

ABSTRAK

Pamungkas merupakan musisi yang sangat berpengaruh pada generasi saat ini. Tiga album telah Ia ciptakan dalam dunia musik Indonesia, dan sukses di pasaran hingga mengadakan konser keliling Indonesia bahkan asia. Dengan nama besarnya sebagai musisi, Pamungkas memiliki sisi lain di luar panggung. Tidak sedikit orang yang menjadikan sosoknya sebagai panutan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh isi pesan terhadap persepsi tentang pamungkas pada mahasiswa Yogyakarta. Metode dari penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan analisis regresi sederhana dan t-test. Isi pesan dengan persepsi berkaitan erat dengan komunikasi. Isi pesan sebagai stimulus menjadi sebab bagaimana orang lain memberikan dampak yang berupa persepsi. Persepsi dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti *awareness, knowledge, liking, preference, dan convince*. Faktor – faktor tersebut dijabarkan dalam *Hierarchy of Effect*. Penelitian ini menghasilkan persamaan $Y = 14,60 + 1,973$ dimana memiliki nilai signifikansi 0,000 yang menyatakan bahwa Isi pesan memiliki linearitas dengan Persepsi. Sedangkan, pada hipotesis persamaan tersebut menghasilkan t-hitung sebesar 9,316 dan dinyatakan adanya Pengaruh Isi Pesan Video Berjudul “Pamungkas Gak Bisa Bahasa Inggris? HBO Dibaca HA BE O” Pada Kanal Vindes di Youtube Terhadap Persepsi Tentang Pamungkas Pada Mahasiswa Yogyakarta.

Kata Kunci: Isi Pesan, Persepsi.

ABSTRACT

Pamungkas is a musician who is very influential in the current generation. He has created three albums in the Indonesian music world, and has been successful in the market and has held concerts around Indonesia and even Asia. With his big name as a musician, Pamungkas has a different side off the stage. Not a few people who make his figure as a role model. The purpose of this study was to determine the effect of message content on perceptions of Pamungkas in Yogyakarta college students. The research method uses quantitative methods with simple regression analysis and t-test. Message content with perception is closely related to communication. The content of the message as a stimulus becomes the cause of how others give effects in the form of perception. Perception is influenced by several factors such as awareness, knowledge, liking, preference, and convince. These factors are described in the Hierarchy of Effect. This study resulted in the equation $Y = 14.60 + 1.973$ which has a significance value of 0.000 which states that the message content has linearity with perception. Meanwhile, in the hypothesis the equation produces a t-count of 9.316 and it is stated that there is an Effect of the Content of the Video Message entitled "The Pamungkas Can't Speak English? HBO is read as HA BE O" on the Vindes Channel on Youtube on Perceptions About Pamungkas in Yogyakarta College Students.

Keywords: Message, Perception.