



ARKANA

Jurnal Komunikasi dan Media

Link : <https://ojs.unsiq.ac.id/index.php/arkana>
Volume : 03
Nomor : 01
Bulan : Juni
ISSN (online) : 2962-1917
DOI : DOI 10.62022/arkana.v3i01.6589

PENGARUH TERPAAN MEDIA YOUTUBE SATU PERSEN – INDONESIAN LIFE SCHOOL TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP REMAJA DI KOTA BEKASI

Erika Kurnia Ayuningrum¹

Nuriyati Samatan²

Karina Jayanti³

^{1,3}Akademi Komunikasi Media Radio Dan TV Jakarta, Indonesia

²Universitas Gunadarma, Indonesia

Corresponding Author: erikakurniaaa@gmail.com

Article History: Received: 7-April-2024, Revised: 11-Mei-2024, Accepted: 13-Juni-2024

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh terpaan media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School terhadap Pembentukan Sikap Remaja di Kota Bekasi. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan *survey* membagikan kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah remaja di kota Bekasi yang mensubscribe dan menonton channel Youtube Satu Persen – Indonesian Life School dengan keseluruhan sampel yang dihitung menggunakan rumus slovin dan didapatkan 100 responden. Pendekatan teori yang digunakan adalah teori S-O-R. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terpaan media Youtube pada channel Satu Persen – Indonesian Life School berpengaruh positif terhadap pembentukan sikap remaja di kota Bekasi. Hasil uji hipotesis menyatakan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara terpaan media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School terhadap pembentukan sikap remaja di kota Bekasi.

Kata kunci :

Pembentukan Sikap, Remaja, Satu Persen – Indonesian Life School, Terpaan Media, Youtube.

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of exposure to YouTube media One Percent - Indonesian Life School on the Formation of Teenage Attitudes in Bekasi City. This research method uses a quantitative method by conducting a survey and distributing questionnaires to respondents. Respondents in this study were teenagers in Bekasi city who subscribed and watched the One Percent - Indonesian Life School YouTube channel with the entire sample calculated using the Slovin formula and obtained 100 respondents. The theoretical approach used is the S-O-R theory. The results showed that exposure to YouTube media on the One Percent - Indonesian Life School channel had a positive effect on shaping the attitudes of teenagers in Bekasi City. The results of the hypothesis test state that H_0 is rejected and accepted, which means that there is an influence between exposure to YouTube media One Percent - Indonesian Life School on the formation of adolescent attitudes in Bekasi city.

Kata kunci :

Attitude Formation, Media Exposure, One Percent - Indonesian Life School, Teenagers, Youtube

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sebuah proses dimana interaksi antara komunikan dan komunikator yang melakukan pertukaran pesan didalamnya terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi terjadi dalam kehidupan setiap manusia sehari-hari antarindividu sampai menggunakan media yang dikenal dengan komunikasi massa.

Komunikasi massa merupakan sebuah pesan atau informasi yang diteruskan atau disampaikan melalui media massa atau media komunikasi yang luas kepada sebagian besar individu. Komunikasi media didasarkan oleh teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media yang semakin berkembang, yang dikenal dengan media lama dan media baru.

Perkembangan teknologi yang semakin pesat kini memudahkan setiap manusia untuk mencari informasi dengan cepat. Teknologi membawa perubahan signifikan terhadap bagaimana cara para penggunanya memperoleh informasi, edukasi dan hiburan. Kecanggihan teknologi inilah yang dapat membuat para pengguna untuk bisa mengakses dengan menggunakan internet. Internet merupakan singkatan dari Interconnection Networking. Secara sederhana, internet bisa diartikan sebagai a global network of computer network (Tjiptono dan Totok, 2000: 2).

