

## ABSTRAK

### **PENGARUH MENONTON ACARA “*INDONESIA’S NEXT TOP MODEL*” DI YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN MINAT REMAJA TERJUN KE *FASHION INDUSTRY***

Oleh

**Jovita Farah Adiba**

“*Indonesia’s Next Top Model*” merupakan sebuah acara pencarian bakat yang ditayangkan melalui Net. TV. Namun, penelitian ini membahas mengenai acara “*Indonesia’s Next Top Model*” yang diunggah melalui *platform* Youtube milik Net. Acara ini menjadi acara yang ditujukan bagi wanita muda yang ingin memulai karirnya di bidang *fashion*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari intensitas menonton acara “*Indonesia’s Next Top Model*” terhadap pembentukan minat remaja terjun ke *fashion industry*. Metode yang digunakan ialah metode survei dengan pendekatan kuantitatif. Data pada penelitian ini diperoleh melalui kuesioner yang disebarakan kepada 97 responden siswa/i SMA Negeri 1 Bandar Lampung yang menonton acara “*Indonesia’s Next Top Model*” di Youtube dengan menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas menonton acara “*Indonesia’s Next Top Model*” di Youtube dan pembentukan minat remaja terjun ke *fashion industry* memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,444 dengan hubungan korelasi sedang. Hasil yang ada juga menunjukkan bahwa sebesar 19,7% minat remaja dipengaruhi oleh intensitas menonton acara, sementara 80,3% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain yang dapat berupa lingkungan sekolah, motivasi, perhatian, dan jenis kelamin. Hasil yang didapatkan juga menunjukkan bahwa besar pengaruh kedua variabel dengan nilai rata-rata per indikator tidak berjalan secara linear yang diakibatkan karena adanya faktor lain yang tidak diteliti. Berdasarkan analisis asumsi pada Teori *Uses and Effect* dan Teori Efek Komunikasi Massa, didapatkan bahwa terdapat pengaruh dari intensitas menonton acara “*Indonesia’s Next Top Model*” terhadap pembentukan minat remaja terjun ke *fashion industry*, namun juga terdapat beberapa hal lain yang dapat membentuk minat remaja terjun ke *fashion industry*.

**Kata kunci:** Intensitas Menonton, *Indonesia’s Next Top Model*, Minat Remaja, *Fashion Industry*

## **ABSTRACT**

### **THE INFLUENCE OF INDONESIA'S NEXT TOP MODEL SHOW ON YOUTUBE IN CREATING TEENAGER INTEREST TO JOIN THE FASHION INDUSTRY**

*by*

**Jovita Farah Adiba**

*“Indonesia’s Next Top Model” is a talent show that broadcasted in Net. TV. However, this study discussed the “Indonesia’s Next Top Model” show which was uploaded in Net.’s Youtube channel. This show is targeted to young woman who want to start their careers in the fashion field. This study aimed to determine the influence of the intensity of watching “Indonesia’s Next Top Model” in creating teenager interest to join the fashion industry. This study used a survey method with a quantitative approach. The data in this study was obtained through questionnaire that was distributed to 97 respondents which are the students of SMA Negeri 1 Bandar Lampung who watched “Indonesia’s Next Top Model” show on Youtube that obtained using purposive sampling and snowball sampling techniques. The study result showed that the intensity of watching “Indonesia’s Next Top Model” show on Youtube in creating teenager interest to join the fashion industry had a correlation coefficient of 0.444 with a moderate correlation. The result also shows that 19.7% of teenager interest were influenced by the intensity of watching the show, meanwhile the other 80.3% were influenced by other factors, some of them can be school environment, motivation, attention, and gender. The results of this study also show that the magnitude of the influence and the average value of each indicator do not run linearly due to other factors that were not studied. Based on the analysis of Uses and Effect Theory and Theory of Mass Communication assumptions, it was found that the intensity of watching “Indonesia’s Next Top Model” sparking interest among teenagers to join the fashion industry. There are also other factors that may contribute to affect teenagers desire to be a part of it.*

**Keywords:** *Watching Intensity, Indonesia’s Next Top Model, Teenager Interest, Fashion Industry*