

Pengaruh Konten Youtube “Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa *Broadcast*

Muhammad Alawi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi

Email : Muhammadalawi.08@gmail.com

Rosita Anggraini

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi

Email: rosita.tagor@gmail.com

Jl. Wijaya II No.62 Jakarta 12160

Abstract. YouTube is a social media that is widely enjoyed and has a variety of information, one of which, tutorial content that is quite loved by the Indonesian people. One of the YouTube channels that package and display tutorial content is "Bang Tutorial". The purpose of this study is to determine the effect and magnitude of the influence of YouTube tutorial content "Bang Tutorial" on the interest in learning video editing on broadcast students in South Jakarta. The concepts used in this study are social media, social media content, tutorial content and learning interest. Tutorial content (Variable X) consists of audio visual, talent, graphic, and pacing dimensions. Meanwhile, interest in learning (Variable Y) is in the form of interest in learning, feelings of pleasure, attention to learning, and learning involvement. This research uses the positivism paradigm with a quantitative approach. The method used is survey and the type of research is explanatory. The research population was students majoring in broadcast at a campus located in South Jakarta. The number of samples obtained using Raosoft calculator software is 96 respondents. Purposive sampling is a sampling technique used, namely a sampling technique by selecting respondents based on certain considerations. Data collection techniques were carried out by observation, literature and online questionnaires with Likert scale measurements. The results showed that partially and simultaneously the YouTube content variable "Bang Tutorial" had a significant effect on the interest in learning video editing on broadcast students in South Jakarta.

Keywords: Social Media, Social Media Content, Tutorial Content, Learning Interest

Abstrak. YouTube merupakan media sosial yang banyak dinikmati dan memiliki beragam informasi, salah satunya, konten tutorial yang cukup digandrungi masyarakat Indonesia. Salah satu channel YouTube yang mengemas dan menampilkan konten tutorial adalah “Bang Tutorial”. Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh konten tutorial YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar edit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan. Konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah media sosial, konten media sosial, konten tutorial dan minat belajar. Konten tutorial (Variabel X) terdiri dari dimensi audio visual, *talent*, *graphic*, dan *pacing*. Sedangkan minat belajar (Variabel Y) berupa ketertarikan belajar, perasaan senang, perhatian untuk belajar, dan keterlibatan belajar. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah survei dan jenis penelitian adalah eksplanatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa jurusan *broadcast* pada kampus yang terletak di Jakarta Selatan. Jumlah sampel diperoleh menggunakan *software* kalkulator Raosoft yaitu sebanyak 96 responden. *Purposive sampling* adalah teknik sampel yang digunakan yaitu suatu teknik pengambilan sampel dengan memilih responden berdasarkan pertimbangan tertentu. Teknik pengumpulan data dengan penyebaran kuesioner secara *online*, kepustakaan dan observasi. Secara parsial maupun simultan hasil penelitian menunjukkan bahwa variabel konten YouTube “Bang Tutorial” berpengaruh signifikan terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan.

Kata kunci: Media Sosial, Konten Media Sosial, Konten Tutorial, Minat Belajar

PENDAHULUAN

Media Sosial merupakan aspek penting dalam kehidupan sosial dan kreatif di zaman milenial. Para pembuat konten semakin kreatif dalam membuat konten dan berbagi konten di situs web dan aplikasi. Media sosial yang menjadi platform video terpopuler di dunia yaitu YouTube karena penggunaannya mencapai 2,41 miliar pada tahun 2022 (Widi, 2022) Pada YouTube berbagai jenis video dapat diunggah seperti *video clip* dari musisi, film pendek, video edukasi, blog pribadi para *vlogger*, dan video tutorial (Hermawan, 2019).

Penggunaan YouTube menghabiskan waktu hingga 250 juta jam pada tiap harinya, YouTube bukan hanya *streaming* di layar *handphone* tetapi sudah bisa *streaming* di layar TV meningkat sekitar 39% atau tercatat sampai 180 juta jam setiap harinya (Oik, 2019). Banyaknya konten yang disuguhkan di media sosial menjadi hiburan biasa di kalangan anak muda. Karena ini dilihat dari pengguna YouTube di lingkungan mahasiswa yang mencari konten YouTube supaya ditonton secara berkala yang sesuai mengikuti dengan jadwal pembuatnya. Adapun mahasiswa yang lainnya mempunyai akun YouTube dan memposting konten yang dibuatnya. Konten yang terdapat pada YouTube, dapat membantu peningkatan pengertian materi yang didapati di dalam kelas (Juitania & Indrawan, 2020).

Terdapat bermacam-macam konten pada YouTube. Para *content creator* mengunggah berbagai videonya berupa *vlog*, *gaming*, *fashion* dan tutorial, Konten tutorial yang menampilkan pembelajaran materi khusus bagi penonton YouTube dapat memberi suatu pembelajaran bagi penonton konten tersebut bahkan tak sedikit orang ikut mengunggah agar menjadi *content creator*.

