

# PENGARUH KONTEN KREATOR INI VINDY PADA *CHANNEL MY ACNE STORY* TERHADAP KEPERCAYAAN DIRI REMAJA *ACNE FIGHTER*

Oleh : Nurul Vidya Urbach

Pembimbing : Dr. Suyanto, S.Sos, M.Sc

Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H. R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

## Abstrak

*Channel My Acne Story* adalah cerita proses *Acne Fighter* untuk sembuh dari permasalahan kulit berjerawat. *Channel* ini juga berisi tips untuk menyembuhkan jerawat. *Platform* yang menjadi wadah berbagi cerita perjuangan untuk sembuh dari jerawat adalah media sosial YouTube. Salah satunya yaitu pada *Channel My Acne Story* milik kreator Ini Vindy. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui ada pengaruh atau tidaknya Konten Kreator Ini Vindy pada *Channel my acne story* terhadap kepercayaan diri remaja *Acne Fighter*. Teori yang digunakan yaitu Teori S-R (*Stimulus Response*). Menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan eksplanatif. Populasi pada penelitian ini adalah *viewers* dari *Channel My Acne Story* milik Ini Vindy. Penentuan sampel pada penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael didapat jumlah sampel 272 orang. Penelitian ini mengumpulkan data dengan menyebarkan kuesioner secara online (*google form*) pada media sosial dan menganalisis datanya dengan SPSS versi windows 25. Hasil penelitian berdasarkan perhitungan statistik, maka hipotesis dalam penelitian ini yaitu terdapat pengaruh antara Konten Kreator Ini Vindy pada *Channel My Acne Story* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter*, maka  $H_a$  diterima dan  $H_0$  ditolak. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) dilihat besarnya nilai korelasi yaitu  $R$  sebesar 0,364 kategori hitung berpengaruh. Dari output tersebut, diperoleh koefisien determinasi ( $R^2$ ) sebesar 0,133. Angka tersebut menunjukkan Pengaruh Konten Kreator Ini Vindy pada *My Acne Story* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter* sebesar 13,3% dengan kategori sangat lemah dan berpengaruh signifikan karna lebih besar dari  $sig.> 0,05$ . Sementara sisanya 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.  
**Kata Kunci : Pengaruh, Konten Kreator, Kepercayaan diri, Remaja Acne Fighter**

## Abstract

*My Acne Story channel is a story of the Acne Fighter's process to recover from acne skin problems. This channel also contains tips to cure acne. The platform for sharing stories of the struggle to recover from acne is YouTube social media. One of them is on Channel My Acne Story owned by creator Ini Vindy. The purpose of this study is to determine whether or not there is an influence of Ini Vindy's Creator Content on the My Acne Story Channel on the self-confidence of Acne Fighter teenagers. The theory used is S-R Theory (Stimulus Response). Using quantitative methods with an explanatory approach. The population in this study were viewers of Ini Vindy's My Acne Story Channel. Determination of the sample in this study using purposive sampling technique using the Isaac and Michael table obtained a sample size of 272 people. This study collected data by distributing questionnaires online (google form) on social media and analyzing the data with SPSS windows version 25. The results of the study based on statistical calculations, the hypothesis in this study is that there is an influence between Ini Vindy's Creator Content on My Acne Story Channel on Acne Fighter Teen Self-Confidence, then  $H_a$  is accepted and  $H_0$  is rejected. Based on the test*

results of the coefficient of determination ( $R^2$ ), it can be seen that the magnitude of the correlation value is  $R$  of 0.364 in the category of influential count. From this output, the coefficient of determination ( $R^2$ ) is 0.133. This figure shows the effect of Ini Vindy's Content Creator on My Acne Story on Acne Fighter Teen Self-Confidence by 13.3% with a very weak category and a significant effect because it is greater than  $\text{sig.} > 0.05$ . While the remaining 86.7% is influenced by other variables not examined.

**Keywords:** effect, content creator, self-confidence, acne fighter teenagers

## PENDAHULUAN

Seiring dengan berjalannya waktu perkembangan teknologi dan komunikasi di dunia kian berkembang pesat. Hal ini mungkin terjadi karena perkembangan teknologi seperti internet dan *smartphone*. Masyarakat dapat menggunakan *smartphone* untuk berkomunikasi, bertukar informasi dan melakukan hal-hal lainnya yang membantu mereka dalam melaksanakan aktivitas mereka sehari-hari. *Smartphone* memiliki berbagai macam fitur yang membantu serta menghibur penggunanya. Salah satu fitur yang sering digunakan oleh pengguna *smartphone* adalah media sosial. Salah satu media sosial yang banyak digunakan di Indonesia adalah YouTube.

Dalam YouTube sendiri terdapat interaksi antara komunikator ataupun komunikan dalam penyampaian pesan. Interaksi antar komunikator dan komunikan sendiri merupakan cerminan dari sebuah teori yang bernama teori S-R atau Stimulus - Response. Dimana Teori S-R ini yang ditemukan oleh Edward L. Thorndike menunjukkan bahwa komunikasi adalah proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Ketika terdapat stimulus atau rangsangan, stimulus atau rangsangan tersebut akan selalu ditangkap oleh alat indera, baik itu bersifat mekanis atau fisik. Stimulus akan diterima dan menghasilkan reaksi yang dikenal sebagai respon.

