

## **ABSTRAK**

Kemajuan teknologi (internet) hadir memunculkan berbagai media online menimbulkan dampak yang beragam di kalangan masyarakat. Seperti konten YouTube Menjadi Manusia, yang menyediakan kisah-kisah inspiratif narasumber, termasuk di dalamnya terkait dengan meningkatkan rasa percaya diri. Penelitian dilakukan untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton konten YouTube Menjadi Manusia terhadap proses penumbuhan rasa percaya diri pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UPNVY angkatan 2016-2019. Penelitian ini menggunakan teori The Internet Uses and Gratification dan Teori Belajar Sosial. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah nonprobability sampling dengan tipe purposive sampling dan menggunakan Rumus Slovin. Hasil perhitungan koefisien determinasi (R Square) diketahui bahwa sebesar 77,4%. Hal ini berarti proses penumbuhan rasa percaya diri dipengaruhi oleh intensitas menonton konten YouTube Menjadi Manusia, sedangkan sisanya yaitu 22,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti. Selanjutnya diperoleh nilai 0,880 dari hasil perhitungan korelasi product moment yang berarti kedua variable memiliki hubungan yang sangat kuat. Selain itu, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,000 sehingga dapat dikatakan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, karena angka  $0,000 < 0,05$ . Dengan demikian terdapat pengaruh antara intensitas menonton konten YouTube Menjadi Manusia terhadap proses penumbuhan rasa percaya diri.

Kata Kunci- Intensitas, YouTube Menjadi Manusia, Rasa Percaya Diri.

## ABSTRACT

*The rise media online presence currently doe to internet and technological advances has a diverse impact on society. One of them is Menjadi Manusia Channel, as one of YouTube popular contents, which provides inspirational stories, include how to increase self-confidence. The study aims to determine the effect of watching YouTube content intensity on the process of growing self-confidence of Communication Science Students 2016-2019 In Universitas Pembangunan Nasional "Veteran" Yogyakarta. This study uses the Theory of Uses and Gratification and Social Learning Theory, using quantitative method. The sampling technique of study uses nonprobability sampling with the type of purposive sampling and the Slovin formula. The finding results of study reveal the value of R Squared was at 77.4%. It means the process of growing self-confidence is influenced by the intensity of watching YouTube content Menjadi Manusia. While the remaining 22.6% is influenced by other factors outside of the study. Furthermore, based on the calculation of the product moment correlation, there is a very strong relationship between two variables that is shown by a value of product moment correlation is 0.880. In addition, the results of significance value is 0.00, so it can be said that Ho is rejected and Ha is accepted, because  $0,000 < 0,05$ . Thus, there is an effect between the intensity of watching YouTube content Menjadi Manusia with the process of growing self-confidence.*

*Keywords- Intensity, YouTube Menjadi Manusia, Self -Confidence*