

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Peneliti Terdahulu

Penelitian terdahulu bertujuan untuk mendapatkan bahan perbandingan dan acuan. Selain itu, untuk menghindari anggapan kesamaan dengan penelitian ini. Maka dalam tinjauan pustaka ini peneliti akan mencantumkan hasil penelitian terdahulu yaitu:

Tabel 2. 1

Tinjauan Peneliti Terdahulu

No	Uraian	Andre Trio Murti	Irvan Aditiya	Rizkynata Adam Satria Suharyono Rizal Alfisyahr
		2021	2021	2017
1	Universitas	Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim	Universitas Islam Sultan Agung Semarang	Universitas Brawijaya Malang
2	Jenis	Skripsi	Skripsi	Jurnal
3	Judul	Pengaruh Tayangan Siap 86 Net Tv Terhadap Kewaspadan Pada Kekerasan Kriminal Di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru	Pengaruh Konten Youtube Food Vlogger Channel Nex Carlos Terhadap Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah Dan Minat Berwisata Kuliner Pada Subscriber	Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian

4	Tujuan Penelitian	Untuk Mengetahui Pengaruh Tayangan Siap 86 Net Tv Terhadap Kewaspadaan Pada Kekerasan Kriminal Di Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru	Untuk Mengetahui Pengaruh Konten Youtube Food Vlogger Channel Nex Carlos Terhadap Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah Dan Minat Berwisata Kuliner Pada Subscriber	Untuk Mengetahui Pengaruh Terpaan Media Sosial Instagram Dan Perceived Value Terhadap Keputusan Pembelian
5	Metode Penelitian	Kuantitatif Dengan Metode Survei Eksplanatif	Kuantitatif	Explanatory Research Dengan Pendekatan Kuantitatif
6	Hasil Penelitian	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Tayangan Siap 86 NET TV Terhadap Kewaspadaan Pada Kekerasan Kriminal Di RT03 RW 09 Kelurahan Maharatu Kecamatan Marpoyan Damai Kota Pekanbaru Berpengaruh Signifikan	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Konten Youtube Food Vlogger Channel Nex Carlos Berpengaruh Terhadap Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah Dan Juga Berpengaruh Terhadap Minat Berwisata Kuliner Yang Dibuktikan Dengan Uji Regresi Linear Sederhana Dengan Variabel Tingkat Pengetahuan Kuliner Daerah	Hasil Penelitian Ini Menunjukkan Bahwa Terdapat Pengaruh Yang Signifikan Secara Bersama-Sama Dari Variabel Bebas Yaitu Terpaan Media Sosial Instagram (X1) Dan Perceived Value (X2) Terhadap Variabel Terikat Yaitu Proses Keputusan Pembelian (Y).
7	Perbedaan Penelitian	Penelitian Andre Meneliti Media Yang Berbeda Dan Variabel Y Yang Berbeda	Penelitian Irvan Memiliki Variabel Y Yang Berbeda	Penelitian Andre Meneliti Media Sosial Yang Berbeda Dan Variabel Y Yang Berbeda

Sumber : Peneliti 2023

Dalam penelitian ini jika dilihat dari tinjauan penelitian terdahulu, penelitian ini memiliki kelebihan yaitu variabel Y yang membahas Tindak Perilaku Remaja sehingga bahasan pengaruh terpaan konten youtube terhadap Tindak Perilaku Remaja akan dibahas lebih rinci oleh peneliti.

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.1.2.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan aktifitas mendasar manusia. Manusia dapat saling terhubung dengan individu lainnya dengan berkomunikasi, tidak ada manusia yang tidak melakukan komunikasi.

Komunikasi menurut Rismawaty et al. merupakan suatu hal yang sangat mendasar dalam kehidupan manusia. bahkan komunikasi menjadi fenomena terbentuknya masyarakat atau komunitas yang terintegrasi informasi, dimana setiap individu dalam komunitas saling berbagi informasi (pertukaran informarisawasi) demi mencapai tujuan bersama (Rismawaty et al., 2014: 65). Raymond S. Ross yang dikutip oleh Mulyana mengungkapkan bahwa “Komunikasi atau dalam bahasa inggris *Communication* dan dari kata latin yaitu *Communis* yang berarti membuat sama” (Raymond S. Ross dalam Mulyana, 2007: 46). Sedangkan menurut Nurhadi & Kurniawan pengertian secara paradigmatic komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain untuk menginformasikan atau untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku, baik secara langsung (komunikasi tatap muka) maupun tidak langsung (komunikasi melalui media) (Nurhadi & Kurniawan, 2017: 91). Berdasarkan penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi merupakan suatu penyampaian pesan yang

memiliki tujuan untuk persamaan persepsi atau arti antara komunikator dan komunikan.