Dengan adanya kemunculan internet saat ini, kecepatan penyebaran informasi dapat diakses secara online dari segala penjuru dunia. Berdasarkan survey We are Social Hootsuite tahun 2022 bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta atau sebesar 73,7% dari total populasi di Indonesia. Selain itu, pengguna media sosial yang aktif mencapai 191,4 juta atau sekitar 68,9% dari populasi di Indonesia.

Gambar 1. Data Pengguna Internet di Indonesia



Sumber: We Are Social, 2022

Menurut Sianipar (2013) Youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Youtube dapat membuat jutaan bahkan milyaran masyarakat di dunia untuk menonton atau mencari berbagai video yang mereka inginkan sesuka hati. Selain itu, dari youtube mereka juga bisa menjadi seorang youtuber. Seorang youtuber juga dikenal sebagai pembuat konten yang membuat video untuk situs web dengan berbagai video youtube. Beragam konten video bisa diakses dalam Youtube, mulai dari Musik, Film, Berita, Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan Vlog.

Salah satu channel Youtube yang memberikan informasi, edukasi, dan motivasi yaitu bernama “Satu Persen-Indonesian Life School”. Melalui platform Youtubeny, Satu Persen membuat konten dengan topik kesehatan mental yang dapat menyebarkan literasi kesehatan mental dengan menyajikan berbagai informasi kesehatan mental dan pengembangan diri. Konten yang disajikan oleh channel youtube satu persen diperkenalkan secara ringan dan mudah dimengerti. Selain subscribers yang banyak, Satu Persen - Indonesian Life School juga mengunggah konten yang selalu update, baik video maupun Youtube Short untuk menambah insight kehidupan sehari-hari. Selain menyajikan konten mengenai kesehatan mental dan pengembangan diri, channel Satu Persen - Indonesian Life School ini juga mengajarkan pelajaran hidup yang tidak diajarkan di Sekolah untuk mencapai kehidupan ideal yang semua orang berhak dapatkan.

Channel Satu Persen-Indonesian Life School dibangun dari latar belakang keresahan founders yaitu Ifandi Khainur Rahim terkait permasalahan kesehatan mental dan pengembangan diri yang belum tertangani dengan baik di Indonesia. Channel ini didirikan pada Januari 2019 oleh Ifandi Khainur Rahim, seorang mahasiswa lulusan psikologi Universitas Indonesia. Satu Persen Indonesian Life School secara aktif berbagi informasi seputar keterampilan dalam kehidupan yang belum pernah disampaikan di sekolah konvensional maupun di kehidupan bermasyarakat yaitu salah satunya seputar kesehatan mental. Satu Persen merupakan startup pendidikan yang bergerak di bidang kesehatan mental dan pengembangan diri. Dilansir dari Nox Influencer, Satu Persen terpilih menjadi channel Youtube yang memiliki perkembangan paling cepat di dunia pada bulan November 2019. Satu Persen membuat konten yang dapat menyebarkan literasi kesehatan mental kepada khalayak luas, terutama remaja di Kota Bekasi.

Konten di dalam Youtube pastinya akan membuat seseorang mengalami pembentukan sikap setelah menonton tayangan pada konten channel tersebut. Menurut Bimo Walgito (2003:133), sebuah sikap tidak dibawa sejak dilahirkan, tetapi dibentuk sepanjang perkembangan individu yang bersangkutan. Sikap pada diri seseorang akan dipengaruhi oleh 2 faktor yaitu faktor internal maupun faktor eksternal. Hal-hal yang mempengaruhi sikap tersebut seperti pengalaman pribadi seseorang tersebut, pengaruh media massa, pengaruh kebudayaan, lembaga pendidikan dan lembaga agama.

Rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu seberapa besar pengaruh terpaan media youtube satu persen – indonesian life school terhadap pembentukan sikap remaja kota Bekasi. Adapun tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan media youtube satu persen – Indonesian life school terhadap pembentukan sikap remaja kota Bekasi.

