

## Pengaruh Konten Video Youtube Den Dimas terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja

Shoraza Pratama<sup>1</sup>, Diajeng Herika Hermanu<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Ilmu Komunikasi, STIKOM Inter Studi

<sup>1</sup>Ozapratama14@gmail.com

<sup>2</sup>Adjengq@gmail.com

**Abstrak.** Internet dijadikan masyarakat sebagai sarana untuk mencari sebuah informasi, hiburan, pengetahuan, melakukan kegiatan berbelanja bahkan berkomunikasi. Sehingga internet sudah umum dikalangan masyarakat. Salah satu situs internet yang banyak dikunjungi adalah Youtube, situs tersebut terdapat berbagai macam konten sesuai dengan kebutuhan. Oleh karena itu dalam penelitian ini ingin mengetahui pengaruh konten youtube terhadap pembentukan sikap sosial remaja. Metode penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dan jenis penelitian adalah kuantitatif deskriptif. Mengumpulkan data dengan membagikan kuesioner kepada 77 responden anggota komunitas motor *FU150 Owners Club* Indonesia. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dan *non-probability sampling*. Analisis yang digunakan adalah analisis bivariat. Pengelolahan data menggunakan SPSS 23. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pengaruh konten terhadap pembentukan sikap sosial remaja sebesar 43%.

**Kata Kunci :** *Youtube, Uses and Effect, Pembentukan Sikap Sosial*

**Abstract.** The internet is used by the community as a means to find information, entertainment, knowledge, shopping, and even communicate. So that the internet is common among people. One of the most visited internet sites is Youtube, the site contains various kinds of content according to needs. Therefore, in this study, we want to know the effect of YouTube content on the formation of adolescent social attitudes. The research method uses a quantitative approach and the type of research is descriptive quantitative. Collecting data by distributing questionnaires to 77 respondents, members of the FU150 Motorcycle Owners Club Indonesia community. The sampling technique used was purposive sampling and non-probability sampling. The analysis used in bivariate analysis. Data processing using SPSS 23. The results of this study indicate that the effect of content on the formation of social attitudes of adolescents is 43%.

**Keywords :** *Youtube, Uses and Effects, Formation of Social Attitudes*

### 1. Pendahuluan

Di era saat ini masyarakat menjadikan internet untuk mencari sebuah informasi, melakukan kegiatan belanja, bekerja dan melakukan sosialisasi satu sama lain, menurut laporan situs *we are social*, pengguna internet di indonesia pada tahun 2022 mencapai 204,7 juta. Dibanding tahun sebelumnya, ditahun 2022 terdapat

kenaikan sebesar 1,03%. Sementara itu tercatat bahwa total penduduk di Indonesia sebanyak 277,7 juta di bulan januari 2022 (Annur, 2022).

Di lansir pada situs *hootsuite (we are social)* pada tahun 2022 menunjukkan banyaknya pengguna internet yang mengunjungi sebuah situs, salah satu situs yang berada di posisi tertinggi yaitu *youtube* (Andi, 2022).

Tingginya pengguna internet di Indonesia membuat *youtube* menjadi salah satu situs yang banyak dikunjungi, tepatnya berada diurutan kedua dengan total pengunjung 241 juta. Melalui situs *sproutsocial*, *youtube* memiliki pengunjung laki-laki (53,9%) dan perempuan (46,1%) dengan usia 13-56 tahun ke atas (West, 2022).

*Youtube* memiliki beberapa jenis konten *video* yang disediakan seperti, *way and style* (berisi informasi seputar tips dan trik), *music, education* (menyampaikan pengetahuan umum atau akademis), *entertainment* (berisi *video* hiburan), *comedy, film and animation, travelling and events* (konten yang menginformasikan tentang objek wisata atau tempat yang dikunjungi), *gaming* (konten berisi tentang permainan *online*), *news, pets and animals* (konten edukatif terkait dengan peliharaan atau hewan), *sport* (konten seputar kegiatan olahraga), *autos and vehicles* (konten yang menginformasikan dalam bidang otomotif) (Qwords, 2021).

Topik yang akan dibahas adalah *autos and vehicles*, sebuah konten yang memberikan informasi yang berhubungan dengan otomotif, otomotif merupakan ilmu yang membahas semua hal yang berkaitan dengan sebuah alat

transportasi (sepeda motor dan mobil), didalamnya terdapat beberapa informasi spesifik seputar komponen yang meliputi mesin, bahan bakar, pelumasan, dll (KlikTerbaru.com, 2020).

Alasan penelitian ini membahas konten *autos and vehicles*, karena peningkatan peminat otomotif yang meningkat. Seperti yang dikutip pada survei google dalam ajang penggelaran pameran otomotif nasional yaitu Gaikindo Indonesia International Auto Show (GIIAS) 2022. Juli 2022, responden yang mengisi survei tersebut dari kalangan usia 18-55 tahun, responden berasal dari jawa (60%) dan sisanya berasal dari luar pulau jawa. Menurut Karlina Ayuningtyas selaku anggota Industri Analis Otomotif Google Indonesia, hasil dari survei tersebut mengatakan bahwa responden memanfaatkan *youtube* sebagai sumber informasi ajang pameran, serta mereka kerap menonton beberapa *vlog* dalam membahas sebuah produk, uji coba kendaraan, ataupun menonton sebuah konten yang berkaitan dengan GIIAS (Rika, 2022).

Den Dimas adalah salah satu *vlogger* yang di kenal di internet melalui *youtube*. Dalam situs *Social Blade*, *channel youtube* Den Dimas di buat pada

28 juli 2015. Memiliki 824.000 *subscriber* dengan jumlah konten *video* 730 (*Social Blade*, 2022).

Dalam konten Den Dimas, ia membahas mengenai kesehariannya seputar motor dan mobil. Sebelum menekuni konten tersebut, Den Dimas dengan nama lengkap Briano Kawenang memang sangat menyukai dunia *autos and vehicles* (Profile Terbaru *Youtuber Motovlog Den Dimas*).

Konten *video youtube* Den Dimas membahas seputar dunia otomotif seperti, modifikasi, tips perawatan, mengulas motor, mobil, dll. Konten yang disajikan Den Dimas sangat mudah dipahami, karena ia memiliki pengetahuan yang luas dan juga paham mengenai informasi yang ia sampaikan. Selain itu, kemasan dalam *video* yang dibuat juga enak dilihat. Karena *video* dikemas dengan *simple* serta apik, transisi yang pas dan penambahan efek-efek *cinematic* sehingga banyak disukai oleh penonton, serta apa yang disampaikan sangat menarik dan berkesan. Konsep dari karya *video* yang dibuat oleh Den Dimas memiliki ciri khas dengan tema retro dan *vintage* (*GiriNetwork*, 2018).

Saat menonton konten Den Dimas, maka akan ada timbulnya sebuah

sikap, perasaan atau pandangan yang disertai dengan tindakan terhadap sesuatu yang bisa mempengaruhi atau merangsang penonton dalam segi lingkungan sosial dan kebudayaan (Ahmadi, 2007), sehingga konten tersebut dapat memberikan sebuah pengaruh yang membentuk sikap yang pada penontonnya.

Penelitian ini dilakukan kepada komunitas motor *FU150 Owners Club* Indonesia yang menonton *video* konten di *channel youtube* Den Dimas dengan responden yang memiliki usia 17-26 tahun. Komunitas ini memiliki jenis motor *underbond* 4 tak. *Underbond* 4 tak merupakan jenis motor bebek yang biasa digunakan dalam mengikuti ajang *rode race* (Panca, 2016). Komunitas *FU150 Owners Club* Indonesia terdiri dari 95 orang, yang memiliki usia dengan rata-rata 17-40 tahun, maka kelompok tersebut bisa masuk dalam kategori *Emerging Adulthood* yang dimulai pada usia 18-25 tahun (Arnett and Gibbons, 2006) serta sesuai dengan kriteria usia yang akan dijadikan penelitian.

Alasan penelitian dilakukan pada responden dengan usia 17-26 tahun adalah pada usia tersebut mereka ingin diakui oleh lingkungan sosialnya dan berusaha mengikuti *trend* terkini, karena

hal tersebut merupakan cara mereka untuk berpenampilan dan menghadapi orang lain (Arnett, 2000), saat mereka mengikuti konten Den Dimas maka mereka bisa mendapatkan informasi terbaru dan dapat mengikuti *trend* yang ada.

Penelitian ini bertujuan untuk mencari tahu dan mendeskripsikan, apakah adanya pengaruh konten Den Dimas kepada pembentukan sikap sosial terhadap penonton dengan rentan usia 17-26 tahun, sebagai subyek penelitian ini. Penelitian ini ditujukan dapat memberikan sebuah informasi yang positif kepada pembaca, dapat menggunakan media dengan bijak, serta diharapkan informasi yang didapat menjadi sebuah masukkan bagi penonton, agar dapat menyaring informasi yang disampaikan.

## 2. Kajian Literatur

### Penelitian Terdahulu

“Pengaruh Konten *Vlog* Dalam *Youtube* Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Kalimantan” merupakan penelitian yang dilakukan oleh Jacky Maulana (2021). Penelitian tersebut menggunakan tipe deskriptif kuantitatif. Teori sikap sosial adalah

teori yang digunakan dalam penelitian ini. Dalam penelitian ini dijelaskan bahwa perkembangan internet yang terus berkembang dan menghasilkan beberapa aplikasi sosial media yang digunakan dalam kebutuhan *entertainment* dan *infotainment*. Seperti *facebook*, *whatsapp*, *twitter*, *youtube* dan *instagram*. