

PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE JURNALRISA TERHADAP OPINI SUBSCRIBER TENTANG KONTEN MISTIS

Oleh: Celine Hartati

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

Konsentrasi Public Relation - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus bina Widya, Jl. H. R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 2893

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

YouTube is an application or social media platform that provides variant kind of video with different content in it. The content in YouTube such as mystic, gaming, cooking and others are always attracting for YouTube user. One of a very unique and favorable content by lots of people is mystic content that Risa and her cousins always bring. The aim of this study is to find out either there is an effect or not of jurnalrisa's YouTube channel content on subscriber's opinion about mystic content.

This study use quantitative explanative method with random sampling technique to 400 respondents. This study examined using the data that has been shared thourgh online with google form with link: bit.ly/kuisisionerjurnalrisa. After giving out the questionnaire through Google form, researcher analysis the data with SPSS application for windows 25 version, linear regreassion analysis. Where jurnalrisa's YouTube channel content as X variable and subscriber's opinion as Y variable.

The result of this research is there is an effect of jurnalrisa's YouTube channel content on subscriber's opinion about mystic content, which on the result of simple linear regression analysis, the regression coefficient value obtained in this study is $Y = 7,755 + 0,570 X$. H_0 is rejected and H_a is accepted with a significance level 0,000. If the significance level is smaller than the standard significance 0,05, we can conclude there is an effect of jurnalrisa's YouTube channel content on subscriber's opinion about mystic content. The coefficient of determination R square in this study amounted 42,2% that shows the number of efect from jurnalrisa YouTube channel content on subscriber opinion about mystic content is in medium category. While th remaining percentage 57,8% is influenced by other variables that not included in this study.

Keywords: effect, content, YouTube, mystic, jurnalrisa

PENDAHULUAN

Maraknya penggunaan media sosial di Indonesia menjadikan penggunaan media sosial sendiri sebagai hal wajib untuk digunakan oleh masyarakat. YouTube yang mampu memegang peringkat 1 sebagai salah satu medos yang paling sering diakses oleh pengguna media sosial tentunya merupakan hal yang sudah tidak mengejutkan lagi. Hal ini dikarenakan fungsi YouTube sebagai portal website yang menyediakan layanan video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media mencari, melihat dan berbagi video yang asli dari segala penjuru dunia melalui situs *Web* (Budiargo, 2015:47). Selain itu, video-video yang diunggah dalam YouTube sendiri terdiri dari berbagai macam konten yang sangat menarik seperti konten musik, gaming, pendidikan, mistis, prank dan konten-konten lainnya yang menghibur.

Dari berbagai macam konten, terdapat sebuah konten yang unik dan menarik perhatian banyak penikmat video di YouTube yaitu konten mistis. Minat masyarakat terhadap konten mistis dapat kita lihat dengan sangat jelas melalui prestasi yang didapatkan oleh Risa Saraswati. Risa juga menulis berbagai macam buku lanjutan terkait ceritanya bersama hantu-hantu yang ia jumpai selama ini, menceritakan apa yang ingin diceritakan oleh 'huntu' tersebut dan bahkan banyak sekali buku-buku lainnya yang dijadikan film. Tidak berhenti disitu, Risa juga membuka sebuah YouTube *channel* yang bernama jurnalisa. Seperti yang kita dapatkan dari buku-bukunya, Risa selalu membawa konten mistis yang

tidak mengutamakan 'seram' sebagai perasaan yang ingin ia sampaikan kepada penggemarnya. Risa hanya ingin penggemar karyanya mengetahui, bahwa dibalik kehidupan yang tidak dapat dilihat oleh kasatmata itu ada berbagai macam cerita yang ingin disampaikan oleh mereka yang disebut dengan 'huntu'. Risa yang membuat video bersama sepupu-sepupunya pun kerap kali pergi ke berbagai tempat bersejarah, atau tempat-tempat lainnya yang terlihat 'seram' untuk dapat berbagi kisah dengan masyarakat luas tentang kisah dibalik 'layar' tempat-tempat tersebut.

Menariknya, dalam proses pembuatan video-video jurnalisa sendiri, Risa dan sepupu-sepupunya menggunakan teknik khusus yang disebut sebagai Medium atau Mediasi. Dimana mereka menyampaikan dalam salah satu videonya, bahwa teknik ini berbeda dengan kerasukan. Kerasukan merupakan fenomena ketika 'huntu' memaksa masuk kedalam tubuh seseorang. Sedangkan medium ini adalah teknik dimana seseorang mengizinkan 'huntu' untuk masuk kedalam tubuhnya, dan tentunya seseorang tersebut masih memiliki kontrol penuh terhadap dirinya sendiri. Begitulah cara 'huntu-huntu' tersebut berkomunikasi dengan Risa dan sepupu-sepupunya sehingga cerita yang ingin diberikan kepada penggemarpun dapat tersalurkan.

