpaan)	Pernyataan	Pearson Correlation	R tabel	Validitas
	1	0,376	0,361	Valid
	2	0,600	0,361	Valid
	3	0,714	0,361	Valid
	4	0,580	0,361	Valid
	5	0,792	0,361	Valid
	6	0,643	0,361	Valid
	7	0,801	0,361	Valid
	8	0,790	0,361	Valid
	9	0,780	0,361	Valid

Table Hasil Uji Validitas X1 (Terpaan)

(Sumber:Olahan Peneliti 2024)

Berdasarkan tabel 4.7 diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan r hitung (korelasi) lebih besar (>) dari r tabel, yaitu sebesar 0.361 tingkat signifikansi 5%. Maka, dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan variabel X1 valid serta dapat digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian kepada 400 responden.

Variabel X2 (Kredibilitas)	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	Validitas
	1	0,755	0,361	Valid
	2	0,681	0,361	Valid
	3	0,725	0,361	Valid
	4	0,655	0,361	Valid
	5	0,668	0,361	Valid
	6	0,538	0,361	Valid
	7	0,733	0,361	Valid
	8	0,715	0,361	Valid
	9	0,677	0,361	Valid

Table Hasil Uji Validitas X2 (Kredibilitas)

(Sumber:Olahan Peneliti 2024)

Berdasarkan tabel 4.8 diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan r hitung (korelasi) lebih besar (>) dari r tabel, yaitu sebesar 0.361 tingkat signifikansi 5%. Maka, dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan variabel X2 valid serta dapat digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian kepada 400 responden.

Variabel Y (Sikap)	Pernyataan	<i>Pearson Correlation</i>	R tabel	Validitas
	1	0,575	0,361	Valid
	2	0,726	0,361	Valid
	3	0,739	0,361	Valid
	4	0,633	0,361	Valid
	5	0,398	0,361	Valid
	6	0,528	0,361	Valid
	7	0,683	0,361	Valid
	8	0,537	0,361	Valid
	9	0,518	0,361	Valid

Table Hasil Uji Validitas Y (Sikap)

(Sumber:Olahan Peneliti 2024)

Berdasarkan tabel 4.9 diatas dapat dilihat bahwa semua item pernyataan dinyatakan valid. Hal tersebut dikarenakan r hitung (korelasi) lebih besar (>) dari r tabel, yaitu sebesar 0.361 tingkat signifikansi 5%. Maka, dapat dikatakan bahwa setiap pernyataan variabel Y valid serta dapat digunakan untuk mengukur variabel pada penelitian kepada 400 responden.

Uji Reliabilitas

Berdasarkan gambar 4.2, diketahui nilai Alpha Cronbach adalah 0,856 dengan menggunakan SPSS 25 pada Variabel X1 (Terpaan) yang terdiri dari 30 butir pertanyaan dinyatakan sangat reliabel, karena nilai Alpha Cronbach yaitu $0,856 > 0,60$

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.856	9

Gambar Hasil Uji Reliabilitas X1 (Terpaan)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 4.3, diketahui nilai Alpha Cronbach adalah 0,858 dengan menggunakan SPSS 25 pada Variabel X2 (Kredibilitas) yang terdiri dari 30 butir pertanyaan dinyatakan sangat reliabel, karena nilai Alpha Cronbach yaitu $0,858 > 0,60$.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.858	9

Gambar Hasil Uji Reliabilitas X2 (Kredibilitas)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

. Berdasarkan gambar 4.4, diketahui nilai Alpha Cronbach adalah 0,750 dengan menggunakan SPSS 25 pada Variabel Y (Sikap) yang terdiri dari 30 butir pertanyaan dinyatakan reliabel, karena nilai Alpha Cronbach yaitu $0,750 > 0,60$.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.750	9

Gambar Hasil Uji Reliabilitas Y (Sikap)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji Normalitas

Uji normalitas pada penelitian ini dilakukan pada 400 responden subscribers YouTube Dunia Ade Rai. Berikut ini hasil pengolahan data dengan menggunakan SPSS versi 25:

Pada gambar 4.5, hasil uji normalitas menggunakan KolmogorovSmirnov menggunakan metode Monte Carlo didapatkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,135 Hasil tersebut menandakan $0,135 > 0,05$ yang berarti data tersebut berdistribusi normal.

