

ABSTRAK

Saat ini kehidupan berada dalam era digital dengan perkembangan media massa yang sangat terhubung dengan kegiatan manusia dalam mencari informasi dan hiburan. Beragam tayangan video dalam YouTube menghasilkan tingginya ketertarikan manusia berkomunikasi melalui media, setiap tayangan memiliki dampak dan melekat dengan pengaruh yang dihasilkan. Adanya konsep digitalisasi salah satu industri jasa yang sedang berkembang adalah industri *sportainment*, yang berarti olahraga dan hiburan. VINDES adalah *channel* YouTube yang aktif berkarya melalui video dalam kategori komedi dan olahraga, memiliki salah satu produk atau IP (*Intellectual Property*) bernama Vindes Sport dengan konsep *sportainment*. Tujuan penelitian ini mengetahui pengaruh tayangan video YouTube VINDES pada episode Vindes Sport Tepok Bulu 2022 terhadap minat olahraga bulu tangkis pemuda, dengan sampel penelitian sebanyak 99 pemuda yang menonton tayangan Tepok Bulu 2022 dan berkomentar dalam tayangan tersebut. Penelitian berlandaskan teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*) dan metode deskriptif kuantitatif, dengan instrumen kuesioner dan teknik analisis uji regresi linear sederhana. Hasil penelitian terdapat pengaruh tayangan video YouTube VINDES pada episode Vindes Sport Tepok Bulu 2022 terhadap minat olahraga bulu tangkis pemuda, berdasarkan nilai probabilitas (sig) $0,000 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima.

Kata Kunci : Pengaruh Tayangan, YouTube, VINDES, Minat.