YouTube memiliki banyak pilihan konten yang bervariasi, berkat konten yang bervariasi juga YouTube mampu mengganti fungsi TV yang lebih praktis dan menarik minat masyarakat. Dari sekian banyak konten-konten yang beredar di dalam YouTube, salah satu yang menyita perhatian masyarakat Indonesia

terutama kalangan remaja adalah konten kecantikan. Konten kecantikan sendiri berhasil menyita perhatian masyarakat terutama kalangan remaja perempuan dikarenakan perempuan cenderung berkeinginan untuk terus berpenampilan cantik dan menarik. Salah satu konten kreator yang membuat konten tentang kecantikan adalah konten kreator Ini Vindy.

Dari banyaknya konten yang dibuat oleh Ini Vindy salah satunya adalah *Channel My Acne Story*. Yang dimanfaatkan oleh Ini Vindy sebagai ruang untuk para *acne fighter* berekspresi dalam permasalahan dunia kecantikan yakni jerawat.

Uniknya *Channel My Acne Story* milik Ini Vindy sendiri mendapat banyak respon positif dari para penontonnya. Mereka yang merasa memiliki kondisi kulit yang sama ikut bercerita pengalan berjerawat dan saling memberikan dukungan satu sama lain di kolom komentar. Beberapa komentar mengatakan sempat merasa tidak percaya diri dengan kondisi wajah yang berjerawat dan sedang berjuang untuk sembuh dari jerawat.

Berdasarkan *survey* di kawasan Asia Tenggara, terdapat 40-80% kasus *acne vulgaris* (Saragih, Opod, dkk, 2016). Menurut Departemen Ilmu Kesehatan Kulit dan Kelamin FK Universitas Indonesia/RSUPN dr. Cipto Mangunkusumo Jakarta pada waktu remaja jerawat adalah salah satu problem. Di Indonesia sekitar 95-100% laki-laki maupun 83-85% perempuan usia 16-17 tahun menderita jerawat. Prevalensi jerawat pada perempuan dewasa sekitar 12% dan pada laki-laki dewasa 3%. Penelitian lain didapatkan bahwa jerawat

merupakan masalah kulit sampai melewati masa remaja dengan prevalensi perempuan lebih tinggi dibandingkan laki-laki pada rentang usia 20 tahun atau lebih (Saragih, Opod, dkk, 2016).

Sudah ada beberapa penelitian kepercayaan diri remaja yang berjerawat. Menurut Annisyah yang berjudul "Hubungan Persepsi tentang Jerawat dengan Kepercayaan Diri Remaja di SMAN 16 Jakarta" tahun 2017, hasil yang di dapatkan adanya hubungan positif antara persepsi tentang jerawat dengan kepercayaan diri yang sangat mengganggu mereka karena mengurangi nilai estetika wajah, sehingga membuat dirinya menarik diri dari lingkungan sosialnya. Lain halnya dengan pernyataan Tampi yang berjudul "Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri dengan Jerawat pada Remaja Kelas X-XII IPA 9 Binus Manado" tahun 2016, dengan hasil yang di dapatkan tentang mempersepsikan berjerawat tidak mengganggu aktifitas sosial dan proses pembelajaran.

Penelitian terdahulu yang telah peneliti uraikan, peneliti ingin meneliti konten kreator ini vindy pada *channel my acne story* untuk melihat apakah memiliki pengaruh terhadap kepercayaan diri remaja *acne fighter* yang mengalami masalah kulit berjerawat di era perkembangan teknologi yang memudahkan semua orang untuk mengakses informasi yang mereka butuhkan, terlebih untuk para remaja yang berjerawat atau remaja *acne fighter* mendapatkan motivasi, semangat, saran, informasi dan berekspresi serta saling mendukung memberikan *support* kepada sesama *acne fighter*.

Peneliti juga melihat komentar para penonton dengan respon positif sedikit menjelaskan bahwa teori S-R berlaku didalamnya, stimulus yang merupakan konten kreator ini vindy pada *channel my acne story* pada akhirnya mampu membuat penontonya memproses apa yang diberikan dengan memberikan reaksi sesuai dengan apa yang mereka

rasakan. Untuk mengetahui apa yang dirasakan oleh penonton *channel my acne story*, peneliti memutuskan untuk meneliti konten kreator ini vindy pada *channel my acne story* sebagai objek penelitian dalam penelitian peneliti. Dengan konten kreator ini vindy pada *channel my acne story* sebagai variabel x dan kepercayaan diri remaja *acne fighter* sebagai variabel Y, peneliti pun mengangkat judul "Pengaruh Konten Kreator Ini Vindy pada Channel My Acne Story Terhadap Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter*" pada penelitian peneliti kali ini.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Tinjauan Teoritis

Teori Stimulus - Respon berasal dari studi psikologi yang kemudian dijadikan acuan dalam teori komunikasi. Dasar dari teori ini sendiri merupakan teori jarum hipodermik, dimana teori jarum hipodermik merupakan teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh (Sendjaja, 2009:167- 168).