Maraknya konten tutorial pada YouTube di Indonesia diharapkan menciptakan media pembelajaran yang cepat dan fleksibel karena tidak hanya mempelajari suatu materi di dalam ruangan saja, tetapi dapat mengakses berbagai konten tutorial di YouTube. Hal ini bahkan bisa saja memudahkan karena dapat menjadi alternatif media pembelajaran. Melalui konten tutorial pada YouTube, Indonesia bisa saja memanfaatkan konten YouTube sebagai media pembelajaran. Fungsi dari media di pengajaran harus mendapatkan perhatian khusus dari pengajar sebagai penyedia dalam setiap pembelajaran. Hal ini karena setiap pengajar harus mempelajari cara menentukan dan memilih media pembelajaran agar tercapai tujuan pengajarannya.

Media pembelajaran saat ini tidak diutamakan di pendidikan karena banyaknya pertimbangan. Di antara pertimbangan tersebut adalah dosen sebagai pengajar, harus meningkatkan dahulu minat belajar mahasiswa. Upaya ini merupakan tugas utama para pengajar yaitu menguasai seluruh aspek yang digunakan dalam pembelajaran yaitu memiliki

media, referensi media dan menguasai materi yang diajar. Dosen harus membimbing dalam pembelajaran karena berhubungan antara materi yang dipelajari dengan mahasiswa sebagai individu (Tafonao, 2018).

Dalam menambahkan minat belajar dan pengertian mahasiswa terhadap setiap materi perkuliahan perlu dilakukan pendekatan langsung yaitu susunan suatu pembelajaran yang dirancang oleh dosen. Susunan tersebut lalu diterapkan kepada mahasiswa untuk memperoleh kebermaknaannya. Selanjutnya dengan menggunakan media YouTube sebagai media pembelajaran memperlancar komunikasi pengajar dan yang diajar dan berharap proses pembelajaran lebih mudah dalam menaikkan nilai mutu pendidikan dalam minat belajar.

Nurhasanah dan A. Sobandi melakukan penelitian berjudul “Minat Belajar Sebagai Determinan Hasil Belajar Siswa” menggunakan metode survei dan kuesioner *rating scale* melihat hasil minat belajar yaitu adanya pengaruh positif dan signifikan kepada hasil belajar. Perbedaan yang diteliti oleh Nurhasanah dan Sobandi fokus pada determinan hasil belajar siswa karena minat belajar. Sedangkan pelaksanaan peneliti yang diteliti merupakan pengaruh konten tutorial YouTube terhadap minat belajar edit video pada mahasiswa dan fokus pada adakah minat dan seberapa besar minat belajar edit video tersebut.

Fenomena ini juga hadir di lingkungan mahasiswa yaitu media YouTube sebagai media pembelajaran khususnya mahasiswa S1 Akuntansi Universitas Pamulang semester ganjil T.A 2019-2020. Sudah menjadi tren, marak dan lalu disukai oleh para mahasiswa pembicaraan mengenai konten di YouTube.

Mahasiswa *broadcast* mempunyai kesempatan berperan penuh atas sebagian media yang hadir saat ini. Hal ini karena mahasiswa *broadcast* mempelajari semua unsur komunikasi dan seharusnya mempraktikkan bidangnya tersebut setelah kelulusan di bangku perkuliahan. Mahasiswa *broadcast* sadar bahwa pengetahuan yang diperoleh harus lebih padat, terlebih akses komunikasi yang cepat membuat para mahasiswa *broadcast* harus lebih cepat lagi mendapatkan pengetahuan baru melalui berbagai media, dengan contohnya diperoleh dari konten YouTube tutorial maupun konten lain yang mengedukasi.

Salah satu *channel* YouTube yang mengemas dan menampilkan konten tutorial adalah “Bang Tutorial”. *Channel* “Bang Tutorial” bergabung pada YouTube pada 11 Oktober 2012 dengan jumlah *subscriber* 1,23 juta, total unggahan video sebanyak 311 video, Jumlah penonton “Bang Tutorial” tembus mencapai hingga 96 juta yang disiarkan melalui socialblade.com. maka dari itu membuat konten tutorial bisa saja menarik di kalangan yang membutuhkan sumber tutorial atau pembelajaran yang efektif.

Dari paparan yang telah dikemukakan, penulis terdorong untuk membuat penelitian yang berjudul Pengaruh Konten YouTube “Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa *Broadcast*. Penjelasan latar belakang tersebut lalu dirumuskan masalah pada penelitian ini yaitu adakah pengaruh konten YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan?

Penelitian ini bertujuan agar dapat mengetahui pengaruh dan besarnya pengaruh konten tutorial YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan.

Manfaat akademis dan manfaat praktis merupakan manfaat dari bagian penelitian ini, yang pertama yaitu penelitian ini dirancang supaya bisa menjadi referensi untuk para peneliti yang lain tentang pengaruh konten tutorial terhadap minat belajar edit video khususnya pada mahasiswa. Jika manfaat praktis dirancang agar dijadikan pengetahuan untuk pembaca tentang konten tutorial terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast*.

TINJAUAN LITERATUR

Media Sosial

Media sosial merupakan golongan aplikasi yang berbasis internet menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenlein, berlandaskan dari gagasan, teknologi dan menjadikan penciptaan dan pertukaran.

