

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Gambaran Umum Objek Penelitian

1. Profil Dan Sejarah Aplikasi Snack Video

Snack Video adalah aplikasi video pendek untuk kaum milenial dan Z di seluruh dunia. Kaum milenial dan Z dapat mengekspresikan gaya unik dan menunjukkan kreativitasnya kepada dunia melalui Snack Video

Snack Video terkenal karena variasi dan keragamannya video serta pembuat kontennya, keduanya beresonansi baik dengan penggunanya. Snack Video membanggakan komunitas konten yang dinamis dan aktif dengan jutaan pengguna di seluruh dunia

Aplikasi Snack Video dirilis oleh Kuaishou Technology sejak tahun 2011. Perusahaan yang berasal dari China dan didukung oleh Tencent. Snack Video disebut sebagai saingan global dari TikTok milik ByteDance.

Di China sendiri, aplikasi ini diberi nama Kuaishou dan pernah menduduki puncak daftar Google Play dengan peringkat paling banyak diunduh di delapan negara pada 2020. Sementara di India, aplikasi ini dikenal sebagai Snack Video dan sering juga disebut sebagai Kwai di pasar luar negeri.

2. Fitur-fitur Aplikasi Snack Video

A. Penambahan Musik

Snack video merupakan salah satu platform video musik. Yang artinya salah satu fitur yang diutamakan terdapat pada aplikasi Snack Video adalah fitur untuk penambahan musik. Di Snack Video bisa menambahkan berbagai macam jenis musik yang sesuai dengan konten video yang mau dibuat.

B. Filter pada video

Fitur kedua yang juga bisa digunakan oleh seluruh pengguna Snack Video adalah fitur filter yang ada pada video. Salah satunya pengguna bisa menambahkan filter pada video dengan mengubah tone warna pada video. Selain itu, Penggunanya bisa menyesuaikan tone dan rona sesuai dengan video pengguna.

C. Filter Sticker dan Efek Video

Snack Video menyediakan 4 efek yang dapat digunakan, diantaranya ada efek visual, efek sticker, efek transition, efek split dan juga waktu. Di efek stiker pengguna bisa mencari beragam pilihan. Kegunaan filter ini bertujuan untuk membuat video yang dibuat menjadi terkesan lebih kreatif.

D. Filter Beautify

Snack Video menyediakan fitur beautify yang digunakan untuk membuat wajah para pengguna akan terlihat jadi jauh lebih cantik atau lebih tampan, bahkan terlihat lebih keren dan juga unik. Selain itu, Fitur ini juga bisa mengatur bentuk wajah, warna mata, dan juga memperhalus wajah.

Gambar 4.1
Logo Snack Video



B. Hasil Penelitian

1. Identitas Responden

Penelitian ini dilakukan berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 98 orang responden. Untuk mengetahui gambaran responden yang merupakan memberikan komentar pada postingan akun Tiktok @nisa2306. Dalam penelitian ini responden diwajibkan mengisi dua (2) buah pertanyaan yang telah dibagi dalam beberapa kateogri, antara lain:

a) Jenis Kelamin

Tabel 4.1

Identitas Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Frekuensi	Presentase%
Laki-laki	88	89.8
Perempuan	10	10.2
Jumlah	98	100.0

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data tabel jenis kelamin di atas jumlah keseluruhan responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100%. Data responden tersebut terbagi menjadi 2 (dua) yaitu responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 88 orang (89.8,5%) dan responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 10 orang (10,2%). Data tersebut membuktikan bahwa responden laki-laki lebih banyak dibandingkan responden yang berjenis kelamin perempuan.

b) Umur

Tabel 4.2

Identitas Responden Berdasarkan Umur

Umur	Frekuensi	Presentase%
15-19	20	20.4
20-24	53	54.1
25-29	25	25.5
Jumlah	98	100.0

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data tabel di atas, jumlah responden keseluruhan sebanyak 95 orang dengan presentase 100%. Data tersebut terbagi menjadi 4 (empat) yaitu responden dengan umur 15 – 19 sebanyak 20 orang (20,4%), responden umur 20 – 24 sebanyak 53 orang (54,1%), responden umur 25 – 29 sebanyak 25 orang (25,5%). Data tersebut membuktikan bahwa dalam penelitian ini responden dengan umur 20 – 24 tahun lebih banyak dari responden usia 15 – 19, 25 – 29.