Berdasarkan latar belakang penelitian yang telah dipaparkan, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Terpaan Media Youtube Satu Persen-Indonesian Life School Terhadap Pembentukan Sikap Remaja di Kota Bekasi”.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian ini dilakukan secara kuantitatif dan menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan data. Objek dalam penelitian ini ialah pembentukan sikap setelah menonton konten melalui akun Youtube Satu Persen - Indonesian Life School. Sedangkan subjek dalam penelitian ini ialah subscribers remaja kota Bekasi yang menonton konten dari channel Satu Persen - Indonesian Life School dengan kriteria pengguna media sosial Youtube setiap hari.

Waktu penelitian ini dibutuhkan selama 5 bulan terhitung dari bulan Oktober 2022 hingga bulan Maret 2022. Dan lokasi dari penelitian ini dilakukan secara media online melalui platform media Youtube. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan teknik survei yang dilakukan dengan menggunakan kuisisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya, serta menggunakan skala likert sebagai teknik pengukuran data. Teknik pengambilan sampel ditentukan dengan rumus Slovin.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji Validitas

Pengujian ini menggunakan program IBM SPSS (Statistic Product and Service Solution) versi 26 dengan taraf signifikansi 10%. Uji validitas dilakukan dengan menggunakan 30 responden terlebih dahulu dari jumlah totalnya 100 responden.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Terpaan Media Youtube Satu Persen (X)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,389	0,306	Valid
2	0,592	0,306	Valid
3	0,583	0,306	Valid
4	0,620	0,306	Valid
5	0,422	0,306	Valid
6	0,381	0,306	Valid
7	0,436	0,306	Valid
8	0,450	0,306	Valid
9	0,766	0,306	Valid
10	0,708	0,306	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.1 dapat ditarik kesimpulan bahwa dari total 10 pertanyaan yang terdapat pada variabel Terpaan Media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School (X) dinyatakan valid karena nilai *rhitung* lebih besar dibanding nilai *rtabel*.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Pembentukan Sikap (Y)

Pernyataan	R Hitung	R Tabel	Keterangan
1	0,854	0,306	Valid

2	0,699	0,306	Valid
3	0,766	0,306	Valid
4	0,786	0,306	Valid
5	0,737	0,306	Valid
6	0,766	0,306	Valid
7	0,830	0,306	Valid
8	0,678	0,306	Valid
9	0,741	0,306	Valid
10	0,720	0,306	Valid

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.2 dapat ditarik kesimpulan bahwa dari total 10 pertanyaan yang terdapat pada variabel Pembentukan Sikap (Y) dinyatakan valid karena nilai *rhitung* lebih besar dibanding nilai *rtabel*.

Uji Reliabilitas

Suatu pernyataan dinyatakan reliable apabila nilai Cronbach’s Alpha diatas 0,6. Dengan total 100 responden, diperlukan uji realibilitas terlebih dahulu menggunakan 30 responden.

Tabel 3 Uji Reliabilitas Terpaan Media Youtube Satu Persen (X)

Reliability Statistics	
Cronbach’s Alpha	N of Items
0,704	10

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.3 diketahui bahwa nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,704. Bisa ditarik kesimpulan bahwa total 10 pernyataan dalam variabel Terpaan Media Youtube Satu Persen (X) dinyatakan reliable, karena nilai Cronbach’s Alpha 0,704 > 0,60 dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha adalah reliable.

Tabel 4 Uji Reliabilitas Pembentukan Sikap (Y)

Reliability Statistics	
Cronbach’s Alpha	N of Items

0,916	10
-------	----

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.4 diketahui bahwa nilai Cronbach’s Alpha sebesar 0,916. Bisa ditarik kesimpulan bahwa total 10 pernyataan dalam variabel Pembentukan Sikap (Y) dinyatakan reliable, karena nilai Cronbach’s Alpha 0,916 > 0,60 dengan tingkat reliabilitas berdasarkan nilai Alpha adalah sangat reliable atau tinggi.

Uji Normalitas

Uji normalitas ini dilakukan untuk mengetahui apakah variabel dalam penelitian berdistribusi normal atau tidak. Peneliti menggunakan SPSS versi 26 dan menggunakan uji Kolmogorov Smirnov Test. Data dikatakan berdistribusi normal jika nilai signifikansinya > 0,1 dan sebaliknya jika nilai signifikansinya < 0,1 data tidak berdistribusi normal.

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a, b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.02885139
Most Extreme Differences	Absolute	.081
	Positive	.080
	Negative	-.081
Test Statistic		.081
Asymp. Sig. (2-tailed)		.105 ^c

- a. Test distribution is Normal.
b. Calculated from data.
c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan tabel 1.5 hasil pengolahan SPSS dengan uji Kolmogorov Test didapatkan Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,105 Dimana nilai 0,105 > 0,1 maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk melihat apakah spesifikasi model yang digunakan sudah benar atau tidak dimana untuk persamaan regresi linier, hubungan antara variabel independen dan dependen harus linier. Dalam penelitian ini dilakukan uji linearitas menggunakan table ANOVA dengan bantuan software *IBM SPSS Statistic version 26.0*. Kriteria hubungan linier dijelaskan berikut, dengan menggunakan tingkat signifikansi (α) 10% atau 0.1.

Tabel 6 Hasil Uji Linearitas

ANOVA Table			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pembentukan Sikap * Konten Youtube Satu Persen	Between Groups	(Combined)	836.303	17	49.194	5.772	.000
		Linearity	710.637	1	710.637	83.382	.000
		Deviation from Linearity	125.665	16	7.854	.922	.548
	Within Groups		698.857	82	8.523		
Total			1535.160	99			

Sumber : Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan uji linearitas pada tabel 1.6, didapatkan nilai sig. 0,548 dimana > 0,1. Maka data tersebut linear atau terdapat hubungan linear antara variabel independen (Terpaan Media Youtube Satu Persen) dengan variabel dependen (Pembentukan Sikap).

Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa pengaruh variabel independen yaitu terpaan media Youtube Satu Persen terhadap variabel dependen yaitu pembentukan sikap.

Tabel 7 Hasil Uji Korelasi dan Koefisien Determinasi (R^2)

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.680 ^a	.463	.457	2.901

a. Predictors: (Constant), Konten_Youtube Satu Persen

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Untuk melihat besaran pengaruh terpaan media youtube Satu Persen terhadap pembentukan sikap remaja yaitu terletak pada nilai R. Berdasarkan tabel diatas dapat disimpulkan bahwa:

1. Nilai R= 0.680 artinya hubungan antara pengaruh terpaan media youtube Satu Persen terhadap pembentukan sikap remaja dipengaruhi sebesar 0,680 dan jika dipresentasikan sebesar 68% artinya dapat dikategorikan memiliki hubungan korelasi yang kuat.
2. Nilai R Square = 0,463 artinya Terpaan Media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School memberikan pengaruh sebesar 46,3% terhadap pembentukan sikap remaja di kota Bekasi dan dapat dikategorikan cukup, sedangkan sisanya 53,7% (100 – 46,3%) dipengaruhi oleh faktor lain.
3. Adjusted R Square = 0,457 artinya sebesar 45,7% menunjukkan bahwa terpaan media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School memberikan pengaruh terhadap pembentukan sikap remaja di Kota Bekasi.
4. Standart Error Estimated artinya mengukur variasi dari nilai yang diprediksi. Standart error estimated adalah 2,901.