Stimulus atau rangsangan akan selalu ditangkap oleh alat indera, baik itu bersifat mekanis atau fisik. stimulus akan diterima dan menghasilkan reaksi yang dikenal sebagai respon. Sementara dilain sisi panca indera disebut juga sebagai reseptor. Disisi lain asumsi dasar yang dapat kita lihat dari stimulus respon adalah segala bentuk pesan yang disampaikan baik verbal dan nonverbal, yang mana nantinya akan menimbulkan respon.

Jika kualitas rangsangan yang diberikan baik atau cukup besar maka akan semakin kuat ia dalam mempengaruhi respon yang ditimbulkan oleh individu. Dengan adanya teori ini dapat dengan jelas menunjukkan kepada kita bahwa komunikasi sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sederhana, dimana teori ini mengasumsikan kata-kata verbal, non verbal, gambar dan tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan reaksi atau respon dengan cara tertentu (Mulyana, 2007:134).

### Tinjauan Konseptual New Media

New media merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy

pada tahun 1960-an. Secara etimologinya, New Media terdiri dari 2 kata yaitu new dan media. New yang berarti baru dan media berarti perantara. Jadi new media merupakan sarana perantara yang baru. Baru dalam arti disini dilihat dari segi waktu, manfaat, produksi dan distribusinya.

New media juga dapat disebut sebagai sebuah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan digital, computer, atau jaringan teknologi komunikasi di akhir abad ke- 20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai “media baru” adalah digital, seringkali memiliki karakteristik yang dapat dimanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif dan tidak memihak kemanapun. Beberapa contoh dari penggunaan new media antara lain adalah Internet, Website, Komputer Multimedia, CD- ROMS, dan DVD (Herlina & Lubis, 2017).

### **Media Sosial**

Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial. media sosial sebagai kumpulan perangkat. Menurut (Nasrullah, 2015) setidaknya ada enam kategori besar untuk melihat pembagian media sosial, yakni:

1. Media Jejaring Sosial, merupakan medium yang paling populer. Media ini merupakan sarana yang bias digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial, termasuk konsekuensi atau efek dari hubungan sosial tersebut di dunia virtual. Karakter utama dari situs jejaring sosial adalah setiap pengguna membentuk jaringan pertemanan, baik terhadap pengguna yang sudah diketahuinya dan kemungkinan saling bertemu di dunia nyata (offline) maupu membentuk jaringan pertemanan baru.
2. Jurnal online, yaitu media sosial yang

memungkinkan penggunanya untuk mengunggah aktifitas keseharian, saling mengomentari dan berbagi, baik tautan web lain, informasi dan sebagainya. Pada awalnya blog merupakan suatu bentuk situs pribadi yang berisi kumpulan tautan ke situs lain yang dianggap menarik dan diperbarui setiap harinya. Pada perkembangan selanjutnya, blog banyak jurnal (tulisan keseharian pribadi) pemilik media dan terdapat kolom komentar yang bisa diisi oleh para pengguna.

### **YouTube**

Pada dasarnya Youtube adalah sebuah site untuk berbagi video ataupun menonton video yang dibagikan oleh berbagai pihak. Banyak sekali yang bisa ditemukan di Youtube, mulai dari Vlog keseharian, instructional exercise, hiburan, trailerfilm, video klip musik, materi pembelajaran, resep masakan dan sebagainya.

Youtube pertama kali didirikan pada bulan Februari tahun 2005 silam bermarkas di San Bruno, California, Amerika Serikat. Pendirinya adalah 3 orang cerdas mantan karyawan Paypal yaitu Chad Hurley, Steven Chendan Jawed Karim. Google membeli Youtube dengan harga US\$ 1,65 miliar (Reynata, 2022). YouTube telah memudahkan berbagai macam orang untuk menemukan, menonton dan membagikan beragam video. YouTube sendiri merupakan platform video online dan yang utama dari kegunaan situs YouTube ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli dari segala penjuru dunia melalui web (Bugiardo, 2015).

### **Konten Kreator YouTube**

Pengertian konten dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, adalah konten atau diartikan sebagai isi, merupakan struktur dan desain dari informasi yang terdapat dari halaman situs. Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (Hariyanto,2022). Sedangkan menurut Ikapi dalam kutipan

yang ditulis Finy F Basarah dan Gustina, juga menjelaskan pengertian konten adalah struktur informasi yang terdapat pada halaman situs atau informasi yang tersedia melalui media. Konten dalam YouTube merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk video, dimana pesan yang ingin disampaikan ini diunggah oleh seorang pengguna akun YouTube yang dikenal sebagai YouTuber ataupun kreator di dalam YouTube. Konten atau isi yang diunggah ke YouTube sendiri terdiri dari berbagai macam genre tergantung dengan topik atau pembahasan yang ingin dibawa oleh pengunggah video tersebut.

Berdasarkan pengamatan peneliti melalui YouTube sendiri, ada banyak sekali konten yang telah diunggah dalam YouTube oleh berbagai YouTuber seperti vlog prank, musik, gaming, edukasi, animasi, movie, mistis, sport, animals, berita dan lain sebagainya.