Hal terpenting yang harus dicermati dari teknologi ini adalah terjadinya perputaran cara orang mengetahui, membaca, menanggapi serta menyalurkan kepada yang lain hingga mencari informasi dan konten. (Zakharov et al., 2017) mendefinisikan bahwa sesaat kita mengartikan pengertian media sosial muncul memiliki beberapa kriteria berupa: 1). Berbasis internet; 2). Pemilik menyiptakan dan menghasilkan informasi; 3). pengalaman, posting, bahkan komentar sekaligus; 4). Multimedia; 5). Persamaan waktu dapat melakukan publikasi; 6). Menghapus tanda geografis; 7). Menggabungkan media lama dan media baru.

Media sosial mempunyai karakter yang utama sebagai berikut: 1) Jangkauan. Media sosial mempunyai daya jangkau yang sudah besarsampai ke yang terkecil hingga khalayak global. Media sosial juga mempunyai karakter terdesentralisasi, kurang struktur, lalu dipilih berdasarkan perbedaan sistem penggunaannya dan pemakaiannya (*multiple point of productions and utility*); 2) aksesibilitas (*accessibility*).

Media sosial mudah diakses dengan tidak memakan banyak biaya; 3) penggunaan (*usability*). Menggunakan media sosial tidak perlu keterampilan khusus; 4) Aktualitas (*immediacy*). Respon khalayak ditarik dengan cepat oleh media sosial atau secara aktual

bahkan bisa disaat waktu yang bersamaan, biasa disebut dengan sebutan *real time*; 5) Tetap (*permanence*). Media sosial bisa mengubah komentar di media sosial dengan cepat atau instan walaupun dengan cara proses pengeditan.

Media sosial merupakan suatu media *online* mendukung khalayak dalam mendapati dan menyalurkan informasi. Dengan adanya media sosial bisa dimanfaatkan sebagai sarana ekonomi dan dapat juga membentuk komunitas. Tidak sedikit era digital saat ini berupa kalangan komunitas yang diutamakan dari terbentuknya interaksi melalui dari dunia maya, hal ini justru kegiatan aksi solidaritas dan lainnya yang sebagaimana sangat banyak yang mengawali dari media sosial sering disebut dunia maya (Yusi Kamhar & Lestari, 2019).

YouTube.

Mei 2005 media sosial ini diluncurkan. YouTube memberi kelancaran banyak khalayak supaya mencari, melihat dan mengunggah video unggahannya. YouTube menghadirkan wadah untuk yang menggunakannya sebagai media penghubung berisikan informasi dan menginspirasi orang lain yang menggunakannya dan menjadikan platform bagi pengiklanan dari yang besar sampai yang kecil. Mengutip Yandri (2010) yang menyatakan bahwa YouTube adalah salah satu perusahaan yang dinaungi oleh *google*. Diciptakannya YouTube dari mantan karyawan PayPal (*Website Online Commercial*) pada februari 2005 yaitu bernama Jawed Karim, Chad Hurley dan Steve Chen.

Awal mula muncul YouTube disambut baik oleh masyarakat. (Wigati et al., 2018) menerangkan YouTube adalah berupa video berbasis jaringan yang mengutamakan dari kepemilikan YouTube ini yaitu sebagai wadah untuk melihat, mencari dan mengunggah pengalaman berupa video. Mengutip Mariam Sondakh (2017). Kemunculan YouTube membuat pengaruh yang terasa terhadap masyarakat, khususnya masyarakat yang gemar dalam membuat video konten kreatif, diawali dengan film pendek, video blog maupun dokumenter. YouTube mudah digunakan, tidak perlu biaya yang banyak dan dapat di akses dimana saja selama tempat itu terdapat jaringan.

Peluang untuk *gadget* kompatibel untuk semakin luas membuat konten, membuat video amatir dengan bebas dalam mengekspresikan konten-konten yang diunggah. Apabila video yang dibuat menarik dan inofatif tentu saja akan memperoleh sambutan yang baik dan jumlah *viewers* makin menambah. *Viewers* akan banyak mengundang pengiklanan untuk memakai iklannya dalam konten yang dibuat, sama halnya berupa Televisi, program televisi yang digemari oleh khalayak, dalam hal ini ratingnya akan terus naik dan akan mengundang bagi para pengiklan secara otomatis. (David et al., 2017).

Konten YouTube Tutorial

Sebuah element terpenting dalam video yaitu informasi yang ditampilkan berupa konten. Dengan adanya konten video dapat lebih menarik dengan apa yang sudah dirancang melalui video (Pratama & Hermanu, 2022). Media video adalah salah satu macam media audio visual yaitu media yang mengutamakan indera penglihatan dan pendengaran. Media audio visual adalah salah satu media yang dapat diakses dengan pembelajaran, media ini sekaligus dapat menambah minat siswa dalam belajar karena siswa bisa menyimak sekaligus dan melihat gambar.

Azhar Arsyad (2011:49) mengungkapkan video adalah gambar-gambar di dalam *frame*, ketika *frame* ditayangkan lewat rekaman proyektor secara mekanis hingga layar pada gambar terlihat hidup (Arsyad, 2011). Berdasarkan penjelasan tersebut bahwa video dapat menampilkan sebuah audio visual dengan gambar objek yang gerak dan suara yang dihasilkan murni.