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual	
N		400	
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000	
	Std. Deviation	2.63702178	
Most Extreme Differences	Absolute	.058	
	Positive	.032	
	Negative	-.058	
Test Statistic		.058	
Asymp. Sig. (2-tailed)		.003 ^c	
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.135 ^d	
	99% Confidence Interval	Lower Bound	.126
		Upper Bound	.144

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. Based on 10000 sampled tables with starting seed 2000000.

Gambar Hasil Uji Normalitas

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji Heteroskedastistas

Berikut ini hasil pengolahan data uji heteroskedastisitas dengan menggunakan SPSS versi 25:

1. Nilai signifikan pada variabel X1 sebesar 0,415 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable X1 tidak terjadi Heteroskedastisitas.
2. Nilai signifikan pada variabel X2 sebesar 0,852 dimana nilai tersebut lebih besar dari 0.05. Maka dapat disimpulkan bahwa variable X2 tidak terjadi Heteroskedastisitas.

			X1	X2	Unstandardized Residual
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000	.569**	.041
		Sig. (2-tailed)	.	.000	.415
		N	400	400	400
	X2	Correlation Coefficient	.569**	1.000	-.009
		Sig. (2-tailed)	.000	.	.852
		N	400	400	400
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.041	-.009	1.000
		Sig. (2-tailed)	.415	.852	.
		N	400	400	400

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

Gambar Hasil Uji Heteroskedastistas

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji Multikolonieritas

Berikut ini hasil pengolahan data uji multikolinieritas dengan menggunakan SPSS versi 25:

1. Nilai Toleransi untuk variabel X1 sebesar 0.625 yang mana angka ini lebih dari 0.100 dan nilai VIF sebesar 1.599 yang mana nilai ini kurang dari 10.00. Maka dapat dikatakan bahwa pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas.
2. Nilai Toleransi untuk variabel X2 sebesar 0.625 yang mana angka ini lebih dari 0.100 dan nilai VIF sebesar 1.599 yang mana nilai ini kurang dari 10.00. Maka dapat dikatakan bahwa pada variabel tersebut tidak terjadi multikolinieritas

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.358	1.016		9.209	.000		
	X1	.236	.043	.251	5.425	.000	.625	1.599
	X2	.434	.040	.501	10.824	.000	.625	1.599

a. Dependent Variable: Y

Gambar Hasil Uji Multikolonieritas

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji Koefisien Determinasi

Berdasarkan pada gambar 4.8 diatas hasil olah data oleh peneliti, dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh antara variable X1 dan X2 terhadap variable Y dengan nilai R-square sebesar 0.468 atau 46,8% dan sisanya 53,2% dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari penelitian ini seperti kualitas informasi, komunikasi persuasif, kebutuhan informasi dan masih banyak yang lainnya.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.684 ^a	.468	.465	2.64366

a. Predictors: (Constant), X2, X1
b. Dependent Variable: Y

Gambar Hasil Uji Koefisien Determinasi

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji Analisis Regresi Linear Berganda

Analisis Regresi linear berganda untuk mengetahui arah hubungan antara variabel dependen dengan variabel independent, Analisis ini juga digunakan untuk mengetahui apakah masing-masing variabel independent mengalami kenaikan atau penurunan dan data yang digunakan biasanya berskala interval atau rasio (Ghozali, 2018). Bentuk persamaan untuk regresi berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + e$$

Berdasarkan gambar 4.9, didapatkan hasil persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 9.358 + 0.236X_1 + 0.434X_2 + e$$

Kesimpulan dari hasil persamaan diatas, yaitu :