Konten video yang disampaikan tentunya harus komunikatif dalam setiap penyampaiannya, dimana seperti yang kita ketahui kunci utama komunikasi sendiri adalah pesan yang disampaikan dapat tersampaikan dengan baik kepada penikmat YouTube tersebut. Konten yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi para penikmat YouTube (Hartati, 2020). Konten video YouTube itu sendiri biasanya merupakan konten yang diciptakan langsung oleh si kreator sehingga dalam menciptakan satu video dibutuhkan ke- kreatifan sang kreator dalam menciptakan konten untuk YouTubenya. Dengan demikian, apabila sang kreator me-release video dengan idenya sendiri menambah tingkat kredibilitas mereka sebagai seorang kreator.

Para konten kreator biasanya sering juga disebut sebagai komunikator. Maka dalam hal ini dapat disimpulkan bahwa konten merupakan sebuah informasi atau sebuah pesan yang disampaikan melalui video yang di unggah oleh seorang kreator, sedangkan kreator

sendiri dapat juga disebut dengan komunikator yang berperan sebagai pihak yang mengirimkan pesa atau informasi yang dalam hal ini dapat disebut dengan sebuah konten. Dalam variabel komunikasi yang berkaitan dengan unsur-unsur komunikasi seperti komunikator. Komunikator diharapkan memiliki kredibilitas, daya tarik dan kekuasaan sebagai kreator yang mana isi penyampaian video harus menarik, dapat dimengerti dan diterima penonton. Berdasarkan penelitian yang dilakukan (Hartati, 2020) indikator Konten Kreator YouTube dapat dijabarkan sebagai berikut:

#### 1. Kredibilitas

a. Kepercayaan, yakni merupakan persepsi atau pandangan komunikan terhadap komunikator yang berkaitan dengan watak komunikator tersebut. Apakah komunikator tersebut dinilai jujur, tulus, sopan atau etis.

b. Keahlian dalam membuat konten, yakni kesan yang dibentuk komunikan tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Apakah komunikator mampu memberikan topik atau pembahasan yang ingin dibahas kepada komunikannya atau justru sebaliknya.

#### 2. Daya Tarik

a. Memiliki kesamaan dengan penonton, yakni ketertarikan komunikan yang sama dengan konten atau pembahasan yang diberikan oleh komunikator. Atau komunikan juga berkecincambungan dalam konteks konten yang diberikan. Kesamaan lain juga bisa didapatkan dengan latar belakang, pengalaman hidup dan hal lainnya yang relevan.

b. Keakraban, hal ini bisa dilihat dari sifat sang komunikator yang bisa jadi friendly, easy going, dan rendah hati yang membuat komunikan tertarik dengan konten-konten atau isi pesan yang diberikan.

#### 3. Kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan).

a. Menumbuhkan perasaan kagum, perasaan kagum pada komunikan dapat

terjadi terhadap seorang komunikator atau terhadap konten yang dibuatnya.

#### 4. Isi Konten (pesan)

a. Memiliki hal baru, seperti isi konten yang dapat menarik perhatian salah satunya adalah dengan memiliki hal-hal yang baru, kebanyakan konten yang tersedia disegala jenis media cenderung seragam atau sulit menemukan sisi menarik karena semua konten terlihat sama.

b. Mengandung hal berbeda dari jenis video lain. Seperti isi konten yang mengandung hal-hal yang berbeda juga dapat menjadikan konten dapat dinilai menarik, konten yang unik atau berbeda dengan yang lain bisa menghasilkan insight baru bagi para penontonnya.

c. Bahasa yang digunakan mudah dipahami, seperti bahasa yang digunakan juga harus menggunakan bahasa yang mudah dipahami agar pesan atau isi yang disampaikan dapat diterima dan dipahami dengan baik.

d. Memberi informasi yang dapat dimengerti, seperti konten yang baik adalah konten yang dapat dimengerti dengan penggunaan bahasa yang mudah dipahami dan memberikan informasi penting untuk diketahui oleh komunikator atau penerima pesan.

#### **Channel My Acne Story**

My acne story merupakan sebuah istilah yang digunakan oleh para acne fighter atau pejuang jerawat ketika mereka menceritakan pengalaman pribadi mengenai kondisi kulitnya yang berjerawat. My acne story sendiri diambil dari bahasa Inggris yang dapat diartikan sebagai cerita pengalaman seorang acne fighter atau pejuang jerawat menjalani hidup dengan kondisi kulit berjerawat, tak jarang para acne fighter ini menceritakan proses yang mereka jalani ketika mengalahi kulit dengan masalah jerawat, menceritakan awal mula mengapa mengalami kulit berjerawat, menceritakan produk *skincare* atau treatment kecantikan yang mereka jalani agar dapat sembuh dari kulit berjerawatnya.

Para acne fighter menceritakan perasaan mereka ketika mengalahi rasa tidak percaya diri lantaran mendapat bullying dari lingkungan sekitar dan berbagai proses yang mereka lalui hingga akhirnya dapat dapat sembuh dari jerawat. *Channel my acne story* milik Ini Vindy yang juga menceritakan bagaimana awal Vindy memiliki kulit yang berjerawat akibat salah menggunakan produk pemutih wajah, dalam *channel my acne story* milik Ini Vindy ia juga memberikan informasi produk *skincare* wajah yang bagus untuk mengobati permasalahan kulit berjerawatnya.