c) Pekerjaan

Tabel 4.3

Identitas Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Frekuensi	Presentase%
Pelajar	20	20.4
Mahasiswa	53	54.1
Karyawan	25	25.5
Jumlah	98	100.0

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data tabel pekerjaan di atas, jumlah responden keseluruhan sebanyak 98 orang dengan presentase 100%. Data tersebut terbagi menjadi 3 (lima) yaitu responden dengan pekerjaan sebagai Pelajar sebanyak 20 orang (20,4), responden dengan pekerjaan Mahasiswa sebanyak 53 orang (54,1%), responden dengan pekerjaan Karyawan sebanyak 25 orang (25,5%). Data tersebut membuktikan bahwa dalam penelitian ini responden dengan Mahasiswa sebagai responden

terbanyak daripada responden yang pekerjaannya sebagai Karyawan dan Pelajar.

2. Pernyataan Khusus

Pertanyaan khusus ini bertujuan agar responden benar-benar menjawab sesuai kriteria dari penelitian, dalam penelitian ini responden wajib mengisi 1 pernyataan khusus untuk melanjutkan ke kuesioner. Adapun 1 (satu) pernyataan khusus, sebagai berikut:

a) Pernah melihat Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube

Tabel 4.4

Pernyataan Khusus Berdasarkan melihat iklan Aplikasi Snack Video di Youtube

Melihat Iklan	Frekuensi	Presentase%
Aplikasi Snack Video di Youtube		
Ya	98	100
Tidak	-	-
Jumlah	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data tabel di atas, dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100%. Data tersebut membuktikan bahwa seluruh responden pernah melihat iklan aplikasi snack video di Youtube.

3. Pernyataan Variabel X (Iklan Aplikasi Snack Video)

Pada variabel (X) ini memiliki 2 (dua) dimensi antara lain : Informativeness dan Irritation yang disusun sebanyak 12 (dua belas) item pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. *Informativeness*

Tabel 4.6
Pernyataan Nomor 1
Saat mengunjungi Youtube, melihat munculnya iklan Aplikasi
Snack Video yang menampilkan video informasi tentang
sebuah aplikasi

No	Kategori Jawaban	Frekuensi	Presentase%
1	Sangat Setuju	26	26.5
2	Setuju	70	71.4
3	Tidak Setuju	2	2.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100.0

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 1 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26,5%, 70 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%, dan 2 orang dengan presentase 2.0% menyatakan tidak setuju. Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Saat mengunjungi

Youtube, responden melihat munculnya iklan Aplikasi Snack Video yang menampilkan video informasi tentang sebuah aplikasi.

Tabel 4.7

Pernyataan Nomor 2

Saya mendapatkan informasi baru tentang produk dari iklan di Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27.6
2	Setuju	70	71.4
3	Tidak Setuju	1	1.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 2 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 27,6%, 70 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%, dan 1 orang dengan presentase 1,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden mendapatkan informasi baru dari iklan di youtube.

Tabel 4.
Pernyataan Nomor 3
Saat mengunjungi Youtube, melihat iklan dan mendapatkan informasi yang relevan

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	29.6
2	Setuju	66	67.4
3	Tidak Setuju	3	3.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	95	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 3 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 29,6%, 66 orang menjawab setuju dengan presentase 67,4%, dan 3 orang dengan presentase 3.1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mereka mendapatkan informasi yang relevan ketika melihat iklan.

Tabel 4.
Pernyataan Nomor 4
Iklan Aplikasi Snack Video pada Youtube menyediakan
informasi yang di butuhkan

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25,5
2	Setuju	68	69,4
3	Tidak Setuju	5	5,1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 4 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 25,5%, 68 orang menjawab setuju dengan presentase 69,4%, dan 5 orang dengan presentase 5,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan aplikasi snack video di youtube menyediakan informasi yang dibutuhkan.

Tabel 4.10
Pernyataan Nomor 5
Mendapatkan informasi terbaru tentang Aplikasi Snack Video

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28,6
2	Setuju	68	69.4
3	Tidak Setuju	2	2.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 5 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 28,6%, 68 orang menjawab setuju dengan presentase 69,4%, dan 2 orang dengan presentase 2,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa repositen mendapatkan informasi terbaru tentang aplikasi snack video.