Mengutip Cheppy Riyana memaparkan media video pembelajaran ialah media yang memproyeksikan audio visual yang berisikan pembelajaran yang berupa teori, prosedur serta konsep agar membantu pengertian bagi suatu materi pembelajarannya. Dapat disimpulkan arti dari video tutorial adalah struktur gambar hidup yang diproyeksikan oleh pengajar dengan isi berupa pembelajaran agar membantu terhadap pemahaman suatu bidang pembelajaran dan bimbingan atau bahan dari pengajaran untuk tambahan untuk peserta didik (Riyana, 2007).

Audio visual aids (AVA) atau media yang bisa dilihat dan didengar adalah jenis media video tutorial yang dapat digolongkan kedalam macam-macam media audio visual (Arsyad, 2011).

1. Audio visual merupakan gabungan audio dan visual/gambar gerak. dalam video tutorial ini audio visual sangat mendukung untuk memperjelas isi dari video tersebut.
2. *Talent*. Di dalam audio visual tersebut terdapat *talent* yang dipilih.
3. *Graphic* merupakan cara menarik perhatian serta berfungsi informatif untuk penglihat.
4. *Pacing* merupakan berjalannya *frame* dengan penyesuaian video.

Minat Belajar.

Crow and Crow menjelaskan minat berupa sebuah dorongan yang bisa diakibatkan seorang yang memberlakukan perhatian terhadap seorang tersebut dalam suatu kegiatan khusus. berpendapat arti minat dapat disimpulkan bahwa masing-masing yang mempunyai minat untuk belajar akan terpengaruhi oleh sendiri agar menimbulkan sebuah perhatian (Firdausyi & Anggraini, 2020). Menurut (Hamalik, 2003) minat belajar merupakan indikator

dari kebutuhan, hal ini antara keduanya tidak selalu memiliki sifat konsisten, adapun beberapa indikator untuk mengetahui minat dalam belajar diantaranya (Mukmin, 2018).

1. Aktivitas ketertarikan seorang belajar akan sesuatu hingga orang tersebut tertarik untuk melakukan hal tersebut.
2. Perasaan senang atau suka, pribadi yang memiliki perasaan ini tidak mengkhawatirkan apa yang saat dilakukan ketika senang atau suka.
3. Perhatian merupakan fokus kegiatan jiwa seorang kepada pandangan, observasi dan respon.
4. Adanya keterlibatan atau upaya untuk belajar merupakan faktor yang ada di setiap individu yang dapat mendorong untuk melakukan kegiatan belajar.

Mengenai indikator tersebut bahwasannya minat belajar memiliki sifat kognitif yang dapat merespons pembelajaran tersebut sehingga mendapatkan pembelajaran yang efektif. Namun hal tersebut memungkinkan didasari oleh dosen yang mengajar bahwa pengajaran tersebut harus memiliki nilai-nilai pengajaran yang bervariasi dan mengikuti perkembangan zaman (Slameto, 2010), perhatian. (Lin & Huang, 2016) dan hasil komunikasi individu dengan konten atau kegiatan yang dilakukan (Artelt et al., 2001).

Minat mempengaruhi nilai positif pada pembelajaran akademik, pemahaman bagi bidang masing-masing (Ainley et al., 2002). Ada tiga aspek penting di dalam pemahaman seorang yaitu tujuan, perhatian dan tingkat belajar (Wang & Adesope, 2016). Hal ini sangat beda dengan motivasi sebagai pengaruh pendorong pengetahuan, jika minat lebih dari itu karena adanya juga pendorong untuk sikap (Hidi, 2006) penjelasan minat belajar selanjutnya ialah perilaku kepatuhan dalam pembelajaran dengan melakukannya tersebut dengan sungguh-sungguh (Falconer, 2011).

METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang dipakai adalah survei dengan jenis penelitian eksplanatif, Menurut Sugiyono metode survei penelitian kuantitatif yang dipakai agar memperoleh data pada waktu ini dan mendatang soal pendapat, karakteristik dan perilaku.

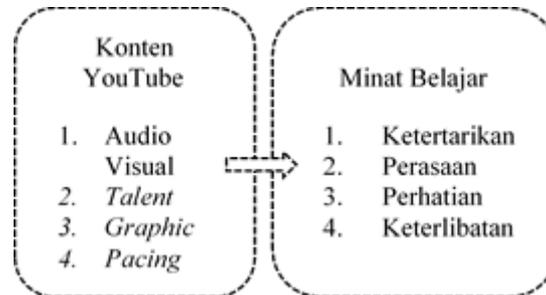
Penelitian ini menggunakan populasi mahasiswa jurusan *broadcast* pada kampus yang terletak di Jakarta Selatan. Populasi merupakan suatu kelompok yang memikat peneliti, dimana kelompok itu memikat peneliti untuk menjadikannya sebagai objek untuk syarat hasil penelitian (Permana et al., 2017).

Sampel menjadi suatu unsur yang tak dapat terpisahkan dari populasi, karena sampel yang diambil memiliki tujuan untuk mendapatkan data yang menyeluruh dari populasi yang diolah. Sampel *purposive sampling* menjadi teknik penarikan sampel pada penelitian ini, yang merupakan teknik pengambilan data dengan memilih sampel yang sudah dipertimbangkan, (Sugiyono dan Puji Lestari, 2021) Jadi, kriteria responden untuk penelitian ini adalah mahasiswa *broadcast* yang menonton konten YouTube tutorial “Bang Tutorial” minimal 2 kali menonton.