#### **Kepercayaan diri**

Kepercayaan diri merupakan sesuatu keyakinan yang dimiliki seseorang bahwa dirinya mampu berperilaku seperti yang dibutuhkan bahkan untuk memperoleh hal seperti yang diharapkan, dan juga mampu menangani segala sesuatu dengan tenang. Terbentuknya rasa percaya diri pada seseorang diawali dari perkembangan konsep diri yang diperoleh melalui pergaulannya dengan suatu kelompok. Interaksi yang terjadi akan membentuk konsep diri (Geofani, 2019). Kepercayaan diri erat kaitannya dengan daya tarik fisik sehingga seorang akan melakukan berbagai usaha agar tampil menarik, sehat dan bugar sehingga timbul rasa percaya diri dalam beraktifitas. Menurut perkembangan individu, daya tarik merupakan salah satu hal yang menunjukkan eksistensi diri mereka kepada lingkungan untuk menambahkan rasa percaya diri (Syahida, 2021). Penampilan diri menjadi begitu penting karena hal tersebut merupakan salah satu faktor yang membentuk kepercayaan diri seseorang. Penampilan diri juga sangat dibutuhkan oleh semua usia terkait dengan kondisi kulit wajah yang kemudian hal ini dapat dialami untuk semua wanita maupun pria. Penampilan diri ini berkaitan juga dengan citra raga dan konsep diri (Syahida, 2021). Ada beberapa aspek dari kepercayaan diri seperti yang akan

diungkapkan dalam (Geofani, 2019), adalah sebagai berikut:

1. Kemampuan pribadi, yakni kemampuan pribadi yaitu kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengembangkan diri dimana individu yang bersangkutan tidak terlalu cemas dalam tindakan, tidak terganggu dengan orang lain dan mengenal kemampuannya sendiri.
2. Interaksi sosial, yaitu bagaimana individu dalam berhubungan dengan lingkungannya dan mengenal sikap individu dalam menyesuaikan diri dengan lingkungannya, bertoleransi dan dapat menerima dan menghargai orang lain.
3. Konsep diri, yaitu bagaimana individu memandang dan menilai dirinya sendiri secara positif atau negatif, mengenal kelebihan dan kekurangannya. Orang yang percaya diri selalu tahu tujuan hidupnya. Ini disebabkan karena mereka punya alasan dan pemikiran yang jelas dari tindakan yang mereka lakukan serta hasil apa yang bisa mereka dapatkan.

### **Remaja Acne Fighter**

Remaja merupakan fase atau masa peralihan dari masa anak-anak ke masa dewasa, biasanya terjadi perkembangan baik fisik, psikologi, dan intelektual. Ia menjadi bagian masa perkembangan manusia. Ketika anak-anak mulai memasuki masa remaja maka akan disertai dengan perkembangan yang cepat. Sehingga, menyebabkan adanya penyesuaian mental dan pembentukan sikap, minat baru, dan niat.

Dalam (Karlina, 2020) Tahap - tahap perkembangan dan batasan remaja berdasarkan proses penyesuaian menuju kedewasaan, ada 3 tahap perkembangan remaja yaitu:

- a. Remaja awal (*Early adolescent*) umur 12-15 tahun, untuk tahap ini akan terjadi perubahan-perubahan yang terjadi pada tubuhnya sendiri dan yang akan menyertai perubahan-perubahan itu, mereka mengembangkan pikiran-pikiran baru sehingga, cepat tertarik pada lawan jenis,

mudah terangsang secara erotis, dengan dipegang bahunya saja oleh lawan jenis ia sudah akan berfantasi erotik.

- b. Remaja madya (*middle adolescent*) herumur 15-18 tahun, tahap ini remaja membutuhkan kawan-kawan, remaja senang jika banyak teman yang mengakuinya. Ada kecenderungan mencintai pada diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang sama dengan dirinya, selain itu ia berada dalam kondisi kebingungan karena tidak tahu memilih yang mana peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri, optimis atau pesimistis, idealitas atau materialis, dan sebagainya.

- c. Remaja akhir (*late adolescent*) berumur 18-21 tahun, tahap ini merupakan dimana masa konsolidasi menuju periode dewasa.

*Acne fighter* merupakan gabungan kata yang diambil dari bahasa Inggris, *acne* diartikan sebagai jerawat dan *fighter* dapat diartikan sebagai seorang pejuang, sehingga istilah *acne fighter* dapat diartikan sebagai seorang pejuang jerawat. *acne fighter* sendiri adalah sebutan untuk seseorang yang mengalami masalah kulit berjerawat cukup parah sehingga berefek pada kurangnya rasa percaya diri.