1. Nilai Konstanta (a) mendapatkan nilai 9.358 yang memiliki nilai positif, dapat diartikan bahwa nilai tersebut memiliki pengaruh yang searah antara variabel independent dan dependen.
2. Nilai $\beta_1 X_1$ sebesar 0.236, memiliki pengaruh terpaan positif terhadap sikap hidup sehat yang dimana setiap kenaikan maka akan mempengaruhi variabel Sikap Hidup Sehat sebesar 0.236.
3. Nilai $\beta_2 X_2$ sebesar 0.434, yaitu kredibilitas mempunyai pengaruh yang positif terhadap sikap hidup sehat, yang dimana setiap kenaikan 1 satuan variabel kredibilitas akan mempengaruhi sebesar 0.434.

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.358	1.016		9.209	.000		
	X1	.236	.043	.251	5.425	.000	.625	1.599
	X2	.434	.040	.501	10.824	.000	.625	1.599

a. Dependent Variable: Y

Gambar Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Uji T (Persial)

Uji T (parsial) pada dasarnya untuk menguji seberapa jauh pengaruh suatu variabel penjelas atau independent secara individual dalam menerangkan variabel dependent (Sugiyono, 2019). Dasar pengambilan keputusan digunakan dalam uji T sebagai berikut:

1. Berdasarkan nilai t-hitung dan t-tabel
 - 1) Jika nilai t-hitung > t-tabel maka variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependent.
 - 2) Jika nilai t-hitung < t-tabel maka variabel independent tidak berpengaruh terhadap variabel dependent.

2. Berdasarkan nilai signifikansi

- 1) Jika nilai sig. 0,05 maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.
- 2) Jika nilai sig. >0,05 maka variabel independent tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel dependent.

Adapun rumus untuk menentukan t tabel sebagai berikut:

$$\alpha/2: n - k - 1$$

Melalui rumus di atas, maka dapat ditentukan untuk menemukan t tabel yang dipakai adalah: $t \text{ tabel} = (\alpha/2: n - k - 1)$.

$$t \text{ tabel} = (0,05/2: 400 - 2 - 1) \text{ t tabel}$$

$$= (0,025: 397) \text{ t tabel} = 1,965. 103$$

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	9.358	1.016		9.209	.000		
	X1	.236	.043	.251	5.425	.000	.625	1.599
	X2	.434	.040	.501	10.824	.000	.625	1.599

a. Dependent Variable: Y

Gambar Hasil Uji T (Persial)
(Sumber: *Olahan Peneliti, 2024*)

hasil uji t dapat disimpulkan hipotesis sebagai berikut:

- 1) Hasil uji statistic t-test untuk terpaan (X1), diketahui nilai t hitung sebesar 5.425 yang dapat diartikan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($5.425 > 1.965$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka dapat disimpulkan variabel terpaan konten terdapat terpaan terhadap sikap hidup sehat.
- 2) Hasil uji statistic t-test untuk kredibilitas (X2), diketahui nilai t hitung sebesar 10.824 yang dapat diartikan bahwa $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ ($10.824 > 1.965$) dan nilai signifikansi $0.00 < 0.05$ maka dapat disimpulkan variabel kredibilitas terdapat kredibilitas terhadap sikap hidup sehat.

Uji F (Simultan)

Uji F pada dasarnya menunjukkan apakah semua variabel independen atau variabel bebas yang dimasukkan dalam model memiliki pengaruh secara bersamaan terhadap variabel dependen atau terikat Ghozali (2018). Untuk menguji hipotesis statistik F dengan kriteria pengambilan keputusan sebagai berikut:

- 1) Jika nilai Sig. < 0,05 atau F hitung > F tabel, maka terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.
- 2) Jika nilai Sig. > 0,05 atau F hitung < F tabel maka tidak terdapat pengaruh variabel X secara simultan terhadap variabel Y.

