



## Pengaruh Terpaan Kanal Jonathan terhadap Minat Beli Skin pada Game Mobile Legends (Kasus Instagram Jonathan Liandi)

Erlangga Yudha Satria<sup>1\*</sup>, Diana Amaliasari<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya, Universitas Pakuan Bogor

\*Corresponding Author's e-mail: [Erlanggayudhaas@gmail.com](mailto:Erlanggayudhaas@gmail.com)

### Article History:

Received: February 20, 2026

Revised: March 10, 2026

Accepted: March 30, 2026

### Keywords:

Language Style, Live Stream, Viewer, Youtube

**Abstract:** This study investigates the influence of YouTube content from the Jonathan Liandi channel on purchase interest in Mobile Legends skins. Known among gamers as both entertainment and a source of information on in-game items, the channel delivers engaging and humorous content. Using a quantitative approach and the Uses and Effects theory, the research involved 100 Mobile Legends players selected with the Slovin formula, measuring media exposure through frequency, duration, and depth of attention, and purchase interest from cognitive, affective, and conative aspects. Analysis using mean score calculation, classical assumption tests, and simple linear regression revealed a positive and significant influence, with an R Square of 18.9%, indicating that the content explains part of the variation in purchase interest while the rest is influenced by other factors, confirming that YouTube content can meaningfully affect audience behavior.

Copyright © 2026, The Author(s).

This is an open access article under the CC-BY-SA license



**How to cite:** Satria, E. Y., & Amaliasari, D. (2026). Pengaruh Terpaan Kanal Jonathan terhadap Minat Beli Skin pada Game Mobile Legends (Kasus Instagram Jonathan Liandi). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 5(3), 2514-2522. <https://doi.org/10.55681/sentri.v5i3.5928>

## PENDAHULUAN

Youtube merupakan platform untuk melihat hingga berbagi informasi dengan bentuk video, mulai dari video pendek, tutorial, musik, *game*, hingga edukasi. Konten video yang ada pada YouTube diunggah oleh seseorang atau konten creator. Dengan banyaknya pengguna internet yang ada di Indonesia, berdasarkan data Global Media Insight Indonesia menduduki peringkat empat di seluruh dunia dengan jumlah 139 Juta pengguna. *Youtube* adalah salah satu platform penyedia layanan video terbesar di era modern ini dan YouTube juga bisa dikatakan media untuk upload video secara gratis. Para kreator dapat menonton, memuat, dan berbagi video YouTube secara gratis [2].

YouTube merupakan situs media digital dalam format video yang bisa digunakan untuk melihat, mengunduh, mengunggah, serta membagikan video ke seluruh negeri. Youtube juga bisa dimaksudkan sebagai suatu basis data yang berisi konten video yang populer di media sosial dan juga sebagai wadah informasi yang sangat membantu [6].

Dalam hal ini peneliti memutuskan untuk meneliti akun Youtuber gaming Jonathan liandi karena merupakan satu – satunya kanal youtube gaming yang selalu memberikan informasi mengenai desain produk yang berada di dalam game Mobile Legend dengan ciri khas Jonathan yang lucu dan menarik, mulai dari pembawaan alur cerita desain produk

yang ia buat – buat sendiri, editing yang mengikuti tren terkini dan lucu, dan gaya bicara yang selalu keliru dengan tujuan ditertawai oleh penontonnya sendiri, serta entertainment yang paling baik diantara youtuber gaming lainnya, yang dimana keempat youtuber gaming lainnya hanya membuat konten game biasa, selain itu keaktifan dalam siaran langsung, konsisten membuat konten dan selalu terikat dalam emosional kepada penontonnya.

Konten di kanal Jonathan yang ramai dan ditunggu – tunggu oleh pelanggannya ialah konten review skin. Skin dalam game mobile legend adalah tampilan tambahan pada karakter pemain yang berbeda dengan tampilan aslinya, hal ini menjadi salah satu aspek yang menonjol dan diminati oleh para pemain game mobile legend. Skin dalam game Mobile Legends: Bang Bang tidak hanya memperindah tampilan karakter, tetapi juga dianggap sebagai simbol status di dalam komunitas pemain.