2.1.2.2 Fungsi Komunikasi

Menurut Onong Uchjana Effendy fungsi komunikasi terdiri dari empat fungsi yaitu fungsi menginformasikan, fungsi mendidik, fungsi menghibur dan yang terakhir fungsi mempengaruhi (Effendy, 2006: 36). Sedangkan menurut William I. Gorden yang dikutip oleh Mulyana dikategorikan ke dalam empat fungsi, yakni fungsi komunikasi sosial, fungsi komunikasi ekspresif, fungsi komunikasi ritual dan fungsi komunikasi instrumental (William I. Gorden dalam Mulyana, 2007: 5).

2.1.2.3 Tujuan Komunikasi

Tujuan komunikasi secara paradigmatic adalah untuk mendapatkan efek tertentu pada komunikan. Menurut Onong Uchjana Effendy, efek yang ditimbulkan akibat terpaan pesan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, yakni : efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif/behavioral (Effendy dalam Nurhadi & Kurniawan, 2017: 91). Sedangkan menurut Karyaningsih sebuah komunikasi memiliki tujuan akhir yakni komunikan dapat memahami dan mengerti pesan-pesan yang disampaikan oleh komunikator atau pemberi pesan (Karyaningsih, 2018: 48). Dapat disimpulkan bahwa tujuan dari komunikasi adalah untuk mengubah pengetahuan, sikap, perilaku, dan sosial yang ditimbulkan dari terpaan pesan.

2.1.2.4 Komunikasi Massa

Komunikasi massa menurut Tambunan merupakan komunikasi dengan menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik dapat dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang melembagakan dan ditujukan pada banyak orang yang tersebar di berbagai tempat, anonim dan heterogen, Tujuannya agar pendengar, pembaca dan para penikmat media massa secara bersamaan memahami maksud dari isi pesan yang disampaikan (Tambunan, 2018; 25). Menurut John R Bittner yang dikutip oleh Ananda mengungkapkan bahwa komunikasi massa merupakan sebuah pesan yang dikomunikasikan atau penyampaiannya dapat melalui media massa kepada sejumlah besar orang secara serempak (John R Bittner dalam Ananda, 2021: 1). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi massa merupakan komunikasi yang disampaikan pada khalayak ramai melalui beragam media massa yang dilakukan secara serempak dan tersebar diberbagai tempat.

2.1.2.5 Jenis Komunikasi Massa

Jenis-Jenis Komunikasi Massa:

- Iklan (Advertising)
- Jurnalisme (Journalism)
- Humas (Public Relations)
- Media Sosial (Social Media) (Asfihan, 2023: 1)

2.1.3 Tinjauan Tentang Pengaruh

2.1.3.1 Definisi Pengaruh

Pengaruh menurut Badudu dan Zain adalah kekuatan yang akan menyebabkan terjadinya sesuatu, yang dimaksud merupakan sesuatu yang dapat mengubah atau membentuk sesuatu yang lain dan patuh atau mengikuti karena kuasa atau kekuasaan orang lain (Badudu, 2001: 131). Menurut Wiryanto yang dikutip oleh Fadli Sadewa mengungkapkan bahwa pengaruh dapat berperan sebagai tokoh resmi maupun tidak resmi dalam masyarakat. Orang yang memiliki pengaruh cenderung lebih kosmopolitan, inovatif, kompeten, dan mudah diakses dibandingkan dengan mereka yang dipengaruhi. Uwe Becker, di sisi lain, menjelaskan bahwa pengaruh adalah kemampuan yang terus berkembang, berbeda dengan kekuasaan, dan tidak selalu terkait dengan usaha untuk memperjuangkan dan memaksakan kepentingan (Sandewa, 2018: 95).