Tabel 4.11
Pernyataan Nomor 6
Karena melihat iklan menerima informasi terbaru tentang
Snack Video

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21,4
2	Setuju	73	74,5
3	Tidak Setuju	4	4.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 6 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 21,4%, 73 orang menjawab setuju dengan presentase 74,5%, dan 4 orang dengan presentase 4,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa karena melihat iklan aplikasi snack video responden menerima informasi terbaru tentang aplikasi snack video.

b. Irritation

Tabel 4.12
Pernyataan Nomor 7
Iklan Aplikasi Snack Video tidak dapat dipercaya

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	35	35.7
2	Setuju	56	57.1
3	Tidak Setuju	7	7.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 7 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 35 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 35.7%, 56 orang menjawab setuju dengan presentase 57,1%, dan 7 orang dengan presentase 7,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa tidak mempercayai iklan.

Tabel 4.13
Pernyataan Nomor 8
Iklan Aplikasi Snack Video berusaha menipu

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24.5
2	Setuju	62	63.3
3	Tidak Setuju	12	12.2
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 8 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 24.5%, 62 orang menjawab setuju dengan presentase 63,3%, dan 12 orang dengan presentase 12,2% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan berusaha menipu responden.

Tabel 4.59
Pernyataan Nomor 9
Iklan di Youtube mengganggu saat sedang menonton video

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
		i	
1	Sangat Setuju	36	36.7
2	Setuju	59	60.2
3	Tidak Setuju	3	3.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 9 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 36 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 36.7%, 59 orang menjawab setuju dengan presentase 60,2%, dan 3 orang dengan presentase 3.1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan di youtube mengganggu ketika sedang menonton video

Tabel 4.60
Pernyataan Nomor 10
Iklan Aplikasi Snack Video terlalu sering muncul di Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28.6
2	Setuju	70	71.4
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 10 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 28.6%, 70 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan aplikasi snack video terlalu sering muncul di youtube

Tabel 4.16
Pernyataan Nomor 11
Versi iklan Aplikasi Snack Video di Youtube terlalu banyak
membuat bingung

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26.5
2	Setuju	71	72.4
3	Tidak Setuju	1	1.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 11 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26.5%, 71 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%, dan 1 orang dengan presentase 1,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan Aplikasi Snack Video terlalu banyak sehingga membuat responden bingung.

Tabel 4.17
Pernyataan Nomor 12
Tidak mengerti pesan iklan dari Aplikasi Snack Video

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	20	20.4
2	Setuju	72	73.5
3	Tidak Setuju	6	6.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 12 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 20 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 20.4%, 72 orang menjawab setuju dengan presentase 73,5%, dan 6 orang dengan presentase 6,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa tidak mengerti pesan dari iklan aplikasi snack video.

4. Pernyataan Variabel Y (Sikap Khalayak)

Pada variabel (Y) ini memiliki 3 (tiga) dimensi antara lain: Kognitif, Afektif, dan Konatif yang disusun sebanyak 20 (dua puluh) pernyataan dengan hasil penilaian sebagai berikut:

a. Kognitif

Tabel 4.18
Pernyataan Nomor 1
Iklan Aplikasi Snack Video di situs youtube sangat menarik perhatian untuk dilihat.

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	29	29.6
2	Setuju	56	57.1
3	Tidak Setuju	13.3	13.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 1 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 29 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 29.6%, 56 orang menjawab setuju dengan presentase 57,1%, dan 13 orang dengan presentase 13.3% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa iklan aplikasi snack video menarik untuk dilihat.

Tabel 4.19
Pernyataan Nomor 2
Sangat memperhatikan iklan Aplikasi Snack Video ketika muncul

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22.4
2	Setuju	64	65.3
3	Tidak Setuju	12	12.2
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 2 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22.4%, 64 orang menjawab setuju dengan presentase 65,3%, dan 12 orang dengan presentase 12.2% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa sangat memperhatikan iklan aplikasi snack video ketika muncul

Tabel 4.65
Pernyataan Nomor 3
Sangat menyadari kapan munculnya iklan Aplikasi Snack
Video di Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22.5
2	Setuju	73	74.5
3	Tidak Setuju	3	3.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 3 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22.5%, 73 orang menjawab setuju dengan presentase 74,5%, dan 3 orang dengan presentase 12,2% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa menyadari saat iklan aplikasi snack video muncul di Youtube.