Parameter	Value
What margin of error can you accept? <small>5% is a common choice</small>	10 %
What confidence level do you need? <small>Typical choices are 90%, 95%, or 99%</small>	95 %
What is the population size? <small>If you don't know, use 20000</small>	20000
What is the response distribution? <small>Leave this as 50%</small>	50 %
Your recommended sample size is	96

Sumber: Raosoft 2004

Jumlah sampel berdasarkan hitungan menggunakan software kalkulator Raosoft 96 responden yang dibutuhkan.



(Juitania & Indrawan, 2020)

Hipotesis yang bisa dianggap dasar adalah jawaban yang masih memerlukan sebuah pembuktian yang lebih lanjut dan dibuktikan sesuai anggapan. Hipotesis adalah suatu tindakan dugaan sementara yang disaring oleh rumusan masalah, bahwasannya jumlah hipotesis harus sama dengan rumusan masalah tersebut (Rohmawati, 2017). Hipotesis penelitian ini adalah H_a : Ada pengaruh dalam konten tutorial “Bang Tutorial” pada minat belajar mahasiswa *broadcast* dan H_o : Tidak adanya pengaruh dalam konten tutorial “Bang Tutorial” pada minat belajar mahasiswa *broadcast*.

Operasionalisasi Variabel

Penelitian ini terdiri dari variabel (X) dan (Y) yaitu variabel bebas dan terikat. Variabel (X) yang berarti variabel bebas adalah “Konten YouTube Tutorial”. Sedangkan variabel (Y) variabel yang terikat yaitu “Minat Belajar Mahasiswa”.

Ukuran konten (X) yaitu konten kreatif itu sajian informasi seperti hiburan, informasi dan sebagian berupa video dan audio yang kreatif yang diunggah melalui jejaring platform berbagai media yang banyak saat ini di tahun 2020 (Nirwana, n.d.).

1. Audio Visual
2. *Talent*
3. *Graphic*
4. *pacing*

Minat Belajar Mahasiswa (Y) adalah suatu bagian yang berasal dari manusia itu sendiri dan berperan untuk mendorong dalam berbuat peran yang memberi manusia menuju arah perhatian, kemauan dan pengalaman berdasarkan kesadaran. Sementara itu faktor perilaku efektif minat mempunyai karakter pada intensitas, arah dan target (Tafonao, 2018).

1. Ketertarikan belajar
2. Perasaan senang
3. Perhatian belajar
4. Keterlibatan

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan secara online, kepustakaan, dan observasi. Observasi adalah suatu proses yang rumit, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis lalu pengamatan dan ingatan, yang terpenting dalam proses ini karena penelitian berhubungan dengan sikap manusia, gejala-gejala alam dan proses kerja (Sugiyono dan Puji Lestari, 2021).

Kepustakaan adalah teknik pengumpulan data melalui perpustakaan dengan tinjauan pustaka, mengumpulkan buku-buku dan bahan tertulis yang berhubungan dengan kebutuhan didalam penelitian.

Kuesioner dengan pengukuran skala Likert skor 1-4 yaitu dengan sangat tidak setuju (STS), tidak setuju (TS), setuju (S), sampai sangat setuju (SS). Kuesioner disebarkan menggunakan google *form* secara *online* kepada mahasiswa *broadcast* yang kampusnya berlokasi di daerah Jakarta Selatan. Jumlah sampel penelitian ini menggunakan perhitungan Raosoft yaitu sebanyak 96 responden

Teknik Analisis Data

Penelitian kuantitatif memiliki kinerja analisis data yang dilakukan ketika semua data yang diperoleh dari responden dan sumber lain telah dikumpulkan, metode penelitian ini didasarkan pada isi semua variabel responden dan persiapan data untuk melakukan survei. Hipotesis yang ada dihitung dengan menggunakan Microsoft Excel dan hasil dari data ini sendiri akan diolah menggunakan *software* SPSS. Perhitungan yang dilakukan menggunakan analisis deskriptif dengan pengujian melalui uji T parsial, uji F simultan dan koefisien determinasi.

Instrumen pada penelitian ini yaitu memakai kuesioner yang dibuat dengan *google form* yang berfungsi sebagai alat untuk mengumpulkan data dari responden, kemudian menggunakan *software* SPSS sebagai alat untuk menghitung hasil dan menganalisa data dari kuesioner yang sudah disebar.

Validitas merupakan tingkatan kemampuan dan keakuratan alat pengukur yang digunakan. Instrumen penelitian dinyatakan valid berarti menunjukkan alat pengukur yang digunakan untuk memperoleh data dianggap valid untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur (Janti, 2014). Disimpulkan, instrumen yang valid adalah instrumen yang benar-benar tepat untuk mengukur apa yang seharusnya dapat diukur.