2.1.4 Tinjauan Tentang Terpaan Media

2.1.4.1 Definisi Terpaan Media

Menurut Shrimp yang dikutip oleh Estiana et al. Terpaan dapat diartikan sebagai mendengarkan, melihat tindakan dan membaca pesan di media atau memperhatikan pesan yang diberikan (Shrimp dalam Estiana et al., 2020). Menurut Shore yang dikutip oleh Purwanto terpaan media tidak hanya berhubungan dengan kedekatan fisik seseorang dengan media massa, melainkan juga apakah seseorang benar-benar menerima pesan-pesan yang disampaikan oleh media massa (Shore dalam Purwanto, 2020: 8). Kemudian, menurut Rosengren yang dikutip oleh Rakhmat, penggunaan media berdasarkan jumlah waktu yang dipergunakan dalam

berbagai media, jenis atau isi media yang dikonsumsi, dan isi media yang dikonsumsi dari berbagai hubungan antara individu atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren dalam Rakhmat, 2013: 66). Dapat disimpulkan terpaan media merupakan keadaan masyarakat yang telah terpapar pesan-pesan yang beredar di media.

2.1.5 Tinjauan Tentang Perilaku

2.1.5.1 Definisi Perilaku

Menurut Jogiyanto yang dikutip oleh Fahlepi Roma Doni, Perilaku merujuk pada tindakan atau aktivitas konkret yang dilakukan oleh individu karena adanya keinginan untuk melakukan sesuatu yang spesifik. Minat individu akan mempengaruhi perilakunya. Perilaku yang diharapkan adalah tindakan yang terjadi sebagai hasil dari upaya bawah sadar yang dilakukan oleh individu. Dalam konteks penggunaan teknologi informasi, perilaku merujuk pada penggunaan teknologi yang sebenarnya (Jogiyanto dalam Doni, 2017: 16).

2.1.6 Tinjauan Tentang Remaja

2.1.6.1 Definisi Remaja

Dari sudut pandang psikologis, masa remaja adalah saat individu terintegrasi ke dalam masyarakat dewasa. Remaja merujuk kepada individu yang berusia antara 10 hingga 19 tahun dan rentang usia 10 hingga 18 tahun menurut Peraturan Menteri Kesehatan RI Nomor 25 tahun 2014. Sedangkan menurut Badan Kependudukan dan Keluarga Berencana (BKKBN), rentang usia remaja mencakup individu yang berusia antara 10 hingga 24 tahun dan belum menikah (Diananda, 2018: 117).

2.1.7 Tinjauan Tentang Kriminal

2.1.7.1 Definisi Kriminal

Menurut Kartono yang dikutip oleh Nagib bahwa *crime* adalah kejahatan dan kriminal yang berarti sebagai perbuatan jahat, maka tindak kriminal dapat memiliki arti sebagai perbuatan kriminal (Kartono dalam Nagib, 2014: 8). Sedangkan menurut Frank E. Hagan kriminal merupakan keseluruhan pelanggaran terhadap hukum pidana (Hagan, 2013: 16). Tindak kriminal merupakan produk manusia, yang timbul dari dinamika kehidupan masyarakat yang semakin kompleks dan kompetitif dalam lingkungan sosial. Menurut Paisol Burlian Kriminalitas merupakan semua jenis tindakan yang merugikan, baik dalam bentuk lisan maupun tindakan nyata atau perbuatan, baik itu dinyatakan dalam hukum pidana atau sifatnya kondisional menurut pandangan tertentu dari masyarakat (Burlian, 2016: 128). Dapat disimpulkan bahwa kriminal adalah konsep yang berkaitan dengan tingkah laku atau perbuatan buruk yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang yang dapat melanggar hukum pidana.

2.1.7.2 Jenis - Jenis Kriminalitas

Jenis – Jenis Kriminalitas

1. *Blue Collar Crime*, yaitu tindakan kriminal yang pelakunya berasal dari kelompok kelas bawah, sering disebut sebagai kejahatan kerah biru atau *street crime*. Contohnya adalah pencurian, pencopetan, perampokan, pembegalan dan pembunuhan.
2. *White Collar Crime*, yaitu tindakan kriminal yang pelakunya berasal dari kelompok kelas ekonomi atas. Biasanya, dilakukan oleh individu yang

memegang jabatan dengan memanfaatkan kedudukannya.. Contohnya adalah pemalsuan data perusahaan, kecurangan bisnis, korupsi, dan penyelundupan barang ilegal