. Tabel 4.20
Pernyataan Nomor 4
Menyadari iklan Aplikasi Snack Video muncul sebelum video
pilihan saya diputar

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	20	20.4
2	Setuju	73	74.5
3	Tidak Setuju	5	5.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 4 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 20 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 20.4%, 73 orang menjawab setuju dengan presentase 74,5%, dan 5 orang dengan presentase 5,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa menyadari iklan aplikasi snack video muncul sebelum video pilihan saya diputar.

Tabel 4.20
Pernyataan Nomor 5
Saya mengenal iklan Snack Video karena sering muncul ketika mengakses Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27.6
2	Setuju	70	71.4
3	Tidak Setuju	1	1.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 5 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 27.6%, 70 orang menjawab setuju dengan presentase 71,4%, dan 1 orang dengan presentase 1,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa mengenal iklan aplikasi snack video karena sering muncul ketika sedang mengakses youtube.

Tabel 4.21
Pernyataan Nomor
Dari iklan di Youtube mengenal Aplikasi Snack Video

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24.5
2	Setuju	72	73.5
3	Tidak Setuju	2	2.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 5 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 24,5%, 72 orang menjawab setuju dengan presentase 73,5%, dan 2 orang dengan presentase 2,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa repositen mengenal aplikasi snack video dari iklan di Youtube.

Tabel 4.21
Pernyataan Nomor
Mengerti dan paham terdapat tombol *Skip Add* untuk menutup iklan

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	39	39.8
2	Setuju	58	59.2
3	Tidak Setuju	1	1.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 7 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 39 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 39,8%, 58 orang menjawab setuju dengan presentase 59,2%, dan 1 orang dengan presentase 1,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden mengerti dan paham terdapat tombol skip add untuk menutup iklan.

. Tabel 4.22
Pernyataan Nomor 8
Mengerti dan paham jika tidak terdapat tombol *Skip-Add*,
menandakan saya harus melihat iklan tersebut sampai akhir

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	31	31.6
2	Setuju	65	66.3
3	Tidak Setuju	2	2.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 8 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 31 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 31,6%, 58 orang menjawab setuju dengan presentase 59,2%, dan 1 orang dengan presentase 1,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden mengerti dan paham terdapat tombol skip add untuk menutup iklan.

. Tabel 4.23
Pernyataan Nomor 9
Bisa mengingat kembali iklan Aplikasi Snack Video yang
terdapat di Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25.5
2	Setuju	66	67.1
3	Tidak Setuju	7	7.0
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
Total		98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 9 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 25,5%, 66 orang menjawab setuju dengan presentase 67,1%, dan 7 orang dengan presentase 7,0% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden bisa mengingat kembali iklan aplikasi snack video yang terdapat di Youtube.

. Tabel 4.24
Pernyataan Nomor 10
Mengingat kembali jika tombol *Skip Add* di iklan Aplikasi
Snack Video muncul pada detik ke-5

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	25	25.5
2	Setuju	68	69.4
3	Tidak Setuju	5	5.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 10 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 25 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 25,5%, 68 orang menjawab setuju dengan presentase 69,4%, dan 5 orang dengan presentase 5,1% menyatakan tidak setuju.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden mengingat kembali jika tombol *Skip Add* di iklan Aplikasi Snack Video muncul pada detik ke-5.

. b. Afektif

Tabel 4.25
Pernyataan Nomor 11
Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube yang sering muncul
membuat merasa terusik

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	37	37.8
2	Setuju	61	62.2
3	Tidak Setuju	-	-
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 11 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 37 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 37,8% dan 61 orang menjawab setuju dengan presentase 62,2%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube yang sering muncul membuat responden terusik.

Tabel 4.26
Pernyataan Nomor 12
Lambat laun dapat menerima iklan Aplikasi Snack Video
sebagai hal yang wajar

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	27	27.6
2	Setuju	56	57.1
3	Tidak Setuju	15	15.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 12 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 27 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 27,6%, 56 orang menjawab setuju dengan presentase 57,1% dan 15 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa lambat laun responden dapat menerima iklan Aplikasi Snack Video sebagai hal yang wajar.