Pendapat simpang siur antara kubu percaya dan kubu tidak percaya akan konten mistis pun kerap kali dapat kita jumpai dalam video-video jurnalisa. Ada beberapa yang memang menonton jurnalisa hanya

untuk menghibur diri mereka sendiri walaupun mereka tidak percaya, ada yang memang setelah menonton tidak percaya sama sekali, dan ada juga yang mengatakan bahwasanya video yang di unggah oleh jurnalrisa hanyalah *settingan* belaka.

Pendapat pro dan kontra yang terdapat dari berbagai video jurnalrisa ini sedikit menjelaskan kepada kita bahwa Teori S-R berlaku didalamnya. Stimulus yang merupakan konten *channel* YouTube jurnalrisa sendiri pada akhirnya mampu membuat penontonnya memproses apa yang diberikan dan memberikan reaksi sesuai dengan apa yang mereka percayai. Untuk mengetahui dengan tepat apa yang sesungguhnya dirasakan oleh penikmat jurnalrisa, peneliti memutuskan untuk mengangkat jurnalrisa sebagai objek penelitian dalam penelitian peneliti. Dengan Variabel X Konten *Channel* YouTube jurnalrisa dan Variabel Y Opini *Subscriber*, peneliti pun mengangkat judul “Pengaruh Konten *Channel* YouTube jurnalrisa terhadap Opini *Subscriber* tentang Konten Mistis” dalam penelitian peneliti kali ini.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Teoritis

Teori S - R

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 non-verbal, 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 *YouTube*

YouTube adalah sebuah portal website yang menyediakan layanan *video sharing*. *User* yang telah mendaftar bisa meng-upload video miliknya ke server YouTube agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia. Video yang di *upload* biasanya merupakan video-video pribadi para penggunanya. Bukan itu saja, bahkan video klip artis Hollywood, Bollywood, dan video dari seluruh macanegara dapat kita temukan lewat aplikasi YouTube.

YouTube sendiri memang belum lama berada di dunia internet karena baru didirikan pada tahun 2005 oleh 3 sekawan mantan karyawan PayPal yang merupakan

perusahaan pembayaran transaksi melalui internet. Kemudian, pada tanggal 13 November 2006, Google membeli situs tersebut dengan harga 1,65 triliun Dolar. YouTube memang sangat populer. Fenomenanya dapat dikatakan mirip blog. Apalagi Blog merupakan buku harian online, YouTube adalah video harian online atau Vlog (Video Log). Karena kepopulerannya itulah, beberapa website lokal Indonesia juga menyediakan layanan sejenis—tentunya bernuansa lokal (Kindarto, 2008).

Ditambah lagi, sekarang YouTube yang sudah berada dinaungan Google memiliki fitur bernama YouTube AdSense. Dimana AdSense ini merupakan program kerjasama periklanan media internet yang diselenggarakan oleh Google. Google memperbolehkan penerbitnya untuk memasang iklan di video YouTube mereka. Jadi, bisa dikatakan YouTube AdSense disini adalah pengupload video atau pemilik video yang kemudian mengunggah videonya ke YouTube dan jika ternyata memenuhi persyaratan yang ditetapkan oleh YouTube maka bisa memasang iklan di video yang dimilikinya serta juga mendapatkan penghasilan dari aktifitas pemasangan iklan tersebut.

Konten

Konten menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia Online (KBBI) adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik (Sumber: <https://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/konten> diakses pada 26 Januari 2020, pukul 18:44 WIB). Yang mana dapat kita artikan bahwa informasi ini bisa berupa isi, topik

atau kejadian tertentu yang sedang diperbincangkan dalam suatu acara.

Disisi lainnya terdapat penjelasan mengenai konten di dalam dunia media atau biasa disebut sebagai konten media. Konten media ini sendiri, seperti namanya berbentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum, gambar digital, video, file audio, iklan hingga bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan pengguna system atau layanan online yang sering kali dilakukan lewat sebuah situs media online (Agesti, 2018:25).