Uji Analisis Regresi Linear Sederhana

Uji regresi linear sederhana dilakukan untuk menganalisis hubungan variabel independen dengan variabel dependen. Dalam penelitian ini dilakukan uji regresi linier sederhana menggunakan table coefficient dengan bantuan SPSS versi 26. Adapun hasil uji regresi linear sederhana sebagai berikut :

Tabel 8 Hasil Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.957	2.392		4.580	.000
	Konten_Youtube Satu Persen	.699	.076	.680	9.190	.000

a. Dependent Variable: Pembentukan_sikap

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Analisis data dalam penelitian ini menggunakan Analisis Regresi linier sederhana bertujuan untuk mengetahui hubungan antara variabel independen dengan dependen. Dengan persamaan yaitu :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 10,957 + 0,699 X$$

Berdasarkan persamaan regresi tersebut maka hasil uji regresi linier sederhana yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Konstanta (a) sebesar 10,957 artinya jika nilai variabel Terpaan Media Youtube Satu Persen sama dengan nol, maka nilai konsistensi pembentukan sikap (Y) bernilai positif sebesar 10,957.
2. Koefisien regresi variabel (b) sebesar 0,699 hal ini dapat disimpulkan koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara terpaan media Youtube Satu Persen (X) dengan variabel pembentukan sikap (Y).

Uji T / Uji Hipotesis

Uji T digunakan untuk mengetahui apakah variabel independen secara parsial mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen.

Tabel 9 Hasil Uji Hipotesis

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	10.957	2.392		4.580	.000
	Konten_Youtube Satu Persen	.699	.076	.680	9.190	.000

a. Dependent Variable: Pembentukan_sikap

Sumber: Hasil Olah Data SPSS versi 26 oleh peneliti (2023)

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, diketahui bahwa t hitung (9,190) > t tabel (1,660). Angka tersebut menunjukkan bahwa Ho ditolak dan Ha diterima. Artinya terdapat pengaruh antara terpaan media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School terhadap pembentukan sikap remaja di Kota Bekasi.

PENUTUP **Simpulan**

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa dari hasil penelitian di lapangan dan diuji menggunakan SPSS 26.0 terdapat Pengaruh Terpaan Media Youtube Satu Persen – Indonesian Life School Terhadap Pembentukan Sikap Remaja di Kota Bekasi, sehingga menunjukkan adanya pengaruh pada variable X (Terpaan Media) terhadap variable Y (Pembentukan Sikap) sebesar 46,3% dan sisanya 53,7% dipengaruhi oleh variabel lain atau indikator lainnya seperti perilaku positif, kepercayaan diri, atau pembentukan konsep diri.

Saran

Dikarenakan saat ini media menjadi peran yang sangat penting di era digital saat ini. Saran untuk peneliti selanjutnya yang ingin membahas dengan pembahasan yang sama diharapkan dapat mengembangkan dan memfokuskan objek apa yang akan diteliti guna mendapatkan hasil yang lebih maksimal. Penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan kontribusi yang bermanfaat.

DAFTAR PUSTAKA

- Pertiwi D., Hasibuan E.J., Auza A. (2022). Pengaruh konten vlog akun youtube tasya farasya terhadap minat beli subscribers. *Jurnal Ilmu Pemerintahan, Administrasi Publik dan Ilmu Komunikasi*, 4(1).
- Ardianto E. (2005). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- David E.R., Sondakh M., Harilama S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Acta Diurna Komunikasi*, 6(1).
- Maulana J. (2020). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Islam Kalimantan. *Jurnal Mutakallimin*. doi :10.31602/Jm.V4i1.4814
- Onong Uchjana Effendy. (2001). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Effendy O. U. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- Pengguna internet Indonesia tahun 2022. (16 Oktober 2022). Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/03%20/23/ada-2047-juta-pengguna-internet-di-indonesia-awal-2022>
- Pengguna Youtube di dunia pada kuartal II tahun 2022. (16 Oktober 2022). Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022>
- Sugiyono. (2005). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta, CV.
- Dwiani S. R., Prihantoro E. (2020). Pengaruh Penggunaan Media Instagram @Najwashihab Dan Terpaan Informasi Terhadap Pembentukan Sikap Followes Dalam Menghadapi Covid-19. doi: [10.24014/Irmdk.V2i4.11256](https://doi.org/10.24014/Irmdk.V2i4.11256)
- Cangara H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Press