Tabel 4.27
Pernyataan Nomor 13
Gembira dan tidak keberatan dengan adanya iklan Aplikasi
Snack Video di Youtube

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	24	24.5
2	Setuju	63	64.3
3	Tidak Setuju	11	11.2
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 13 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 24 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 24,5%, 63 orang menjawab setuju dengan presentase 64,3% dan 11 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 11.2%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden keberatan dengan adanya iklan Aplikasi Snack Video di Youtube.

Tabel 4.76
Pernyataan Nomor 14
Dengan munculnya iklan di youtube membuat merasa
terganggu

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
		i	
1	Sangat Setuju	26	26.5
2	Setuju	66	67.3
3	Tidak Setuju	6	6.1
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 14 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26,5%, 66 orang menjawab setuju dengan presentase 67,3% dan 6 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 6.1%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden merasa terganggu dengan munculnya iklan di Youtube.

Tabel 4.77
Pernyataan Nomor 15
Setelah mengetahui isi pesan dari iklan Aplikasi Snack Video
saya merasa terbujuk untuk menggunakan aplikasi yang
diiklankan

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	26	26.5
2	Setuju	57	58.2
3	Tidak Setuju	15	15.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 15 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 26 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 26,5%, 57 orang menjawab setuju dengan presentase 58,2% dan 15 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 15.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden merasa terbujuk untuk menggunakan aplikasi yang diiklankan

Tabel 4.30
Pernyataan Nomor 16
Tertarik untuk melakukan hal yang sesuai dengan isi pesan
atau informasi yang diiklankan.

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	21	21.4
2	Setuju	59	60.2
3	Tidak Setuju	18	18.4
4	Sangat Tidak Setuju	-	
	Total	95	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 16 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 21 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 21,4%, 59 orang menjawab setuju dengan presentase 60,2% dan 18 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 18.4%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden tertarik untuk melakukan hal yang sesuai dengan isi pesan atau informasi yang diiklankan.

c. Konatif

Tabel 4.31
Pernyataan Nomor 17
Akan membiarkan iklan Aplikasi Snack Video tayang sampai dengan selesai.

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	28	28.6
2	Setuju	57	58.2
3	Tidak Setuju	13	13.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 17 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 28 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 28,6%, 57 orang menjawab setuju dengan presentase 58,2% dan 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden akan membiarkan Iklan Aplikasi Snack Video tayang sampai dengan selesai.

Tabel 4.32
Pernyataan Nomor 18
Akan tetap melihat iklan Aplikasi Snack Video meskipun ada
tombol skip add untuk menutup iklan.

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	23.5
2	Setuju	58	59.2
3	Tidak Setuju	17	17.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 18 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 23,5%, 58 orang menjawab setuju dengan presentase 59,2% dan 17 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 17.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden tetap melihat iklan Aplikasi Snack Video meskipun ada tombol *skip add* untuk menutup iklan.

Tabel 4.33
Pernyataan Nomor 19
Selalu sabar dan tidak mengumpat ketika iklan Aplikasi Snack
Video di youtube muncul.

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	23	23.5
2	Setuju	62	63.3
3	Tidak Setuju	13	13.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	98	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 19 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 23 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 23,5%, 62 orang menjawab setuju dengan presentase 63,3% dan 13 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 13.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden selalu sabar dan tidak mengumpat ketika iklan Aplikasi Snack Video di Youtube muncul.

Tabel 4.34
Pernyataan Nomor 20

**Tidak merasa terganggu oleh iklan Aplikasi Snack
Video di youtube oleh karena itu saya meninggalkan komentar
yang positif pada video iklan tersebut**

No.	Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
1	Sangat Setuju	22	22.4
2	Setuju	60	61.2
3	Tidak Setuju	16	16.3
4	Sangat Tidak Setuju	-	-
	Total	95	100

(Sumber: Hasil penelitian 13 Desember 2021)

Berdasarkan data pada tabel pernyataan nomor 20 di atas, menunjukkan bahwa dari seluruh responden sebanyak 98 orang dengan presentase 100% dapat diketahui sebanyak 22 orang menjawab sangat setuju dengan presentase 22,4%, 60 orang menjawab setuju dengan presentase 61,2% dan 16 orang menjawab tidak setuju dengan persentase 16.3%.

