

PENGARUH TAYANGAN YOUTUBE NAJWA SHIHAB “EKSKLUSIF: GANJAR DAN PIALA DUNIA” TERHADAP *PERSONAL BRAND* GANJAR PRANOWO PADA KOMUNITAS AIX FC TANGERANG

Hanif Zulviansyah¹, Erna Febriani²

Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jalan Arjuna Utara Nomor 9, Kebon Jeruk, Jakarta Barat – 11510
hanifzulviansyah77@student.esaunggul.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh Tayangan Youtube “Eksklusif: Ganjar dan Piala Dunia” terhadap *Personal Brand* Ganjar Pranowo pada Komunitas AIX FC Tangerang. Metode penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif pendekatan analisis deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuisioner kepada 100 responden. peneliti memilih generasi Z dan milenial dalam komunitas Sepak Bola Tangerang untuk mendapati sampel dengan menentukan kriteria mereka yaitu 17-33 tahun. Adapun variabel X dalam penelitian ini adalah Tayangan Youtube Najwa Shihab dan variabel Y adalah *Personal Brand*. Berdasarkan data yang diperoleh dari hasil uji validitas dari alat ukur yang digunakan 15 pernyataan valid dan terdapat pengaruh dari hasil korelasi antara Tayangan Youtube terhadap *Personal Brand*. Berarti Tayangan Youtube Najwa Shihab memiliki Pengaruh yang kuat dalam *Personal Brand* Ganjar Pranowo dan hasil koefisien determinasi yang disesuaikan (R Square) yaitu 0,555. Hal ini mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Tayangan Youtube terhadap variabel terikat (*Personal Brand*) sebesar 55,5%, sedangkan sisanya dipengaruhi oleh variabel lain diluar dari yang diteliti sebesar 44,5%. Pada uji hipotesis yang peneliti rumuskan, H₀ di tolak dan H_a di terima yang berarti adanya pengaruh antara Tayangan Youtube Najwa Shihab terhadap *Personal Brand*. Saran dalam penelitian ini adalah sebaiknya tayangan dari channel Youtube Najwa Shihab agar terus meningkatkan kualitas dan mempertahankan reputasi serta eksistensi bagi penontonnya. Dan kepada bapak Ganjar Pranowo disarankan terus menjaga *Personal Brand* yang telah dibangun.

Kata Kunci : *Tayangan, Youtube, Merek Pribadi*

ABSTRACT

This study aims to find out the effect of "Exclusive: Ganjar and the World Cup" Youtube Show on Ganjar Pranowo's Personal Brand in the Tangerang Football Community. The method in this study uses a quantitative research method with a survey approach. With a sample population of 100 people. Researchers chose the millennial generation in the Tangerang Football community to find samples by determining their criteria, namely 17-35 years. The X variable in this study is Najwa Shihab's Youtube Views and the Y variable is Personal Brand. Based on the data obtained from the results of the validity test of the measuring instrument used, 15 statements are valid and there is an influence from the results of the correlation between Youtube Views and Personal Brands. It means that Najwa Shihab's Youtube Show has a strong influence on Ganjar Pranowo's Personal Brand and the adjusted coefficient of determination (R Square) is 0.555. This implies that the influence of the independent variable (Youtube Views) on the dependent variable (Personal Brand) is 55.5%, while the rest is influenced by other variables outside of those studied by 44.5%. In the hypothesis test that the researcher formulated, H₀ was rejected. and H_a is accepted, which means that there is an influence between Najwa Shihab's Youtube Show on Personal Brand. The suggestion in this research is that it is better if broadcasts from Najwa Shihab's Youtube channel continue to improve quality and maintain reputation and existence for the audience. And to Mr. Ganjar Pranowo it is advised to continue to maintain personal Brands that have been built.

Keywords : *Impressions, Youtube, Personal Brand*