Nilai F tabel dihitung dengan cara $F_{tabel} = (k: n - k)$ dimana n merupakan jumlah responden dan k merupakan jumlah variabel. Maka didapatkan nilai f tabel dengan probabilitas 0,05 dalam penelitian ini yaitu $F_{tabel} (2: 400 - 2) = 3,018$. Berdasarkan rumus yang digunakan dalam uji F berikut adalah hasil dari pengujian uji F sebagai berikut:

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2442.360	2	1221.180	174.731	.000 ^b
	Residual	2774.600	397	6.989		
	Total	5216.960	399			

a. Dependent Variable: Y
 b. Predictors: (Constant), X2, X1

Gambar Hasil Uji F (Simultan)

(Sumber: Olahan Peneliti, 2024)

Berdasarkan gambar 4.11, hasil uji F, diketahui bahwa hasil nilai uji F hitung untuk variabel Terpaan (X1) dan Kredibilitas (X2) yaitu sebesar $174.731 > 3,018$ dan nilai sig. $0.000 < 0.05$. Sehingga H_0 ditolak dan H_a diterima. Yang artinya variabel terpaan dan kredibilitas secara simultan berpengaruh terhadap sikap hidup sehat.

SIMPULAN

Kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti bahwa penelitian ini menggunakan metode kuantitatif untuk menguji pengaruh terpaan konten dan kredibilitas ade rai pada akun youtube dunia ade rai terhadap sikap hidup sehat *subscribers*. Maka penulis menyimpulkan:

1. Terpaan Konten pada akun youtube dunia ade rai terbukti memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap hidup sehat *subscribers*. Terpaan konten efektif dalam menyampaikan informasi kepada audiens dengan menonjolkan pengalaman nyata pembuat konten, Teori stimulus organism response menunjukkan bahwa ketika audiens mendapatkan terpaan konten dari kreator youtube, mereka lebih mungkin untuk meyakinkan dan mempercayai isi konten tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa terpaan konten merupakan variabel yang dapat membentuk sikap hidup sehat *subscribers*.
2. Kredibilitas Ade Rai pada Akun Youtube Dunia Ade Rai memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap sikap hidup sehat *subscribers*. Ini menunjukkan bahwa kredibilitas berperan dalam membentuk sikap hidup sehat. Hal ini dipengaruhi oleh faktor seperti kepercayaan, keahlian, dan daya tarik pembuat konten sebagai sumber informasi. Ketika ketiga faktor ini terpenuhi, maka kredibilitas sumber meningkat dan akan berdampak pada sikap hidup sehat *subscribers*.
3. Terpaan konten dan kredibilitas Ade Rai pada Akun Youtube Dunia Ade Rai terbukti memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap sikap hidup sehat *subscribers* secara simultan. Berdasarkan teori stimulus organism response dan teori kredibilitas sumber, konten yang dibagikan oleh kreator kepada komunikan yang pada akhirnya akan memberikan efek berupa pengaruh terhadap sikap mereka. Terpaan konten memberikan informasi yang dibutuhkan oleh audiens, sementara kredibilitas Ade Rai ada Akun Youtube Dunia Ade Rai memberikan rasa percaya kepada komunikan yang melihat isi konten dari Akun Youtube Dunia Ade Rai