Peneliti melihat seberapa berpengaruh seorang Jonathan Liandi dalam minat beli skin di game Mobile Legend serta menjadi alasan pemilihan penelitian dibandingkan youtuber gaming lainnya, mulai dari konten yang beragam, konsisten dalam pengunggahan konten, interaktif kepada penonton, serta unik dalam penyampaian pesan, serta dari kelima youtuber di atas walaupun Jonathan memulai pada tahun 2021 namun Jonathan yang paling banyak memiliki jumlah video tentang review skin dengan total 269 video, di posisi kedua ada MARKOCOP dengan jumlah video review skin sebanyak 260 video, posisi ketiga ada Jess No Limit dengan jumlah 194 video, posisi keempat ada VY Gaming dengan 104 video dan posisi kelima ada Oura dengan jumlah 94 video.

Dari data di atas menunjukkan konsistensi Jonathan yang paling unggul diantara yang lainnya serta dalam pengunggahannya Jonathan masih aktif sampai saat ini tidak seperti yang lainnya yang terkadang hanya mengunggah satu minggu sekali.

Maka penelitian ini secara spesifik akan memfokuskan pada bagaimana karakteristik spesifik dari kanal influencer seperti Jonathan Liandi yang dikenal dengan pendekatan interaktif dan komunikatifnya dapat mempengaruhi minat beli skin pada game Mobile Legend dan melihat lebih dalam alasan para penonton kanal Youtube Jonathan Liandi berminat membeli virtual *item skin* dengan menonton konten *review skin* dari kanalnya tersebut.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. [7] metode kuantitatif berlandaskan filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu dengan teknik pengambilan sampel umumnya secara acak, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data bersifat kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis.

Pendekatan eksplanatif digunakan untuk menjelaskan hubungan kausal antarvariabel, merekam data dari populasi yang luas, dan tidak terlalu menitikberatkan pada kedalaman data [8].

Penelitian ini dilakukan di secara daring dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada *Subscribers* atau pengikut Jonathan Liandi di *YouTube*. Dengan waktu penelitian yang dilakukan pada Februari 2025 hingga Juni 2025. *Subscribers* atau penontonnya dipilih karena relevan dengan konteks penelitian saya pada pengaruh terpaan kanal Jonathan Liandi terhadap minat beli skin pada game Mobile Legend. kemudian *Subscribers* memiliki populasi yang representatif seperti keberagaman latar belakang baik secara

pendidikan dan pendapatan, serta cenderung menjadi pemain aktif pada game Mobile Legend.

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 [7].

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *Subscribers* atau penonton Jonathan Liandi per tanggal 11 Mei 2025, dengan jumlah seluruh *Subscriber* sebanyak 6.780.000.

Penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, teknik untuk menentukan sampel dengan pertimbangan tertentu, dalam penelitian ini penulis melakukan pertimbangan dalam pengambilan sampel, dimana dengan memilih sesuai dari kriteria yang penulis tentukan [3].

Hasil perhitungan sampel menunjukkan bahwa jumlah sampel yang dibutuhkan adalah sekitar 99,99, yang kemudian peneliti menetapkan jumlah minimal yaitu 99,99 yang dapat dibulatkan menjadi 100 responden. Jumlah ini adalah minimal yang dianggap representatif untuk menggambarkan karakteristik populasi secara umum dalam penelitian dengan populasi besar.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Uji Validitas**

Uji validitas dalam penelitian ini menggunakan teknik Pearson Product Moment. [9] Korelasi Pearson digunakan untuk mencari hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan dua variabel (bivariate) yang berbentuk interval atau ratio, dan sumber data dari dua variabel atau lebih tersebut adalah sama.