Konten YouTube

Konten dalam aplikasi YouTube merupakan informasi yang disajikan dalam bentuk video, dimana pesan yang ingin disampaikan ini diunggah oleh seorang pengguna akun YouTube yang dikenal sebagai YouTuber ke dalam YouTube. Konten atau isi yang diunggah ke YouTube sendiri terdiri dari berbagai macam *genre* tergantung dengan topik atau apa 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 *channel* tersebut. konten

yang baik akan memberikan dampak yang baik bagi para penikmat YouTube (David et al., 2017).

Dalam penelitian kali ini peneliti menggunakan 6 indikator yang merupakan turunan dari variabel X yaitu 'Konten *Channel* YouTube'. Indikator tersebut adalah kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten *channel* YouTube menarik perhatian, isi konten *channel* YouTube dapat dimengerti dan isi konten *channel* YouTube dapat diterima (Rakhmat, 2013:260).

a. Kredibilitas

Kredibilitas disini terdiri dari dua unsur. Unsur tersebut adalah kepercayaan dan keahlian.

b. Daya Tarik

Memiliki kesamaan dengan penonton dan keakraban dari komunikator kepada komunikan.

c. Kekuasaan seorang Komunikator (kemampuan menjadi teladan)

d. Isi Konten menarik perhatian

Memiliki hal-hal yang baru serta mengandung hal-hal yang berbeda

e. Isi Konten dapat dimengerti

Bersifat dua arah. Komunikasikan terlibat, bahasa yang digunakan mudah dipahami.

f. Isi Konten dapat diterima

Memberi informasi dan bersifat menghibur.

Opini Publik

Opini publik adalah sebuah pendapat yang pada mulanya dimiliki oleh seorang individu, lalu pendapat tersebut disetujui berbagai masyarakat yang lama kelamaan pendapat tersebut berubah menjadi opini publik, diakui publik atau masyarakat. Menurut Santoso Sastropoetra sendiri, istilah opini publik sering sekali digunakan untuk

menunjukkan pendapat kolektif orang dalam jumlah besar (Olii & Herlita, 2017).

Menurut R.P Abelson (1998) dalam (Cutlip, 2006:222), untuk memahami opini publik bukanlah perkara yang mudah. Karena, untuk memahami opini publik sendiri kita harus paham betul dengan unsur - unsur pembentuknya agar bisa disebut sebagai sebuah opini public. Unsur tersebut antara lain:

1. Percaya (***Belief***)

Kepercayaan mengenai sesuatu hal atau apa yang diyakini seseorang / publik sebagai suatu kebenaran. yang mana tentunya, apabila ada orang lain yang tidak mempercayai hal tersebut maka dia tidak akan melihat hal tersebut sebagai suatu kebenaran. Kepercayaan merupakan kondisi mental yang didasari oleh situasi seseorang dengan konteks sosialnya.

2. Sikap (***attitude***)

Apa yang sebenarnya dirasakan atau menjadi sikap seseorang. Dimana, sikap ini sendiri merupakan kecenderungan untuk merespon pada suatu masalah atau situasi tertentu. Sikap bukanlah suatu hal yang kita bawa sejak lahir, sikap merupakan suatu hal yang dibentuk atau dipelajari sepanjang perkembangan antara seseorang dengan suatu hal yang dirasakannya.

3. Persepsi (***perception***)

Sebuah proses memberikan makna yang berakar dari beberapa faktor yakni:

a. Latar belakang budaya, kebiasaan dan adat istiadat yang dianut seseorang / masyarakat

b. Pengalaman masa lalu/ kelompok tertentu menjadi landasan atau pendapat atau pandangan

- c. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika dan keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku dimasyarakat)
- d. Berita-berita dan pendapat-pendapat yang berkembang kemudian mempunyai pengaruh terhadap pandangan seseorang. Bisa diartikan berita - berita yang dipublikasikan itu dapat sebagai pembentuk opini masyarakat.

Konten Mistis

Mistis adalah sebuah pengetahuan yang tidak rasional. Pengertian secara umum, mistis atau mistik adalah pengetahuan yang tidak rasional. Pengertian mistik bila dikaitkan dengan agama ialah pengetahuan (ajaran atau keyakinan) tentang Tuhan yang diperoleh melalui meditasi atau latihan spiritual, bebas dari ketergantungan pada indera dan rasio (A. S. Hornby, *A Learner's Dictionary of Current English*, 1957 : 828). Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online, mistik diartikan sebagai hal gaib yang tidak terjangkau dengan akal manusia yang biasa. (Sumber: <https://kbbi.web.id/mistik> diakses pada tanggal 13 Oktober 2019 pukul 18:41 WIB).