DAFTAR PUSTAKA

Book

- Ardianto, Elvinaro. (2014). Metodologi Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, Suharsimi. (2016). Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arum Faiza, Sabila J Firda, dkk. (2018). Arus Metamorfosa Milenial. Kendal: Penerbit Ernest.
- Creswell, John W. (2012). Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendy, Onong Uchjana. (2009). Dimensi-dimensi Komunikasi. Bandung : PT Alumni.
- Effendy. (2003). Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi, Bandung: PT. CitraAditya Bakti.
- Fachruddin, A. (2019). Journalism Today. Jakarta: Kencana
- Ghozali, Imam. (2018.) Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23. Edisi ke-8. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hidajanto, Djamal, Fachrudin, Andi. (2015). Dasar-Dasar Penyiaran. Jakarta.
- Kriyantono, Rahmat. (2006). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Krumsvik, A. H. (2018). Redefining User Involvement in Digital News Media. Journalism Practice, 12(1), 19-31.
- Nasrullah, Ruli. (2017). Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi di Internet. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Notoatmodjo, S. (2010.) Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta : Rineka Cipta. Perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rakhmat, J. (2009). Metode Penelitian Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya
- Shimp, T. A. (2013). Advertising, Promotion, and Other Aspects of Integrated Marketing Communications Ninth Edition. Amerika Serikat: South Western Cengage Learning.
- Siregar. Syofian. 2014. Metode penelitian kuantitatif dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual dan SPSS. Jakarta: Kencana

Jurnal

- Dhestantya, D., Nesia, A., & Restu, U. (2018). Pengaruh Beauty Vlogger Suhay Salim Terhadap Keputusan Pembelian Wardah (Studi Survey pada Mahasiswi FISIP Untirta 2015) (Doctoral dissertation, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa).
- Fathiyah, R. N., & Rina, N. (2019). Pengaruh Kredibilitas Youtuber Terhadap Sikap Penonton Pada Channel Atta Halilintar (Studi Kuantitatif Pada Penonton YouTube Atta Halilintar Di Instagram @_ateam.ofc)

- Ishak, Asmi, 2008, Pengaruh Penggunaan Selebriti Dalam Iklan Terhadap Minat Beli Konsumen, *Jurnal Siasat Bisnis* Vol. 12 No. 2, Hal: 71–88.
- Kusumasari, R. N. (2015). Lingkungan sosial dalam perkembangan psikologis anak. *J- IKA: Jurnal Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas BSI Bandung*, 2(1), 32-38.
- Nurbaiti, N., & Alfariysi, M. F. (2023). Sejarah Internet di Indonesia. *JIKEM: Jurnal Ilmu Komputer, Ekonomi Dan Manajemen*, 3(2), 2336–2344. <https://ummaspul.e-journal.id/JKM/article/view/5985>
- Nurfalah, F., et al. "Pengaruh Kredibilitas dan Kepribadian Dosen dalam Mengajar terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Syekh Nurjati Cirebon." *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, vol. 9, no. 2, Jul. 2011
- Pratama, A., & Anggraini, R. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respon Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, (1)
- Rachman, R. A. (2019), Pengaruh Terpaan Media dan Motif Penggunaan Media Terhadap Kepuasan Followers Dalam Memperoleh Informasi Pada Akun Instagram @Jktinfo. Universitas Gunadarma
- Sari, A. F. (2020). Etika Komunikasi: Menanamkan Pemahaman Etika Komunikasi kepada Mahasiswa. *TANJAK: Journal of Education and Teaching*, 1(2), 127-135.
- Savitri, S. A., & Erdiansyah, R. (2019). Pengaruh Citra, Kredibilitas dan Kemampuan Komunikasi Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian Produk MakeUp Maybelline (Studi Kasus Tasya Farasya).
- Winda, W., & Hadiwibowo, I. (2023). PENGARUH REPUTASI KAP, AUDIT TENURE, UKURAN PERUSAHAAN, DAN ROTASI AUDITOR TERHADAP KUALITAS AUDIT. *Jurnal Proaksi*, 10(1), 70–84.
- Yuniar, C. I. (2016). Hubungan antara kredibilitas host dengan kepuasan menonton tayangan program talkshow “sarah sechan” di net tv. Skripsi. Universitas Islam Bandung.

Website

- Alasan Penggunaan Internet di Indonesia Tahun 2024
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/13>
- Data Pengguna Internet Indonesia di Indonesia Tahun 2024
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2024/02/27/ada-185-jutapengguna>.
- Data Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2024 <https://andi.link/hootsuitewe-are-social-data-digital-indonesia-2024>
- Data Pengguna YouTube di Indonesia Tahun 2023
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesiaperingkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>