Hasil uji validitas menggunakan SPSS 27 pada setiap Variabel yaitu Terpaan Kanal Jonathan Liandi kepada 30 responden yang digunakan pada uji validitas, dengan indikator yaitu frekuensi, durasi dan atensi kemudian pada variabel Minat Beli Skin pada Game Mobile Legend, kognitif, afektif, konatif mendapatkan nilai  $r$  hitung diatas  $r$  tabel (0,361) yang berarti semua indikator dengan total 25 pernyataan valid.

### **Uji Reliabilitas**

Pengukuran reliabilitas setiap variabel dapat diukur dengan menggunakan uji *Cronbach Alpha*. [8] menyatakan bahwa uji reliabilitas adalah sejauh mana hasil pengukuran dengan menggunakan objek yang sama, akan menghasilkan data yang sama.

Hasil uji realibilitas yang dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 25 dengan 30 responden dengan hasil Terpaan Kanal sebesar 0,804 dan Minat Beli sebesar 0,905 yang artinya semua variabel independent maupun dependen tersebut dinyatakan sangat reliabel karena memiliki nilai lebih dari 0,800.

### **Uji Asumsi Klasik**

#### **Uji Normalitas**

Uji Normalitas digunakan untuk menguji apakah dalam model regresi variabel dependen dan variabel independent tersebut mempunyai distribusi normal atau tidak dan dalam model regresi yang baik harus mempunyai distribusi normal atau mendekati normal. dengan metode uji One Sample Kolmogorov Smirnov yang bertujuan untuk mengetahui data variabel yang akan dianalisis berdistribusi secara normal.

**Tabel 1. Hasil Uji Normalitas  
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	0,0000000
	Std. Deviation	2.86118741
Most Extreme Differences	Absolute	0,073
	Positive	0,042
	Negative	-0,073
Test Statistic		0,073
Asymp. Sig. (2-tailed) <sup>c</sup>		.200 <sup>d</sup>

**Sumber: Data Primer 2025**

Pada hasil uji normalitas *Kolmogorov Smirnov* di tabel 1, diketahui bahwa nilai signifikansi *Asymp. Sig. (2-tailed)* adalah 0,200. [1] apabila nilai signifikansi di atas 0,05 maka data terdistribusi normal dalam uji normalitas *Kolmogorov-Smirnov*, maka dapat disimpulkan bahwa pada tabel 1 berdistribusi normal. Dengan demikian, asumsi dan persyaratan normalitas dalam regresi sudah dipenuhi.

### Uji Linearitas

Uji Linearitas dilakukan untuk mengetahui apakah dua variabel memiliki hubungan linear secara signifikan atau tidak. Kolerasi yang baik berarti memiliki hubungan linier antara variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Terdapat variabel independen yaitu Terpaan Tayangan (X) dengan variabel dependen yaitu Minat Membeli (Y). Variabel independen (X) akan dilakukan Uji linieritas dengan variabel dependen (Y). Hasil uji linieritas variabel X dan variabel Y dapat dilihat pada tabel berikut :

**Tabel 2. Hasil Uji Linearitas**

ANOVA Table						
		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	Combined	545.309	52	10.487	1.086	.389
	Linearity	3.237	1	3.237	.335	.565
	Deviation from Linearity	542.072	51	10.629	1.101	.371
Within Groups		3679,031	453.931	47	9.658	
Total		5186,000	999.240	99		

**Sumber: Data Primer 2025**

Pada hasil uji linearitas menggunakan *Deviation from Linearity* di tabel 2, diketahui bahwa nilai signifikansi *Sig.* adalah 0,371, maka sesuai dengan dasar pengambilan keputusan jika nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data memiliki hubungan yang linear antara variabel independen dan dependen. dengan nilai signifikansi  $0,371 > 0,05$  maka asumsi atau persyaratan untuk linearitas dalam model regresi telah terpenuhi.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji Heteroskedastisitas dilakukan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variasi dari nilai residual satu pengamatan ke pengamatan lain. Sehingga untuk mendeteksi gejala heterokedastisitas, dibuatlah sebuah persamaan regresi dengan asumsi tidak ada heterokedastisitas kemudian menentukan nilai absolut residual, yang selanjutnya meregresikan nilai absolut residual yang diperoleh sebagai variabel dependen serta dilakukan regresi dari variabel independen.