3. *Victimless Crime*, yaitu kejahatan tanpa korban dan lebih mengarah ke perbuatan yang tercela. Contohnya adalah judi ilegal, penyalahgunaan narkoba, telanjang di tempat umum dan mabuk di tempat umum.
4. *Organized Crime*, yaitu kejahatan terorganisir atau terencana dan mempunyai strategi. Contohnya adalah pemerasan, rentenir, bisnis ilegal, perdagangan manusia, pencucian uang, penyelundupan narkoba, dan pemerasan tenaga kerja.
5. *Corporate Crime*, yaitu jenis kejahatan yang dilakukan oleh perusahaan atau korporasi. Contohnya adalah penipuan bank, penjualan sekuritas palsu, maladministrasi bisnis, pelanggaran hak paten dan pengabaian AMDAL.
6. *Cyber Crime*, yaitu jenis kejahatan dunia maya berbasis teknologi dan jaringan. Contohnya Penindasan dunia maya (*Cyber Bully*), Pornografi Anak atau (CSAM), *Cyber grooming*, Penguntit dunia maya, Penipuan pemerkosaan online, pekerjaan online.
7. Kejahatan Transnasional, yaitu kejahatan direncanakan dan terorganisir, dimana perencanaan, eksekusi, dan korbannya melebihi dari 1 negara atau melintasi batas negara. Contohnya adalah pencucian uang, perdagangan senjata dan pencurian data.
8. Kejahatan Internasional, yaitu kejahatan yang tidak ada kaitannya dengan batas-batas negara dan bisa terjadi di lingkup domestik, tetapi kejahatan

tersebut luar biasa dan dapat menimbulkan kepedulian global. Contohnya adalah kejahatan terhadap kemanusiaan, genosida, kejahatan perang, dan agresi (Julianti, 2022: 1).

2.1.8 Tinjauan Media Massa

2.1.8.1 Definisi Media Massa

Media massa menurut Situmeang merupakan media konvensional. Media yang menyebarkan informasi dengan sifat penyebaran satu arah (*one way communications*). Media massa dibedakan dua jenis, yaitu media massa yang tercetak dan elektronik namun media massa terus berkembang dan berinovasi sehingga muncul media baru, media yang terhubung dengan internet, memiliki jangkauan yang luas dan tidak terbatas, sehingga penggunaan media konvensional terus berkurang dan berpindah pada media online (Situmeang, 2020: 10).

2.1.9 Tinjauan Tentang Youtube

2.1.9.1 Definisi Youtube

YouTube menurut Situmeang merupakan suatu laman web berbagi video yang terkenal dimana pengguna dapat mengunggah, menonton, dan berbagi klip video tanpa dipungut biaya. Sebagai salah satu layanan dari Google, situs ini mempermudah penggunaannya untuk mengunggah video yang dapat diakses oleh pengguna lain di seluruh dunia secara gratis. YouTube dapat dikategorikan sebagai basis data video yang paling populer di internet, bahkan mungkin yang paling lengkap dan beragam (Situmeang, 2020: 85).

2.1.9.2 Konten Youtube

Konten dalam aplikasi youtube Menurut Celine Hartati adalah informasi yang ditampilkan dalam format video, dimana pesan yang ingin disampaikan diunggah oleh pengguna akun youtube yang sering disebut sebagai youtuber ke dalam *platform* tersebut. Konten yang diunggah ke youtube memiliki berbagai macam genre, tergantung pada topik atau tema yang ingin dibahas oleh pembuat video dan bervariasi (Hartati, 2020: 4).

Konten – konten video youtube diantaranya yaitu:

1. Video Game
2. *Travelling*
3. *Talkshow*
4. Kuliner
5. Vlog
6. Tutorial
7. *Review Product*
8. *Question & Answer (Q&A)*
9. Ulasan Film
10. *Sport Activity*
11. Memasak
12. Berita dan Informasi
13. Musik
14. Parodi
15. Binatang dan masih banyak lagi yang lainnya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bertujuan untuk menjadikan alur pikir supaya lebih terarah. disini peneliti akan menjelaskan mengenai permasalahan dari yang peneliti maksud untuk menegaskan, meyakinkan dan menggabungkan teori dengan berbagai masalah yang diangkat oleh peneliti.

2.2.1 Kerangka Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis, peneliti ingin mengetahui Sejauhmana Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirohada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja.

Peneliti menggunakan Teori Perbedaan Individual (*Individual Differences Theory*), yang dikembangkan oleh Melvin D. Defleur, mengkaji perbedaan-perbedaan antara individu ketika mereka terpapar oleh media massa dan mengalami efek tertentu. Menurut teori ini, individu sebagai anggota audiens media massa secara selektif memperhatikan pesan-pesan, terutama yang berkaitan dengan kepentingan mereka, dan sesuai dengan sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai mereka. Oleh karena itu, respon mereka terhadap pesan-pesan tersebut dipengaruhi oleh struktur psikologis mereka yang berbeda-beda. Dengan demikian, efek media massa pada audiens massa tidak seragam, melainkan bervariasi karena perbedaan individual dalam struktur kejiwaan mereka (Effendy, 2003; 275). Dalam penelitian juga ini memiliki dua variabel, variabel X yaitu Terpaan Konten dan variabel Y yaitu Tindak Perilaku Remaja.