Harrison dalam Zulganef (2006) mengatakan reliabilitas adalah ukuran untuk menunjukkan alat ukur yang dipergunakan dalam penelitiankeperilakuan memiliki nilai akurat sebagai alat ukur, contohnya diukur melewati konsistensi hasil ukuran dari waktu demi waktu apabila kejadian tersebut tidak berubah. Selanjutnya rangkaian uji validitas dan uji reliabilitas data tersebut dianalisis memakai sebuah *Software (SPSS) Statistical Product and Service Solutions*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kuesioner penelitian diedarkan secara *online* memanfaatkan fasilitas sosial media Whatsapp, dan Instagram yang diisi dan dikirim secara *online* menggunakan *Google Form*. Kuesioner diedarkan selama sekitar tiga minggu, mulai dari tanggal 15 Juni 2023 sampai dengan 05 Juli 2023 dan diterima 96 jawaban kuesioner.

Berdasarkan kuesioner maka berikut ini pemaparan mengenai identitas responden. Jenis kelamin laki-laki memiliki skor terbanyak sebesar 79 (82,3%) responden dan perempuan sebanyak 17 (17,7%).

Usia responden terbanyak responden berusia 21 – 23 yaitu 62 orang (64,6%), sedangkan usia 18 – 20 sebanyak 30 orang (31,3%) dan usia 24 – 26 berjumlah 4 orang (4,2%).

Asal kampus mahasiswa, responden terbanyak berasal dari Universitas Budi Luhur yaitu 42 (43,8%), STIKOM InterStudi berjumlah 36 (37,5%), Universitas Mercu Buana sebanyak 17 (17,7%), dan Universitas Prof. Dr. Moestopo 1 (1%) responden saja.

Angkatan mahasiswa *broadcast* yang mengisi kuesioner terbanyak angkatan 2021 yaitu 48 mahasiswa (50%) lalu diikuti dengan angkatan 2020 berjumlah 32 orang (33,3%), angkatan 2022 sebanyak 9 mahasiswa (9,4%), angkatan 2018 ada 4 orang (4,2%) dan Angkatan 2019 berjumlah 3 mahasiswa (3,1%) responden.

Data Identitas Respoden

Jenis Kelamin	Laki-laki	79 (82,3%)
	Perempuan	17 (17,7%)
Usia	18 – 20	30 (31,3%)
	21 – 23	62 (64,6%)
	24 - 26	4 (4,2%)
Kampus	Universitas Budi Luhur	42 (43,8%)
	STIKOM InterStudi	36 (37,5%)
	Universitas Mercu Buana	17 (17,7%)
	Universitas Prof. Dr. Moestopo	1 (1%)
Angkatan	2018	4 (4,2%)
	2019	3 (3,1%)
	2020	32 (33,3%)
	2021	48 (50%)
	2022	9 (9,4%)

Uji Validitas

Item pernyataan yang sudah diuji validitasnya sebanyak 24 item. Dengan menganalisis responden atau N sebanyak 96 responden. Dengan tingkat signifikansi 95% ($\alpha = 5\%$) dan $df = 96 - 2 = 94$, maka nilai r tabel yang diperoleh adalah (0,200) berikutnya dibandingkan antara nilai r hitung dan nilai r tabel jika r hitung > r tabel adalah item kuesioner tersebut terbilang valid, apabila sebaliknya maka tidak valid. R-hitung arti lainnya adalah *the item-rest correlation* atau *the corrected item-total correlation*. Ditunjukkan pada tabel uji validitas.

Uji Validitas X

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	252	0,200	Valid
2	424	0,200	Valid
3	483	0,200	Valid
4	499	0,200	Valid
5	619	0,200	Valid
6	311	0,200	Valid
7	292	0,200	Valid
8	424	0,200	Valid
9	486	0,200	Valid
10	444	0,200	Valid
11	591	0,200	Valid
12	336	0,200	Valid

Uji Validitas Y

No	R hitung	R tabel	Keterangan
1	712	0,200	Valid
2	546	0,200	Valid
3	385	0,200	Valid
4	373	0,200	Valid
5	332	0,200	Valid
6	674	0,200	Valid
7	528	0,200	Valid
8	680	0,200	Valid
9	493	0,200	Valid
10	413	0,200	Valid
11	359	0,200	Valid
12	704	0,200	Valid

Uji validitas digunakan agar mengetahui alat ukur yang digunakan valid. Alat ukur tersebut merupakan pertanyaan dari kuisisioner, kuisisioner yang valid jika pertanyaan dapat mengungkap apa yang diukur kuesioner. Digunakan sampel sebanyak 96 responden untuk penelitian ini, lalu pada instrumen penelitian berupa kuesioner memuat 24 pernyataan ini dinyatakan valid, karena pada nilai korelasi positif dan keseluruhan nilainya lebih besar dibandingkan nilai r tabel (0,200).

Uji Reliabilitas

Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan nilai koefisien *Cronbach's Alpha* dari item pertanyaan variabel X adalah sebesar 590 dan variabel Y memperoleh 718 dengan demikian dari 24 item pernyataan, lolos uji reliabilitas karena nilai koefisien reliabilitas adalah 590 dan 718 lebih besar dari 0,60. Ditunjukkan pada tabel uji reliabilitas.