**Tabel 3. Hasil Uji Heteroskedastisitas**

		Coefficients <sup>a</sup>		
Spearman's rhoX		Correlation Coefficient	1.000	.081
		Sig. (2-tailed)	.	.423
		N	100	100
	Unstandardized Residual	Correlation Coefficient	.081	1.000
		Sig. (2-tailed)	.423	.
		N	100	100

**Sumber: Data Primer 2025**

Pada hasil uji heteroskedastisitas menggunakan uji *Spearman Rho* pada tabel 3, bahwa nilai signifikan variabel X dilihat nilai *Unstandardized Residual* sebesar 0,423. [1] Uji heterokedastistitas untuk menguji terjadi atau tidaknya heterokeadtistitas maka dilihat dari nilai koefisien korelasi Rank Spearman antara masing – masing variabel bebas dengan variabel pengganggu. Apabila nilai probabilitas (sig) > dari 0,05 maka tidak terjadi heterokedastistitas, maka variabel X memiliki nilai signifikan > 0,05 yang artinya data lolos uji heteroskedastisitas.

### Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana memiliki fungsi untuk melihat apakah ada pengaruh dari variabel independen terhadap variabel dependen baik itu pengaruh positif maupun negatif. Hasil analisis regresi linear sederhana dengan menggunakan SPSS 25 maka didapatkan koefisien regresi yang dapat dilihat pada tabel 4 berikut.

**Tabel 4. Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana**

		Coefficients <sup>a</sup>				
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33.224	2.952		11.256	.000
	Tayangan Kanal Jonathan Liandi	.465	.097	.445	4.778	.000

**Sumber: Data Primer 2025**

Hasil pada tabel 4 maka didapatkan hasil regresi linear sederhana sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 33,224 + 0,445 X$$

Hasil pada tabel 4 dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Konstanta sebesar 33,224 yang dapat diartikan jika Terpaan Kanal Jonathan Liandi (X) nilainya adalah 0 atau konstan, maka Minat Beli Skin (Y) memiliki nilai 33,224.
2. Koefisien Regresi pada variabel independent yaitu Terpaan Kanal Jonathan Liandi (X) memiliki nilai sebesar 0,445 yang dapat diartikan jika tayangan Alir Langsung Luthfi Halimawan (X) mengalami penambahan sebanyak 1% maka Gaya Bahasa Penonton (Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,445. Nilai koefisien pada tabel 4 adalah positif, sehingga dapat ditarik Kesimpulan bahwa terpaan tayangan yang diberikan oleh kanal Jonathan Liandi memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap minat beli skin pada game Mobile Legends.

## Uji Hipotesis

### Uji Parsial (Uji T)

Uji T bertujuan untuk mengetahui apakah variabel bebas atau independen (X) secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat atau dependen (Y), adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini :

H<sub>1</sub>: Terdapat pengaruh terpaan kanal Jonathan Liandi (X) dan beli *skin* pada *game* Mobile Legend (Y).

H<sub>0</sub>: Tidak ada pengaruh terpaan kanal Jonathan Liandi (X) dengan minat beli *skin* pada *game* Mobile Legend (Y).