Konten mistis sendiri merupakan pembahasan atau isi yang berifat gaib atau tersembunyi, dimana tidak semua orang dapat mempercayai hal-hal yang berbau mistis. Terlebih lagi, hal yang berbau mistis sendiri cukup sulit untuk dapat dijelaskan dengan sains atau ilmu pengetahuan. Maka dari itu, mistis sendiri memiliki ketergantungan terhadap tingkat kepercayaan seorang individu kepada dirinya.

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dimana kuantitatif merupakan jenis penelitian yang penyajian datanya disajikan dalam bentuk angka dan dianalisis dengan teknik statistik (Sangadji & Sopiah, 2010).

Dalam penelitian ini sendiri peneliti menggunakan metode survei dengan tingkat eksplanasi korelasional untuk meneliti. Dimana eksplanasi korelasional ini sendiri menjelaskan tentang permasalahan yang ada pada hubungan antara dua atau lebih gejala / variabel yang ada (Silalahi, 2012:63).

Lokasi dan Jadwal Penelitian

Lokasi dalam kegiatan penelitian ini sendiri tidak dibatasi oleh suatu wilayah. Hal ini dikarenakan, sesuai dengan hal-hal yang telah dijelaskan sebelumnya pada latar belakang, pelaksanaan penelitian ini sendiri berdasarkan dengan *subscriber* dari *channel* YouTube *jurnalrisa*, yang mana *subscriber* (responden) pastinya tidak menetap pada daerah yang sama satu sama lainnya. Waktu pelaksanaannya diperkirakan akan memakan waktu dari bulan Januari - Mei 2020.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh *subscriber channel* YouTube *jurnalrisa*. Hal ini ditetapkan dengan asumsi bahwa seluruh pengguna yang meng-*subscribe channel* YouTube *jurnalrisa* cenderung memiliki intensitas menonton konten *jurnalrisa* lebih tinggi dibandingkan dengan yang tidak mengikuti *channel* YouTube *jurnalrisa* tersebut. Hal itu

dikarenakan setiap *subscriber* mendapatkan notifikasi unggahan video terbaru dari *channel* YouTube yang mereka ikuti. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah 3.670.000 (diakses tanggal 26 Januari 2020, pukul 17.24 WIB).

Sementara jumlah sampel yang didapatkan untuk penelitian ini setelah dihitung menggunakan rumus adalah 400 responden. Tidak hanya itu, terdapat dua kriteria penting dalam penelitian ini. Yang pertama responden harus merupakan seorang *subscriber channel* YouTube jurnalrisa dan responden sudah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa lebih dari 5 kali.

Teknik Pengukuran Data

Menurut Kriyantono (Kriyantono, 2009:133), pengukuran adalah upaya dalam memberikan nilai-nilai pada suatu variabel. Peneliti menggunakan teknik Skala Likert untuk mengukur data yang nantinya akan didapatkan dari responden. Menurut Silalahi (Silalahi, 2012:229), Skala Likert sendiri merupakan teknik penskalaan yang banyak digunakan ketika penelitian tersebut mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang tentang dirinya atau sekelompok orang yang berhubungan dengan suatu hal.

Penelitian kali ini berada pada gradasi positif hingga negatif, sehingga tiap indikator jawaban diukur dengan 4 indikator. Indikator Sangat Setuju (SS) diberi skor 4, Setuju (S) diberi skor 3, Tidak Setuju (TS) diberi skor 2 dan Sangat Tidak Setuju (STS) diberi skor 1.

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik Analisis Regresi Linear Sederhana

untuk menganalisis data. Data yang peneliti dapatkan dari penyebaran kuisioner sebelumnya berada dalam bentuk angka, dan nantinya akan diolah dengan menggunakan statistik sebagai alat pemecah masalah yang dihadapi. Hasan (Hasan, 2002:115) menjelaskan bahwa regresi merupakan suatu alat ukur yang digunakan untuk mengukur ada tidaknya korelasi antar variabel. Sedangkan regresi linear sederhana merupakan metode statistik yang berfungsi untuk menguji sejauh mana hubungan kedua variabel yang terlibat didalamnya, yaitu variabel terikat Y dan satu variabel bebas X.