Dalam kerangka teoritis ini, peneliti menggunakan variabel X yaitu Terpaan Konten dengan menggunakan teori terpaan media, Terpaan disini yaitu aktifitas melihat, mendengar dan membaca pesan yang disampaikan media atau pengalaman dan perhatian terhadap pesan-pesan tersebut.

Menurut Ardianto yang dikutip oleh Satria et al menyatakan bahwa

“Terpaan media dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut: 1) Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. 2) Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media. 3) Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media” (Ardianto dalam Satria et al., 2017: 212).

Sedangkan untuk variabel Y yaitu Tindak Perilaku Remaja dengan menggunakan teori definisi efek komunikasi massa

Menurut Yasir yang dikutip oleh Putri dalam laman kompas.com menyatakan bahwa efek komunikasi massa adalah perubahan yang terjadi pada pengetahuan, sikap, emosi, atau tingkah laku individu dan kelompok yang mengonsumsi media (Yasir Dalam Putri, 2022: 1). Adapun tiga dimensi efek komunikasi massa menurut Ardianto yang dikutip oleh Murti untuk mengukur variabel Y yaitu:

“Ada tiga dimensi efek komunikasi massa, yaitu kognitif, afektif dan behavioral atau konatif. Efek kognitif meliputi peningkatan kesadaran, belajar dan tambahan pengetahuan. Efek afektif berhubungan dengan emosi, perasaan dan attitude (sikap). Sedangkan behavioral atau konatif berhubungan dengan perilaku dan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu” (Ardianto dalam Murti, 2021: 18).

2.2.2 Kerangka Konseptual

Dalam kerangka konseptual membahas mengenai aplikasi dari kerangka teoritis yang akan dilakukan oleh peneliti, dimana teori tersebut akan diaplikasikan pada objek dan subjek penelitian untuk menjawab sejauhmana Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja.

Berdasarkan kerangka teoritis sebelumnya, untuk mengetahui lebih rinci pemaparan dari indikator-indikator pada variabel X dan Y. Berikut indikator variabel X Terpaan Konten yang diukur dari 3 dimensi sebagai berikut:

1. Frekuensi

Frekuensi digunakan untuk mengetahui seberapa sering para murid menonton konten tersebut dalam satu kurun waktu tertentu. Misalnya frekuensinya dengan menggunakan skala minggu (1 kali dalam seminggu, 3 kali dalam seminggu, dan sebagainya).

2. Durasi

Durasi adalah lama seorang khalayak bergabung dengan sebuah media dalam satu episode. Biasanya menggunakan skala menit. Misalnya perlu berapa menit para murid untuk menangkap informasi dalam konten tersebut.

3. Atensi

Atensi merupakan tingkat perhatian yang dimiliki oleh audiens dalam mengakses suatu media. Perhatian terhadap acara baik dari

ketertarikan terhadap acara ataupun isi pesan dalam tayangan tersebut. Terpaan media akan memengaruhi perubahan sikap seseorang. Jadi, apabila seseorang terus-menerus diterpa oleh informasi media yang dipercayainya, hal pertama yang terjadi adalah bertambahnya pengetahuan dan selanjutnya ada kemungkinan terjadi perubahan sikap. Misalnya perubahan apa yang akan terjadi kepada para murid setelah menonton konten tersebut (Murti, 2021: 16).

Berikut merupakan indikator pada variabel Y tindak perilaku remaja yang diukur menggunakan 3 dimensi sebagai berikut:

1. Efek Kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri seseorang yang terkena terpaan media yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam penelitian ini peneliti akan menguji apakah para murid mendapatkan informasi sebagai bahan pengetahuan baru.