**Tabel 5. Hasil Uji Parsial**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	33,224	2,952		11,256	0,000
	Tayangan Kanal Jonathan Liandi	0,465	0,097	0,435	4,778	0,000

**Sumber: Data Primer 2025**

Rumus T Tabel:

T tabel = (a/2 ; n-k-1)

T tabel = (0,05/2 ; 100-1-1)

T tabel = (0,025 ; 98)

Keterangan:

a = Tingkat kepercayaan penelitian (0,05)

n = Jumlah sampel (100)

k = Jumlah variabel, Tayangan & Minat Beli (2)

Hasil pada tabel 5 diketahui bahwa nilai signifikansi *Sig.* untuk variabel Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi (X) memiliki nilai sebesar 0,000 < 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa H<sub>1</sub> diterima, yang berarti terdapat pengaruh Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi (X) minat membeli *skin* (Y). Kemudian jika melihat t hitung dengan df residual 98, maka t tabel = 0,025;98 jika melihat t tabel statistik maka nilai t tabel sebesar 1,984. Dan telah diketahui nilai t hitung dari Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi (X) memiliki nilai sebesar 4,778. Maka dapat disimpulkan bahwa hasilnya adalah H<sub>1</sub> yaitu terdapat pengaruh antara Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli Skin pada Game Mobile Legends dengan nilai t hitung 4,778 > 1,984 dan nilai signifikansi 0,000 < 0,05.

Hasil ini juga mengindikasikan bahwa komunikasi melalui *influencer* yang memiliki kedekatan dengan audiens bisa sangat efektif dalam mempengaruhi perilaku penonton. Maka hal ini dapat menggambarkan bahwa konten yang tepat dan konsisten dapat memainkan peran besar dalam mengubah minat beli menjadi tindakan nyata, seperti pembelian produk.

### Uji Simultan (Uji F)

Uji simultan atau uji f dilakukan untuk mengetahui pengaruh variabel independent secara simultan terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh Terpaan Kanal Jonathan Liandi (X) terhadap Minat Beli *Skin* pada *Game* Mobile Legend (Y).

**Tabel 6. Hasil Uji Simulatan**

ANOVA <sup>a</sup>						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188.787	1	188.787	22.828	.000 <sup>b</sup>
	Residual	810.453	98	8.270		
	Total	999.240	99			

**Sumber: Data Primer 2025**

Hasil pada tabel 6 menunjukkan nilai F hitung adalah sebesar 22,282. Jika nilai F hitung > F tabel,  $19,966 > 3,94$  maka dasar pengambilan keputusan dalam uji F dapat disimpulkan bahwa hipotesis diterima atau bisa dikatakan bahwa variabel Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi (X) secara simultan berpengaruh terhadap minat membeli *skin* pada *game* Mobile Legend (Y).

### Koefisien Determinasi

Uji Koefisien determinasi (*R Square* atau R kuadrat) atau disimbolkan dengan “R<sup>2</sup>” yang bermakna sebagai gubahan pengaruh yang diberikan variabel bebas atau variabel independen (X) terhadap variabel terikat atau variabel dependen (Y), atau dengan kata lain, nilai koefisien determinasi atau *R square* ini berguna untuk memprediksi dan melihat seberapa besar kontribusi pengaruh yang diberikan variabel X secara simultan bersama - sama terhadap variabel Y. Hasil uji koefisien determinasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel 7. Hasil Koefisien Determinasi**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.435 <sup>a</sup>	0,189	0,181	2,875

**Sumber: Data Primer 2025**

Hasil pada data tabel 7 menunjukkan nilai koefisien determinasi atau *R Square* ( $r^2$ ) sebesar 0.189 atau sama dengan 18,9%, angka tersebut memiliki arti bahwa variabel Terpaan Tayangan Kanal Jonathan Liandi (X) secara simultan berpengaruh terhadap variabel minat membeli *skin* pada *game* Mobile Legend (Y) sebesar 18,9%. Sedangkan sisanya  $100\% - 18,9\% = 81,1\%$  dipengaruhi oleh variabel lain di luar persamaan regresi ini atau variabel yang tidak diteliti.