Uji reliabilitas X

Cronbach's Alpha	N of Items
.590	12

Uji reliabilitas Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.718	12

Uji T

Untuk memperoleh hasil signifikan dapat dilakukan dengan membandingkan dua model yaitu dengan melihat nilai signifikansi yaitu ketika nilai signifikansi kurang dari tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian (5% atau 0,05) maka variabel independen berpengaruh terhadap variabel dependen dan sebaliknya. Metode kedua yaitu dengan membandingkan t hitung dan t tabel, ketika t hitung lebih besar dibandingkan dengan t tabel maka variabel independen memiliki pengaruh terhadap variabel dependen.

$$\begin{aligned}
 t \text{ tabel} &= t [\alpha; (df = n-k)] \\
 &= t (0,050 : (96-2)) \\
 &= t (0,050:94) \\
 &= 1,661
 \end{aligned}$$

Pada hasil pengujian tersebut bahwa nilai sig sebesar 0,00 lebih kecil dibandingkan tingkat signifikansi 5% atau 0,05 ($0,00 < 0,05$), selanjutnya pada t hitung sebesar 16,089 lebih besar dibandingkan dengan t tabel ($16,089 > 1,661$). Nilai berikut ditunjukkan pada tabel uji t berikut. Sehingga dapat disimpulkan bahwa konten YouTube “Bang Tutorial” sangat berpengaruh terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa.

coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t Sig.	
	B	Std. Error	Beta		
1(Constant)	-.484	2.139		-.226	.822
Konten YouTube Tutorial	1.007	.063	.857	16.089	.000

Uji F

Uji f ataupun uji simultan diperuntukkan menguji pengaruh perubahan variabel independen secara bersamaan kepada variabel dependen. Untuk memperoleh hasil signifikan uji yang dilakukan adalah dengan membandingkan dua model dengan melihat nilai signifikansi yaitu ketika nilai signifikansi kurang dari tingkat kesalahan yang digunakan dalam penelitian

0,05 atau 5% jadi variabel independen secara bersamaan berpengaruh kepada variabel dependen dan sebaliknya. Metode kedua yaitu dengan membandingkan f hitung dan f tabel, variabel independent akan berpengaruh pada variabel dependen ketika nilai f hitung lebih besar daripada nilai yang dimiliki f tabel.

$$\begin{aligned} F \text{ tabel} &= f(k : n-k) \\ &= f(1 : 96 - 2) \\ &= f(1 : 94) \\ &= 3.94 \end{aligned}$$

Diketahui berdasarkan perhitungan menunjukkan nilai signifikansi pengaruh (X) dan secara simultan terhadap (Y) adalah dengan nilai $0.00 < 0,05$ dan nilai f hitung (258.845) $> f$ tabel (3.94). Nilai berikut ditunjukkan pada tabel uji F berikut. Maka kesimpulan yang ditarik yaitu bahwa terdapat pengaruh antara variabel (X) konten YouTube "Bang Tutorial" secara simultan terhadap (Y) minat belajar mahasiswa.

ANOVA				
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F
1 Regression	1288.550	1	1288.550	258.845
Residual	467.940	94	4.978	
Total	1756.490	95		

Koefisien Determinasi

Mencari tahu berapa besar pengaruh variabel independen mempunyai pengaruh kepada variabel dependen yaitu menggunakan uji koefisien detrmniasi, ditentukan dengan koefisien determinasi lalu diambil nilai *adjusted r square* tersebut.

Nilai yang didapat *adjusted r square* yang diperoleh melalui koefisien determinasi didapat sebesar 0,731. Mengartikan bahwa 73,1% variabel (Y) minat belajar mengedit video pada mahasiswa dipengaruhi oleh variabel (X) konten YouTube "bang tutorial" hasil data tersebut dilampirkan pada tabel koefisien determinasi berikut.

Model Summary				
odel	R	R Square	Adjudted R Square	Tsd. Error of the Estimate
1	.857	.734	.731	2.231

Pembahasan

Keseluruhan penelitian serta pengujian yang telah dilakukan pada variabel konten YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa menghasilkan adanya pengaruh yang signifikan. (uji-t) uji parsial menghasilkan bahwa variabel konten YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa menunjukkan hasil yang berpengaruh signifikan. Dengan demikian penelitian ini menghasilkan bahwa konten YouTube “Bang Tutorial” berpengaruh signifikan terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan.

Hasil pengujian ini sejalan dengan hasil dari pengujian penelitian terdahulu yang berjudul “Pengembangan Media Video Pembelajaran Berorientasi Pendidikan Karakter” juga menghasilkan pada dimensi media pembelajaran atau video pembelajaran ada pada kualifikasi sangat baik, yaitu 96,5% tercapainya kualifikasi sangat baik. Video pembelajaran ditambah dengan *background* musik mampu menarik perhatian dalam pembelajaran (Wisada et al., 2019).

Kemudian dicari koefisien determinasi yang menunjukkan besar pengaruh konten YouTube “Bang Tutorial” terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa sebesar 73,1% sedangkan 26,9% minat belajar mengedit video pada mahasiswa dapat dipengaruhi dengan variabel selain didalam penelitian ini.

Kesimpulan

Hasil menunjukkan bahwa konten YouTube “Bang Tutorial” memiliki pengaruh cukup signifikan terhadap minat belajar mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan. Hal ini dilihat pada indikator audio visual, *talent*, *graphic* dan *pacing* konten YouTube “Bang Tutorial” mempunyai nilai yang signifikan terhadap minat belajar mahasiswa.