### **METODE PENELITIAN**

#### **Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Analisis kuantitatif adalah analisis yang berupa data yang diperoleh dari responden yang telah dikumpulkan, kemudian di analisis dan diperoleh dengan menggunakan teori statistik sebagai alat pemecahan masalah yang dihadapi, sehingga metode ini akan memberikan kepastian dalam mengambil keputusan. Jenis atau tipe yang digunakan dalam penelitian adalah metode eksplanasi. Menurut (Sugiyono, 2017) penelitian eksplanasi (*explanatory research*) adalah penelitian yang menjelaskan kedudukan antara variabel-variabel diteliti serta hubungan antara variabel yang satu dengan yang lain melalui pengujian hipotesis yang telah dirumuskan.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Hasil Penelitian

#### 1. Karakteristik Responden

Berdasarkan data dari 272 responden, peneliti membagi karakteristik responden menjadi tiga, yaitu berdasarkan usia, jenis kelamin dan pernah menonton *channel my acne story* milik Ini Vindy. Dimana didapatkan 272 responden yang mengisi kuisioner ini telah menonton *channel my acne story* milik Ini Vindy. Dan terdapat 17 orang responden atau sebesar 6,3% dengan 12-15 tahun tergolong kepada remaja awal, terdapat 77 orang responden atau sekitar 34,6% dengan rentang usia 16-18 tahun tergolong remaja pertengahan dan sekitar 178 responden atau sekitar 65,4% dengan rentang usia 19-21 tahun tergolong kepada remaja akhir. Berdasarkan jenis kelamin perempuan yakni 233 orang responden atau sekitar 85,7% dan 39 orang responden atau sekitar 14,3% berjenis kelamin laki-laki.

#### 2. Tanggapan Responden Pada Variabel Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story*

Terdapat 4 indikator pada variabel konten kreator pada *channel my acne story* milik Ini Vindy dengan 11 pernyataan. Pernyataan yang mendapat nilai paling tinggi adalah dari indikator daya tarik "Saya tertarik menonton konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* karna memiliki kesamaan pengalaman tentang masalah kulit berjerawat" dengan nilai 3,61. Dan pernyataan yang mendapat nilai paling rendah juga dari indikator daya tarik dengan nilai 3,20 dari pernyataan "Ini Vindy merupakan seorang *acne fighter* yang *friendly*".

#### 3. Tanggapan responden pada variabel kepercayaan diri remaja *acne fighter*

Terdapat 3 indikator pada variabel kepercayaan diri remaja *acne fighter* dengan 9 pernyataan. Pernyataan yang mendapat nilai tertinggi adalah dari

indikator konsep diri "Setelah menonton Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* membuat saya memiliki semangat dan merasa mampu mengatasi masalah kulit berjerawat yang saya alami" dengan nilai 3,49. Dan pernyataan yang mendapat nilai paling rendah terdapat pada indikator interaksi sosial dengan nilai 3,07 dengan pernyataan "Setelah menonton Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* membuat saya lebih terbuka dalam mengenal sikap individu lain"

### Pembahasan

Setelah peneliti melalui proses panjang, hasil olahan data akan dinyatakan valid apabila r-hitung yang didapatkan lebih besar dari r-tabel yang sudah ditetapkan. Apabila terdapat pernyataan yang dinyatakan tidak valid, maka penelitian tidak dapat dilanjutkan, atau pernyataan harus diperbaiki hingga pernyataan dapat dikatakan valid.

Dengan nilai r-tabel sebesar 0,361 menurut r-tabel dalam buku Nugroho (2005), sebesar 20 pernyataan dengan 11 pernyataan variabel X (Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story*) dan 9 pernyataan variabel Y (Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter*) dinyatakan valid. Berikutnya, uji realibilitas kedua item variabel harus lebih besar dari pada cronbach's alpha yang telah ditetapkan, yaitu sebesar 0,60. Dengan nilai cronbach's alpha variabel X sebesar 0,821 dan nilai cronbach's alpha variabel Y sebesar 0,883, hasil uji reliabilitas 30 responden dinyatakan reliable.

Selanjutnya peneliti mulai untuk mengolah data 272 responden yang sudah dikumpulkan, peneliti mengolah data dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Sebelum itu, peneliti telah mengelompokkan karakteristik responden yaitu responden berdasarkan usia, jenis kelamin dan pernah menontoni *channel my acne story* milik Ini Vindy. Tidak hanya itu, peneliti juga sudah merekapitulasi tanggapan-tanggapan

responden baik itu pada variabel konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* dan Variabel kepercayaan diri remaja *acne fighter*.

Setelah data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, peneliti mengetahui bahwa nilai t-hitung sebesar 6,423 lebih besar jika dibandingkan dengan t-tabel 1,968, memiliki tingkat signifikansi sebesar 0,000 Dimana apabila nilai signifikansi penelitian kurang dari 0,05, maka dapat disimpulkan variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sedangkan apabila nilai probabilitasnya lebih dari 0,05 maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. Maka dari itu, dikarenakan nilai signifikansi pada penelitian ini sebesar 0,000 yang lebih kecil dari pada standar signifikansi 0,05, dapat kita tarik kesimpulan bahwa variabel X (Konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story*) berpengaruh terhadap variabel Y (Kepercayaan diri remaja *acne fighter*).