2. Efek Afektif

Efek afektif dapat diartikan sebagai reaksi emosional khalayak terhadap konten media. Penelitian ini akan melihat seberapa besar para murid dapat merasakan efek yang di dapatkan dengan perasaan setelah menonton konten tersebut

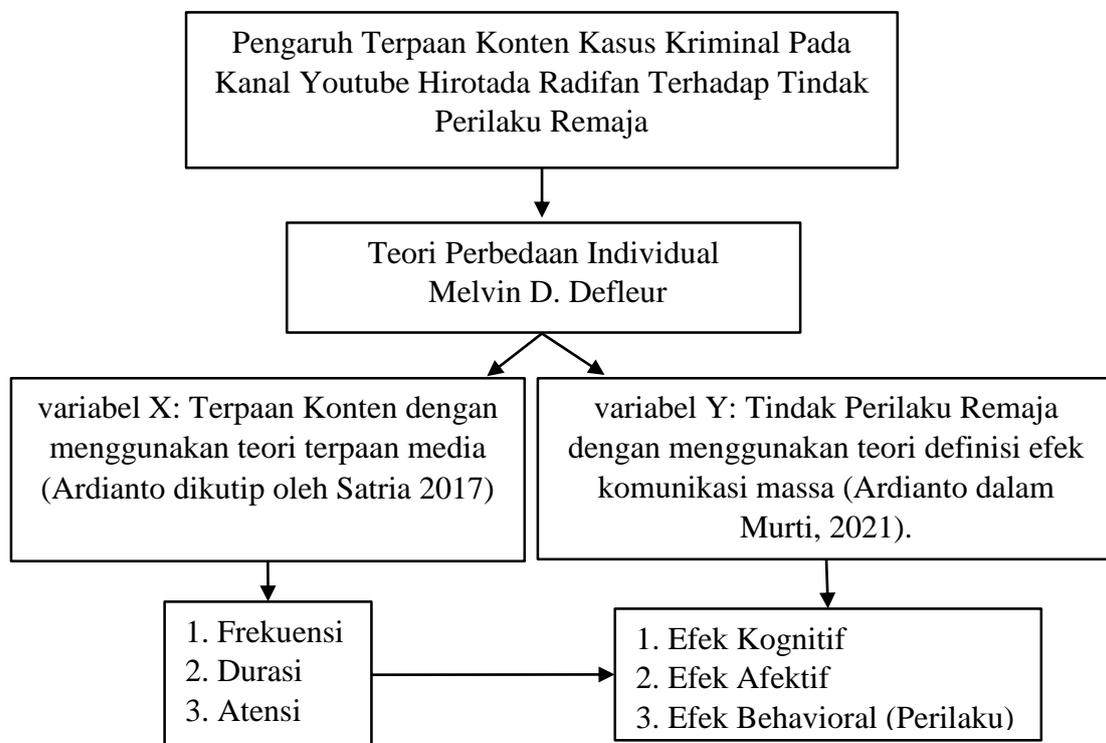
3. Efek Behavioral (Perilaku),

Efek perilaku mengacu pada perilaku, tindakan, atau kegiatan khalayak yang tampak pada kegiatan sehari-hari pasca mengkonsumsi sebuah media. Pada umumnya, efek ini meliputi perilaku antisosial dan prososial. Dalam

efek ini, perilaku antisosial meliputi segala bentuk perilaku yang bersifat negatif. Misalnya dalam penelitian ini akan melihat apakah para murid ada kecenderungan merubah perilaku mereka ke yang lebih positif ataupun negatif setelah menonton konten tersebut.

Gambar 2. 1

Kerangka Pemikiran



Sumber : Alur Pemikiran Peneliti 2023

2.3 Hipotesis

Hipotesis menurut Sugiyono dalam bukunya Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif dan R&D adalah sebagai berikut:

“Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Jadi hipotesis juga dapat dinyatakan sebagai jawaban teoritis terhadap rumusan masalah penelitian, belum jawaban yang empiris” (Sugiyono, 2010: 64).

2.3.1 Hipotesis Induk

Adapun hipotesis induk pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha: Ada Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja.

Ho: Tidak ada Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja.

2.3.2 Hipotesis Pendukung

Adapun hipotesis pendukung pada penelitian ini, adalah sebagai berikut:

1. X1 - Y

Ha: Ada Pengaruh Frekuensi, Durasi Dan Atensi Dari Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja

Ho: Tidak Ada Pengaruh Frekuensi, Durasi Dan Atensi Dari Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Tindak Perilaku Remaja

2. X – Y1

Ha: Ada Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Efek Kognitif, Afektif Dan Behavioral Tentang Tindak Perilaku Remaja.

Ho: Tidak Ada Pengaruh Terpaan Konten Kasus Kriminal Pada Kanal Youtube Hirotada Radifan Terhadap Efek Kognitif, Afektif Dan Behavioral Tentang Tindak Perilaku Remaja.