### Terpaan Kanal Jonathan Liandi

Pada variabel Terpaan Kanal Jonathan Liandi data pada penelitian ini berasal dari data primer berupa kuesioner yang di tujukan kepada penonton atau *Subscribers* dari kanal *YouTube* Jonathan Liandi. Variabel Terpaan Kanal Jonathan Liandi memiliki tiga indikator yakni, frekuensi, durasi dan atensi dengan total sembilan pernyataan pada Terpaan Kanal Jonathan Liandi.

Dari hasil olah data yang dilakukan peneliti menggunakan SPSS 27 menunjukkan hasil bahwa mayoritas penonton dari kanal *YouTube* Jonathan Liandi menonton tayangan konten sebanyak 6-7 kali dalam seminggu. Selanjutnya pada indikator durasi menunjukkan hasil bahwa mayoritas penonton dari kanal *YouTube* Jonathan Liandi menonton tayangan konten lebih dari 15 menit dalam satu konten. Dan indikator atensi memiliki skor rata-rata sebesar 3,45 dengan kategori sangat tinggi, hal ini menunjukkan bahwa penonton dari kanal *YouTube* Jonathan Liandi memperhatikan tayangan dalam kanal Jonathan Liandi. Hal ini

menunjukkan bahwa Jonathan Liandi dapat menarik perhatian penonton pada setiap konten dan siaran langsungnya.

### **Minat Beli Skin pada Game Mobile Legend**

Variabel Minat Beli Skin pada Game Mobile Legend memiliki tiga indikator kognitif, afektif, konatif dengan lima pernyataan pada tiap indikator variabel. Gaya Bahasa penonton dengan indikator cara pengucapan, nada bicara serta aksentuasi memiliki rentang nilai skor yang tinggi.

Hasil menunjukkan skor rata-rata indikator kognitif pada rata-rata 3,35 dengan kategori sangat tinggi, pada indikator afektif memiliki rata-rata 3,06 dengan kategori tinggi, kemudian untuk konatif memiliki nilai 3,04 dengan kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa para penonton semakin tertarik untuk melakukan pembelian setelah menonton tayangan Jonathan Liandi, serta data tersebut juga didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh [5] menyatakan bahwa ketika seorang *content creator* melakukan promosi dengan mudahnya mempengaruhi masyarakat untuk membeli produk yang diiklankan.

### **Pengaruh Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli Skin pada Game Mobile Legend**

Pengaruh Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli *Skin* pada *Game Mobile Legend* dapat dilihat pada hasil analisis regresi linear sederhana serta uji parsial atau uji T, diketahui nilai signifikansi untuk variabel tayangan Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap gaya bahasa penonton adalah  $0,000 < 0,05$  dan untuk nilai  $T_{tabel}$  sebesar  $4,778 > 1,984$  kemudian pada analisis regresi linear sederhana mendapatkan hasil positif sebesar 0,465 maka dapat disimpulkan bahwa  $H_1$  diterima yang berarti terdapat pengaruh dari tayangan Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap gaya bahasa penonton. Hasil dari uji simultan atau uji F juga menunjukkan hasil bahwa tayangan Terpaan Kanal Jonathan Liandi memiliki pengaruh terhadap Minat Beli Skin pada *Game Mobile Legend*, kemudian untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dapat dilihat pada hasil dari koefisien determinasi yaitu sebesar 18,9% Sedangkan sisanya 81,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Teori Uses and Effects yang digunakan pada penelitian ini sangat relevan dalam menjelaskan hasil dari penelitian ini. Penonton tidak bersikap pasif, melainkan memilih konten yang sesuai dengan kebutuhannya, dan secara tidak langsung dipengaruhi oleh isi konten tersebut. Kanal YouTube Jonathan Liandi, melalui kombinasi antara hiburan, informasi, dan gaya penyampaian yang khas, mampu membentuk minat beli audiens terhadap produk digital berupa *skin*.