Tidak hanya dapat dilihat dari nilai t-tabel dan t-hitung yang sudah didapatkan tadi, dimana, apabila nilai t-hitung lebih besar dari nilai t-tabel, maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y. Sebaliknya, apabila nilai t-hitung lebih kecil dari nilai t-tabel maka variabel X tidak berpengaruh terhadap variabel Y. maka dapat ditarik kesimpulan bahwa  $H_0$  diterima, dan  $H_0$  ditolak. Terdapat pengaruh antara konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* terhadap kepercayaan diri remaja *acne fighter*.

Berikutnya, peneliti juga mendapatkan hasil analisa koefisien determinasi ( $R^2$  atau R square). Dimana,  $R^2$  dimaksudkan untuk melihat seberapa besar kontribusi pengaruh variabel X secara simultan (bersama-sama) terhadap variabel Y. Atau uji determinasi digunakan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependen. Yang mana, setelah dilakukan pengolahan data, didapatkan bahwa R square pada penelitian kali ini sebesar 13,3%. Yang,

apabila kita lihat dalam tabel panduan di penjelasan BAB III, 13,23% termasuk kedalam kategori sangat lemah. Dan sisanya yang sebesar 86,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Pengaruh yang masuk kedalam kategori sangat rendah ini menjelaskan bahwasanya terdapat pengaruh antara Variabel X yaitu konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* dengan Variabel Y kepercayaan diri remaja *acne fighter*. Hasil dilapangan menjelaskan bahwasanya setelah *viewers* menonton *channel my acne story* milik Ini Vindy, mereka memiliki pandangan yang berubah terhadap kepercayaan diri. Yang pada awalnya mereka tidak percaya diri terhadap masalah wajah yang berjerawat sedikit lebih percaya diri dengan kondisi kulit yang berjerawat.

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter* atau tidak. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* terhadap kepercayaan diri remaja *acne fighter*.

Hasil ini didapatkan dari pengolahan data regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 for windows. Dari hasil penelitian didapatkan persamaan regresinya  $Y = 13,517 + 0,406X$  dengan nilai konstanta sebesar 13,517 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,406. Sementara itu nilai t-hitung yang didapatkan sebesar 6,423 dengan nilai t-tabel setelah dihitung sebesar 1,968. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari pada nilai t-tabelnya, dapat disimpulkan bahwa variabel konten kreator Ini Vindy pada *channel my acne story* (X) berpengaruh terhadap variabel

kepercayaan diri remaja *acne fighter* (Y). Tidak hanya itu, dengan tingkat signifikansi sebesar 0,000, juga dapat memperkuat hasil penelitian dikarenakan berdasarkan ketentuan, apabila nilai signifikansi yang didapatkan lebih kecil dari  $\alpha = 0,005$  maka variabel X berpengaruh terhadap variabel Y, yang mana dalam hal ini H<sub>0</sub> ditolak dan H<sub>a</sub> diterima.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai R = 0,364 dengan nilai R square sebesar 13,3%. Nilai R square tersebut menunjukkan jumlah sumbangan pengaruh variabel Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* Terhadap Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter* tergolong sangat lemah (interval koefisien (0% - 19,99%). Dan sisa persentase 86,7% menunjukkan bahwa penelitian dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Peneliti juga sudah merekapitulasi tanggapan-tanggapan responden baik itu pada Variabel Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* dan Variabel Kepercayaan Diri Remaja *Acne Fighter*. responden. Pernyataan yang mendapat nilai paling tinggi adalah dari indikator daya tarik “Saya tertarik menonton konten kreator Ini Vindy pada *Channel My Acne Story* karna memiliki kesamaan pengalaman tentang masalah kulit berjerawat” dengan nilai 3,61. Dan pernyataan yang mendapat nilai paling rendah juga dari indikator daya tarik dengan nilai 3,20 dari pernyataan “Ini Vindy merupakan seorang *acne fighter* yang *friendly*”.

Berikutnya pernyataan yang mendapat nilai tertinggi adalah dari indikator konsep diri “Setelah menonton Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* membuat saya memiliki semangat dan merasa mampu mengatasi masalah kulit berjerawat yang saya alami” dengan nilai 3,49. Dan pernyataan yang mendapat nilai paling rendah terdapat

pada indikator interaksi sosial dengan nilai 3,07 dengan pernyataan “Setelah menonton Konten Kreator Ini Vindy Pada *Channel My Acne Story* membuat saya lebih terbuka dalam mengenal sikap individu lain”

### Saran

Variabel yang digunakan dalam penelitian ini hanya sedikit yakni hanya dua variabel, oleh sebab itu pada penelitian selanjutnya dapat menambahkan variabel lain yang berhubungan dengan kepercayaan diri remaja, sehingga dapat memberikan gambaran yang lebih luas mengenai faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan diri remaja dan variabel apa saja yang dapat mempengaruhi kepercayaan diri pada remaja yang berjerawat mengingat hasil penelitian ini menunjukkan pengaruh antar variabel yang masih sangat rendah.

Selain itu peneliti selanjutnya juga dapat meneliti indikator lain pada kepercayaan diri remaja selain kemampuan pribadi, konsep diri dan interaksi sosial yang sudah diteliti dalam penelitian ini, peneliti selanjutnya juga dapat meneliti jenjang usia yang berbeda dengan penelitian ini, karna penelitian ini hanya terfokus pada usia remaja agar dapat penelitian selanjutnya dapat menambahkan pengetahuan baru yang lebih luas.