Apabila Y merupakan variabel dependen atau variabel terikat, maka X merupakan variabel independen atau variabel bebas. Untuk melihat hubungan diantara kedua variabel tersebut peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25 untuk mengolah data.

Pengaruh konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini *subscriber* tentang konten mistis dapat diketahui dari hasil koefisien regresi linear sederhana yang telah diukur. Apabila hasil nilai koefisien regresi memiliki tingkat signifikansi lebih kecil dari taraf signifikansi yang digunakan yaitu $\alpha = 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini *subscriber*-nya mengenai konten mistis tersebut. Begitu pula sebaliknya, apabila tingkat signifikansi lebih besar dari $\alpha = 0,05$ maka pengaruh yang diprediksi tidak terdapat antara kedua variabel tersebut.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Berdasarkan data 400 responden, peneliti membagi karakteristik responden menjadi dua, yaitu berdasarkan frekuensi menonton dan jenis kelamin. Dimana didapatkan 400 responden yang mengisi kuisioner ini telah menonton konten channel YouTube jurnalrisa lebih dari 5 kali. Dan terdapat 33 orang responden atau sebesar 8,3% responden berjenis laki-laki dan 367 responden atau sebesar 91,8% berjenis kelamin perempuan.

2. Tanggapan Responden pada Variabel Konten Channel YouTube jurnalrisa

Terdapat 6 indikator pada variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa dengan 13 pernyataan. Dimana, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator kekuasaan seorang YouTuber yaitu "Saya tertarik menonton jurnalrisa karena Risa dan sepupu-sepupunya mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi" dengan 263 atau 65,8% responden. Dan, item pernyataan dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator daya tarik yaitu "Saya tertarik menonton jurnalrisa karena saya memiliki kesamaan latar belakang atau pengalaman mistis" dengan 192 atau 48% responden.

3. Tanggapan Responden pada Variabel Opini Subscriber

Terdapat 3 indikator pada variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa dengan 10 pernyataan. Dimana, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator *belief* "Setelah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa saya percaya ada cara untuk manusia agar dapat berinteraksi dengan "huntu"" dengan 264 atau 66% responden. Dan, item pernyataan

dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator *attitude* yaitu "Setelah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa saya menjadi tidak takut terhadap konten mistis" dengan 169 atau 42,3% responden.

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 23 pernyataan dengan 13 pernyataan variabel *X* (Konten *Channel* YouTube jurnalrisa) dan 10 pernyataan variabel *Y* (Opini *Subscriber*) 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 0,744 dan nilai *cronbach's alpha* variabel *Y* sebesar 0,776, hasil uji reliabilitas 30 responden dinyatakan reliabel.

Selanjutnya peneliti mulai untuk mengolah data 400 responden yang sudah dikumpulkan selama kurang lebih 3 minggu, peneliti mengolah data dengan menggunakan analisis regresi linear sederhana. Sebelum itu, peneliti telah mengelompokkan karakteristik responden yaitu responden berdasarkan frekuensi menonton, dan jenis kelamin. Tidak hanya itu, peneliti juga sudah merekapitulasi tanggapan-tanggapan responden baik

itu pada Variabel Konten *Channel* YouTube jurnalrisa dan Variabel Opini Subscriber.

Pada variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator kekuasaan seorang YouTuber yaitu “Saya tertarik menonton jurnalrisa karena Risa dan sepupu-sepupunya mampu menjadi teladan yang baik dalam berkomunikasi” dengan 263 atau 65,8% responden. Dan, item pernyataan dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator daya tarik yaitu “Saya tertarik menonton jurnalrisa karena saya memiliki kesamaan latar belakang atau pengalaman mistis” dengan 192 atau 48% responden.

Berikutnya pada variabel opini subscriber, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator belief “Setelah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa saya percaya ada cara untuk manusia agar dapat berinteraksi dengan “huntu”” dengan 264 atau 66% responden. Dan, item pernyataan dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator attitude yaitu “Setelah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa saya menjadi tidak takut terhadap konten mistis” dengan 169 atau 42,3% responden.

Setelah data diolah dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25, peneliti mengetahui bahwa nilai F hitung sebesar 290,265 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 *Channel* YouTube jurnalrisa) berpengaruh terhadap variabel Y (Opini Subscriber).

Tidak hanya dilihat dari nilai signifikansi, kita juga harus melihat dari nilai t-hitung dan t-tabel untuk menarik kesimpulan sebuah penelitian. 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.