Dari hasil tersebut dapat disimpulkan mayoritas responden setuju bahwa responden tidak merasa terganggu oleh iklan Aplikasi Snack Video di Youtube oleh karena itu responden meninggalkan komentar yang positif.

5. Rekapitulasi Variabel X

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel (X) yakni, Iklan, berdasarkan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.35

Rekapitulasi Pengembangan Variabel X (Iklan)

No.	Pernyataan	Mean
1	X1	3,24
2	X2	3,26
3	X3	3,26
4	X4	3,20
5	X5	3,26
6	X6	3,17
7	X7	3,28
8	X8	3,12
9	X9	3,33
10	X10	3,28
11	X11	3,25
12	X12	3,14
	Total	38,79
	Rata-Rata	3,23

(Sumber: Hasil penelitian SPSS versi 24 Desember 2021)

Dari tabel rekapitulasi di atas, dapat dilihat seluruh responden menilai bahwa pengaruh iklan Aplikasi Snack Video di Youtube tergolong tinggi atau setuju. Hal ini dilihat dari hasil rata-rata keseluruhan jawaban pada variabel (X) Iklan Aplikasi sebesar 3,23.

6. Rekapitulasi Variabel Y

Berikut ini merupakan rekapitulasi hasil pengembangan indikator atau komponen pendukung variabel (Y) yakni Sikap Khalayak, berdasarkan tabel sebagai berikut:

Tabel 4.36

Rekapitulasi Pengembangan Variabel Y (Sikap Khalayak)

No	Pernyataan	Mean
1	Y1	3,16
2	Y2	3,1
3	Y3	3,19
4	Y4	3,15
5	Y5	3,36
6	Y6	3,22
7	Y7	3,38
8	Y8	3,29
9	Y9	3,18
10	Y10	3,2
11	Y11	3,37
12	Y12	3,12

13	Y13	3,13
14	Y14	3,2
15	Y15	3,11
16	Y16	3,03
17	Y17	3,15
18	Y18	3,06
19	Y19	3,1
20	Y20	3,06
	Total	63,56
	Rata-Rata	3,17

(Sumber: Hasil penelitian SPSS versi 24 Desember 2021)

Dari tabel rekapitulasi (Y) di atas, dapat dilihat secara keseluruhan responden menilai sikap khalayak tergolong tinggi atau setuju. Hal ini terlihat dari hasil nilai rata-rata keseluruhan jawaban pada Minat Beli sebesar 3.17.

7. Determinasi

Tabel 4.37
Mode Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std Error of the Estimate
1	.815	.664	.661	5.487

a. Predictors: (Constant), Iklan

(sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 24)

R disebut sebagai koefisien korelasi yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel, maka dapat dibaca nilai R antara variabel Iklan Aplikasi Snack Video terhadap Sikap Khalayak memiliki pengaruh yang tinggi atau kuat sebesar 0,815. Hal tersebut dapat dilihat dari: 0,00-0,200 artinya sangat rendah atau lemah sekali, 0,200-0,400 artinya rendah atau lemah tapi pasti, 0,400-0,600 artinya cukup atau sedang, 0,600-0,800 artinya tinggi atau kuat, dan 0,800-1,000 artinya sangat tinggi atau kuat sekali.

Sedangkan R Square disebut sebagai koefisien determinasi, dari output tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai R Square menunjukkan angka 0,664. Angka tersebut diartikan bahwa Sikap Khalayak yang disebabkan oleh Pengaruh Iklan Aplikasi Snack Video di Instagram sebesar 66%.

8. Uji Regresi Linear Sederhana

Tabel 4.38

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5720.896	1	5720.896	190.042	.000 ^b
	Residual	2889.920	96	30.103		
	Total	8610.816	97			
a. Dependent Variable: Sikap Khalayak						
b. Predictors: (Constant), IKLAN						

(sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 24)

Tabel di atas dalam uji ANOVA menghasilkan F hitung sebesar 190,042 dengan tingkat signifikansi sebesar $0,000 < 0,01$, maka model regresi dapat dipakai untuk memprediksi variabel Iklan atau dengan kata lain ada pengaruh variabel Iklan (X) terhadap variabel sikap khalayak (Y)

Tabel 4.39

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	21.010	4.149		5.064	.000
	Sikap Khalayak	.446	.032	.815	13.786	.000
a. Dependent Variable: Sikap Khalayak						