Bagi peneliti yang akan melakukan penelitian dengan kajian yang sama, yakni mengenai kepercayaan diri disarankan dapat lebih memahami dan mendalami penelitian yang diambil dan tepat dalam mencari data, teori, studi pustaka agar sesuai dengan penelitian dan lebih lengkap.

### DAFTAR PUSTAKA

#### Buku

- Ghufron, M , Nur & Risnawati, S , Rini. (2016) . Teori-teori Psikologi. Yogyakarta. Ar Ruzz Media.
- Liliweri, Alo. 2011. Komunikasi Serba

- Ada Serba Makna. Kencana Prenada Media Group : Jakarta.
- Makhmudah, S. (2019). *Medsos dan Dampaknya Pada Perilaku Keagamaan Remaja*. Guepedia.
- Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016, 2017.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi komunikasi*, ed. by Tjun Surjaman. Bandung: Penerbit PT Remaja Rosdakarya.
- Rasyid, A. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi*.
- Kriyantono, R., & Sos, S. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Prenada Media.
- Santoso, Slamet. 2014. *Teori-teori Psikologi Sosial*. Bandung : Refika Aditama.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Alfabeta.
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna. Kencana Prenada Media Group : Jakarta*.
- Jurnal**
- Agesti, Y. (2018). Pengaruh Konten Video Dance K-Pop Di Youtube Terhadap Komunitas Cover Dance Di Bandar Lampung Untuk Melakukan Cover Dance K-Pop.
- Amri, S. (2018). Pengaruh kepercayaan diri (self confidence) berbasis ekstrakurikuler pramuka terhadap prestasi belajar matematika siswa SMA Negeri 6 Kota Bengkulu. *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 3(2), 156–170.
- Arikunto, S. (2013). *Metodologi penelitian, suatu pengantar pendidikan*. Rineka Cipta, Jakarta.
- Bugiardo, D. (2015). *Berkomunikasi ala Net-Generation*. Elex Media Komputindo.
- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia*. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- 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).
- Fithriyana, R. (2019). Hubungan kejadian acne vulgaris dengan kepercayaan diri pada siswi kelas XI di SMAN 2 Bangkinang Kota. *Jurnal Ners*, 3(1), 7–12.
- Frizdew, M. J., & Lubis, E. E. (2019). Efektivitas Komunikasi Program# GenZHeTikYuk! Dalam Mengampanyekan Hemat Plastik bagi Generasi Z di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1–15.
- Geofani, D. (2019). Pengaruh cyberbullying body shaming pada media sosial instagram terhadap kepercayaan diri wanita karir di Pekanbaru. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2), 1–15.
- Hartati, C. (2020). Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis. *Jurnal Online Mahasiswa (JOM) Bidang Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 7(2), 1–15.
- Khoirin (2023) Survei Pengetahuan Dan Pemilihan Pengobatan Acne Vulgaris Pada Pelajar. *Jurnal 'Aisyiyah Palembang*, 8(1).
- Herlina, N., & Lubis, E. E. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram@ Sumbar\_Rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat. Riau University.
- Hutabarat, J. P. (2021). *Pengaruh Literasi Digital Terhadap Kontrol Diri dan*

- Perilaku Cyberbullying Digital Native di SMA 1 Tapung Hilir. *JOM FISIP UNRI*.
- Karlina, L. (2020). Fenomena terjadinya kenakalan remaja. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 1(1), 147–158.
- Mahameruaji, J. N., Puspitasari, L., Rosfiantika, E., & Rahmawan, D. (2018). Bisnis vlogging dalam industri media digital di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 61–74.
- Nurvinta, Y. (2017). Hubungan Antara Interaksi Sosial Dengan Konsep Diri Pada Peserta Didik Kelas VIII MTS. *Jurnal Untan*.
- Reynata, A. V. E. (2022). PENERAPAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA BARU DALAM KOMUNIKASI MASSA. *KOMUNIKOLOGI: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(02).
- Santina, R. O., Hayati, F., & Oktariana, R. (2021). Analisis Peran Orangtua Dalam Mengatasi Perilaku Sibling Rivalry Anak Usia Dini. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pendidikan*, 2(1).
- Syahida, K. B. (2021). Penggunaan Make Up Terhadap Kepercayaan Diri Wanita Dewasa Awal (Study Pada Mahasiswi Fakultas Ekonomi Bisnis Islam Uin Sunan Kalijaga Yogyakarta). *UIN SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA*.
- Tampi, F. E. I., David, L., & Opod, H. (2016). Hubungan Tingkat Kepercayaan Diri Dengan Jerawat (Acne Vulgaris) Pada Remaja Kelas X-Xii Ipa SMAN 9 Binsus Manado. *EBiomedik*, 4(1).
- Widhiatmoko, B. R., Arafat, F. S., & Nasution, R. A. (2022). Pengaruh Trailer Black Panther: Wakanda Forever Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tidar. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial (JKOMDIS)*, 2(3), 351–357.