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dijabarkan sebelumnya, dalam penelitian kali ini peneliti mendapatkan nilai t-hitung sebesar 17,037. Dan nilai t-tabel menurut buku Nugroho (2005) sebesar 1,96. Dengan nilai t-hitung (17,037) yang lebih besar dari nilai t-tabel (1,96), maka dapat ditarik kesimpulan bahwa H_a diterima, dan H_0 ditolak. Terdapat pengaruh antara konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini subscriber tentang konten mistis.

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 42,2%.

Yang, apabila kita lihat dalam tabel panduan di penjelasan BAB III, 42,2% termasuk kedalam kategori sedang. Dan sisanya yang sebesar 57,8% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak dimasukkan kedalam penelitian ini.

Pengaruh yang masuk kedalam kategori sedang ini menjelaskan bahwasanya terdapat pengaruh antara Variabel X yaitu Konten *Channel* YouTube dengan Variabel Y Opini *Subscriber*. Hasil dilapangan menjelaskan bahwasanya setelah *subscriber channel* YouTube jurnalrisa menonton konten didalam *channel* YouTube jurnalrisa tersebut, mereka memiliki pandangan yang berubah terhadap konten mistis. Yang pada awalnya mereka takut terhadap konten mistis menjadi sedikit lebih berani, yang awalnya tidak percaya terhadap konten mistis menjadi percaya, ataupun yang pada awalnya menonton hanya untuk *entertainment* atau hiburan saja justru mendapatkan edukasi setelah menonton konten *channel* YouTube jurnalrisa.

PENUTUP

Penelitian ini dilakukan guna untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini *subscriber* tentang konten mistis atau tidak. Berdasarkan pada hasil penelitian yang telah dijelaskan pada Bab sebelumnya, hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini *subscriber* tentang konten mistis.

Hasil ini didapatkan dari pengolahan data regresi linear sederhana dengan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 for windows. Dari hasil penelitian didapatkan

persamaan regresinya $Y = 7,755 + 0,570 X$ dengan nilai konstanta sebesar 7,755 dan nilai koefisien regresi X sebesar 0,570.

Sementara itu nilai t-hitung yang didapatkan sebesar 17,037 dengan nilai t-tabel setelah dihitung sebesar 1,96. Apabila nilai t-hitung lebih besar dari pada nilai t-tabelnya, dapat disimpulkan bahwa variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa (X) berpengaruh terhadap variabel opini *subscriber* (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_0 ditolak dan H_a diterima.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, diketahui bahwa nilai $R = 0,649$ dengan nilai R square sebesar 42,2%. Nilai R square tersebut menunjukkan jumlah sumbangan pengaruh variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa terhadap opini *subscriber* tentang konten mistis tergolong sedang (interval koefisien 40% - 59,99%). Dan sisa persentase 59,4% 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 *Channel* YouTube jurnalrisa dan Variabel Opini *Subscriber*. Pada variabel konten *channel* YouTube jurnalrisa, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator kekuasaan seorang YouTuber dengan 263 atau 65,8% responden. Dan, item pernyataan

dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator daya tarik yaitu dengan 192 atau 48% responden.

Berikutnya pada variabel opini subscriber, item pernyataan dengan hasil pilihan tertinggi terdapat pada indikator belief dengan 264 atau 66% responden. Dan, item pernyataan dengan hasil pilihan terendah terdapat pada indikator attitude yaitu dengan 169 atau 42,3% responden.

DAFTAR PUSTAKA

- Agesti, Y. (2018). *Pengaruh Konten Video Dance K-POP di YouTube Terhadap Komunitas Cover Dance di Bandar Lampung Untuk Melakukan COver Dance K-POP*.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Cutlip, S. (2006). *Effective Public Relations*. Kencana Prenada Media Group.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-youtube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>
- Hasan, I. (2002). *Pokok-Pokok Materi Statistik*. Bumi Aksara.
- Kindarto, A. (2008). *Belajar Sendiri Youtube: Menjadi Mahir Tanpa Guru*. PT Elex Media Komputindo.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, A. (2005). *Strategi Jitu Memilih Metode Statistik Penelitian Dengan SPSS*. Andi.
- Olii, H., & Herlita, N. (2017). *Opini Publik*. Indek.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Sangadji, E. M., & Sopiah. (2010). *Metodologi Penelitian: Pendekatan Praktis dalam Penelitian*. Andi.
- Sendjaja, D. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Silalahi, U. (2012). *Metode Penelitian Sosial*. Refika Aditama.