Konten YouTube “Bang Tutorial” juga memiliki pengaruh yang sedang terhadap minat belajar mengedit video pada mahasiswa *broadcast* di Jakarta Selatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ainley, M., Hidi, S., & Berndorff, D. (2002). Interest, learning, and the psychological processes that mediate their relationship. *Journal of Educational Psychology*, 94(3), 545.
- Arsyad, A. (2011). *Media pembelajaran*. Jakarta: PT Raja grafindo persada.
- Artelt, C., Baumert, J., Klieme, E., Neubrand, M., Prenzel, M., Schiefele, U., Schneider, W., Schümer, G., Stanat, P., & Tillmann, K.-J. (2001). *PISA 2000: Zusammenfassung zentraler Befunde*.
- 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. *Jurnal Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479>
- Falconer, I. (2011). *Olivia*. Simon and Schuster.
- Firdausyi, A., & Anggraini, R. (2020). Pengaruh Konten Program TV Magazine Terhadap Minat Menonton. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 2(1), 58–70.
- Hamalik, O. (2003). *Perencanaan pengajaran berdasarkan pendekatan sistem*.
- Hermawan. (2019). *Pengertian YOUTUBE Adalah : Manfaat & Fitur Youtube (Lengkap)*. Nesabamedia.
- Hidi, S. (2006). Interest: A unique motivational variable. *Educational Research Review*, 1(2), 69–82.
- Janti, S. (2014). Analisis validitas dan reliabilitas dengan skala likert terhadap pengembangan si/ti dalam penentuan pengambilan keputusan penerapan strategic planning pada industri garmen. *Prosiding Seminar Nasional Aplikasi Sains & Teknologi (SNAST)*, 15, 155–160.
- Juitania, J., & Indrawan, I. G. A. (2020). Dampak Penggunaan Konten Youtube terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang. *SAP (Susunan Artikel Pendidikan)*, 5(1). <https://doi.org/10.30998/sap.v5i1.6539>
- Lin, S.-H., & Huang, Y.-C. (2016). Examining charisma in relation to students' interest in learning. *Active Learning in Higher Education*, 17(2), 139–151.
- Mukmin, T. (2018). Pendekatan dalam Mengajar Perspektif Syaiful Bahri Djamarah dan Abuddin Nata.(Studi Komparatif Deskriptif). *El-Ghiroh: Jurnal Studi Keislaman*, 14(1), 25–54.
- Nirwana, A. J. (n.d.). *MEDIA BARU: LAHAN BAGI PENCIPTA KONTEN KREATIF*.
- Oik, Y. (2019). *Penonton Bulanan YouTube Tembus Angka 2 Miliar*.
- Permana, I. S., Sedjati, R. S., & Kusniasih, N. (2017). Pengaruh Faktor Motivasi Intrinsik Dan Ekstrinsik Terhadap Kinerja Perawat Di Rsud 45 Kabupaten Kuningan. *JURNAL EKONOMI* ISSN, 2302–7169.
- Pratama, S., & Hermanu, D. H. (2022). Pengaruh Konten Video Youtube Den Dimas terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja. *VII(2)*, 34–48.
- Riyana, C. (2007). *Pedoman pengembangan media video*. Jakarta: P3ai Upi, 2552–2654.

- Rohmawati, N. (2017). PENERAPAN MODEL PROBLEM BASED LEARNING UNTUK MENINGKATKAN HASIL BELAJAR SISWA PADA SUBTEMA AKU BANGGA DENGAN DAERAH TEMPAT TNGGALKU. FKIP UNPAS.
- Slameto. (2010). Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono dan Puji Lestari. (2021). Metode Penelitian KOMUNIKASI (S. Prof. DR. Sunarto, M (ed.)). ALFABETA, cv.
- Tafonao, T. (2018). Peranan Media Pembelajaran Dalam Meningkatkan Minat Belajar Mahasiswa. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(2), 103. <https://doi.org/10.32585/jkp.v2i2.113>
- Wang, Z., & Adesope, O. (2016). Exploring the effects of seductive details with the 4-phase model of interest. *Learning and Motivation*, 55, 65–77.
- Widi, S. (2022). PENGGUNA YOUTUBE DI DUNIA CAPAI 2,41 MILIAR PADA KUARTAL II/2022. *DataIndonesia.Id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-youtube-di-dunia-capai-241-miliar-pada-kuartal-ii2022>
- Wigati, S., Rahmawati, D. S., & Widodo, S. A. (2018). PENGEMBANGAN YOUTUBE PEMBELAJARAN BERBASIS KI HADJAR DEWANTARA UNTUK MATERI INTEGRAL DI SMA. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Matematika Etnomatnesia*.
- Wisada, P. D., Sudarma, I. K., & Yuda S, A. I. W. I. (2019). Pengembangan Media Video Pembelajaran Berorientasi Pendidikan Karakter. *Journal of Education Technology*, 3(3), 140. <https://doi.org/10.23887/jet.v3i3.21735>
- Yusi Kamhar, M., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi. *Inteligensi: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 1(2), 1–7. <https://doi.org/10.33366/ilg.v1i2.1356>
- Zakharov, W., Horton, A., Reid, P., Willis, J., & Attardo, D. (2017). Social media: An integration guideline for teaching and learning in higher education. In *Learning and knowledge analytics in open education* (pp. 149–169). Springer.