(sumber: Hasil Penelitian SPSS versi 24)

Berdasarkan tabel Coefficientsa dapat dibuat persamaan regresi, sebagai berikut:

$$Y = a + b x$$

Dimana:

Y = Sikap Khalayak

X = Iklan

a = nilai konstanta regresi dari *Unstandardized Coefficients*, dalam penelitian ini sebesar 21,010

b = nilai koefisien regresi, dalam penelitian ini sebesar 0,446

Berdasarkan keterangan persamaan regresi linear sederhana di atas, maka persamaannya menjadi $Y = 21,010 + 0,446 X$. Dari persamaan tersebut dapat diketahui bahwa nilai a atau nilai konstanta regresi adalah 21,010 dan karena nilai koefisien regresi bernilai (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa Iklan (X) berpengaruh positif terhadap Sikap Khalayak (Y).

9. Uji Hipotesis

Uji Hipotesis ini digunakan untuk mengetahui pengaruh atau signifikansi dari hasil penelitian terkait variabel *Brand Activation* (X) dengan variabel Minat Beli (Y) yang didapatkan dari hasil survey yang telah dilakukan, pengujian hipotesis ini menggunakan uji t dengan rumus sebagai berikut:

$$t = \frac{r \sqrt{(n-2)}}{\sqrt{(1-r^2)}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi antara x dan y

n = jumlah sampel

Maka dengan demikian:

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ H_0 ditolak dan H_1 diterima (memiliki pengaruh)

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ H_0 diterima dan H_1 ditolak (tidak memiliki pengaruh)

Diketahui:

$$n = 98$$

$$r = 0,815$$

$$t = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

$$t = \frac{0,815 \sqrt{(98-2)}}{\sqrt{(1-0,664^2)}}$$

$$t = \frac{0,815\sqrt{96}}{\sqrt{(1-0,815^2)}}$$

$$t = \frac{7,989}{0,579}$$

$$t = 13,789$$

Berdasarkan hasil perhitungan uji t di atas dapat diketahui bahwa, nilai t_{hitung} yaitu 13,789 sedangkan untuk nilai t_{tabel} yaitu 2,367 (didapat dari rumus $(df) n - k = 98 - 2 = 96$) dengan taraf signifikansi 10% ($\alpha = 0,01$). Dari hasil uji tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan maka H_1 diterima atau dengan kata lain memiliki arti yaitu terdapat pengaruh yang signifikan antara Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube (X) terhadap Sikap Khalayak (Y).

C. Pembahasan Hasil Penelitian

Pada penelitian ini membahas 2 (dua) variabel yang dibahas yaitu iklan aplikasi snack video di youtube dan sikap khalayak. Adapun jenis kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner bersifa tertutup yang hanya menyajikan pernyataan dan pilihan jawaban yang ditetapkan oleh peneliti sehingga responden hanya dapat memberikan tanggapan terbatas sesuai pilihan yang diberikan, kuesioner dilakukan kepada 98 responden yang merupakan orang yang pernah berkomentar pada postingan @nisa2306 selaku orang yang terdapat dalam iklan.

Pada kedua pernyataan variabel yaitu, variabel Iklan (X) maupun variabel sikap khalayak (Y), keduanya telah melalui uji validitas yang bertujuan untuk memenuhi syarat valid atau tidaknya pernyataan yang diperoleh. Hasil uji validitas pada penelitian ini menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dari kedua variabel dinyatakan valid yang dilihat dari $t_{hitung} > r_{tabel}$. Setelah melakukan uji validitas, hal yang selanjutnya dilakukan uji reliabilitas pada kedua variabel tersebut. Hasil uji reliabilitas yang diperoleh pada peneltian ini menghasilkan

nilai alpha hitung yang positif dari kedua variabel yaitu variabel (X) sebesar 0,904
dan variabel Y

sebesar 0,961, dari hasil tersebut diketahui bahwa kedua variabel iklan dan sikap khalayak pada penelitian ini sangat reliabel karena nilai $\alpha > 0,90$.

Responden pada penelitian ini seluruh berjumlah 98 orang yang merupakan orang yang memberikan komentar paada postingan iterkait iklan di akun @nisa2306, dapat diketahui bahwa jumlah responden laki-laki yang berjumlah 88 orang lebih banyak dari responden perempuan (tabel 4.1) dan mayoritas responden berusia 20-24 sebanyak 53 orang (tabel 4.2) dengan status pekerjaan sebagai mahasiswa 53 orang (tabel 4.3)), yang pernah melihat iklan aplikasi snack video sebanyak 98 orang (tabel 4.4). Identitas responden lainnya dapat dilihat dari yang terganggu dengan munculnya iklan di Youtube sebanyak 95 orang (tabel 4.14).

1. Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube

Berdasarkan teori yang digunakan untuk mengukur iklan pop-up digunakan 2 (dua) dimensi antara lain: *Informativeness*, dan *Iritation* yang ditampilkan dengan pernyataan pada variabel X pada kuesioner penelitian.

Dari dimensi pada variabel Y dimensi *Informativness* dengan pernyataan “Saya mendapatkan informasi terbaru tentang Aplikasi Snack Video” (Y5) memiliki nilai mean tertinggi,yaitu 3,26 dan dari variabel X,dimensi *Iritattion* dengan pernyataan “Iklan di Youtube mengganggu saat sedang menonton video” (X9) memiliki nilai mean tertinggi, yaitu 3,33.

Dari hasil penelitian diperoleh nilai rata-rata jawaban responden pada variabel X (iklan pop-up situs berita Kompas.com) sebesar 3,23. Maka secara keseluruhan responden mendapatkan informasi tentang Aplikasi Snack Video dari iklan di Youtube dan merasa mengganggu saat sedang

menonton video. Maka kedua dimensi iklan aplikasi snack video yaitu *Informativeness* dan *Iritation* telah terpenuhi.

2. Sikap khalayak pengunjung Youtube

Hasil penelitian dari keseluruhan responden didapatkan sikap Khalayak tergolong tinggi (setuju), ditunjukkan dengan nilai rata-rata jawaban responden pada variabel Y sebesar 3,17. Dari semua pernyataan pada variabel Y dapat diketahui nilai rata-rata tertinggi dari jawaban responden terletak pada pernyataan Y11 sebesar 3.37. Pernyataan Y11 berupa “Iklan Aplikasi Snack Video di Youtube yang sering muncul membuat saya merasa terusik”. Pernyataan Y11 termasuk dalam dimensi sikap khalayak. Sikap afektif merupakan tahap ke-2 (dua) yaitu dimana sikap khalayak memberikan respon atas melihat suatu iklan yang terlalu sering muncul secara tiba-tiba di Youtube. Membuat sikap khalayak merasa terusik dengan munculnya iklan aplikasi snack video tersebut. Dalam penelitian ini, terbukti bahwa iklan aplikasi snack video di youtube berpengaruh terhadap sikap khalayak.

Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} = 13,789$ dengan $df = 98$ dan $t_{tabel} = 2,365$. Karena $t_{hitung} (13,789) > t_{tabel} (2,365)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh iklan aplikasi snack video di youtube terhadap Sikap khalayak signifikan.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibuktikan, maka didapatkan hasil bahwa memang adanya pengaruh antara iklan aplikasi

snack video di youtube terhadap sikap khalayak dengan nilai t_{hitung} sebesar (13,789) dan t_{tabel} sebesar (2,365).

3. Adakah dan seberapa besar pengaruh iklan aplikasi snack video di youtube terhadap sikap khalayak

Dari hasil analisis statistik regresi linear sederhana diperoleh nilai korelasi (r) sebesar 0,815 yang artinya hubungan atau korelasi antara variabel X (iklan) berpengaruh kuat dengan variabel Y (sikap khalayak).

Diperoleh R^2 sebesar 0,664, artinya sebesar 66,4% sikap khalayak dipengaruhi oleh adanya Iklan sedangkan sisanya sebesar 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari penelitian ini. Nilai R^2 menunjukkan angka 0,664 atau 66,4% artinya iklan aplikasi snack video berpengaruh tinggi sikap khalayak

Hasil uji hipotesis diperoleh $t_{hitung} = 13,789$ dengan $df = 738 - 2 = 36$ dan $t_{tabel} = 2,365$. Karena $t_{hitung} (13,789) > t_{tabel} (2,365)$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Dengan demikian, maka terdapat pengaruh iklan aplikasi snack video di youtube terhadap Sikap khalayak signifikan