### **KESIMPULAN**

Terpaan Kanal Jonathan Liandi memiliki nilai yang bervariasi dengan rata-rata menonton tayangan konten akun *YouTube* Jonathan Liandi dalam seminggu yaitu 6-7 kali dalam seminggu. Namun durasi dalam menonton tayangan konten pada akun *YouTube* Jonathan Liandi dalam satu konten yaitu 15 Menit yang diikuti dengan tingkat perhatian atau atensi penonton di 3,45 saat menonton tayangan konten pada akun *YouTube* Jonathan Liandi.

Minat beli skin dengan indikator kognitif, afektif serta konatif memiliki rentang nilai skor yang tinggi. Hasil menunjukkan skor rata-rata indikator kognitif pada rata-rata 3,35

dengan kategori sangat tinggi, pada indikator afektif memiliki rata-rata 3,06 dengan kategori tinggi, kemudian untuk konatif memiliki nilai 3,04 dengan kategori tinggi. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden menunjukkan adanya niat untuk memiliki *skin* tersebut, yang ditunjukkan melalui keinginan mencari informasi lanjutan, mempertimbangkan harga, serta menyisihkan dana untuk melakukan pembelian. Ini menandakan bahwa konten yang disajikan tidak hanya menghibur, tetapi juga berpengaruh terhadap minat beli penonton, khususnya terhadap produk yang diulas.

Pengaruh Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli Skin pada Game Mobile Legend dapat dilihat pada hasil analisis regresi linear sederhana serta uji parsial atau uji T, diketahui nilai signifikansi untuk variabel tayangan Alir Langsung Luthfi Halimawan terhadap gaya bahasa penonton adalah  $0,000 < 0,05$  dan untuk nilai T tabel sebesar  $4,778 > 1,984$  kemudian pada analisis regresi linear sederhana mendapatkan hasil positif sebesar 0,465 maka dapat disimpulkan bahwa H1 diterima yang berarti terdapat pengaruh dari Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli Skin terhadap Game Mobile Legend. Hasil dari uji simultan atau uji F juga menunjukkan hasil bahwa Terpaan Kanal Jonathan Liandi terhadap Minat Beli Skin terhadap Game Mobile Legend, kemudian untuk melihat seberapa besar pengaruh yang dihasilkan dapat dilihat pada hasil dari koefisien determinasi yaitu sebesar 18,9% Sedangkan sisanya 81,1% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

## DAFTAR REFERENSI

- [1] I. Ghozali, *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018.
- [2] Heno dan Hilman, "Analisis Tekstual Gimmick pada Konten Live Streaming YouTube Windah Basudara sebagai Strategi Kreatif dalam Menarik Jumlah Viewers," 2024.
- [3] M. Ikhsan dan Y. Yudi, "Pengaruh Terpaan Tayangan Review Gadget di YouTube terhadap Minat Beli Anggota Komunitas Game @Freefireriau," *Medium*, vol. 10, hlm. 367–377, 2022, doi:10.25299/medium.2022.vol10(2).9361.
- [4] A. Jovanka, "Pengaruh Konten Instagram @realmobilelegendsid terhadap Minat Beli Followers," 2023.
- [5] W. Octavia Isroissholikhah, "Efektivitas Content Creator dalam Strategi Promosi di Era Digital," *SIBATIK Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, dan Pendidikan*, vol. 2, no. 1, hlm. 121–128, 2022, doi:10.54443/sibatik.v2i1.507.
- [6] F. Samosir, "Efektivitas Pemanfaatan YouTube melalui Video Online sebagai Media Pembelajaran oleh Mahasiswa (Studi di Fakultas FISIP Universitas Bengkulu)," *Record and Library Journal*, vol. 4, hlm. 81–91, 2019, doi:10.20473/rj.V4-I2.2018.81-91.
- [7] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2015.
- [8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kombinasi: Mixed Methods*. Bandung: Alfabeta, 2017.
- [9] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ed. ke-2. Bandung: Alfabeta, 2023.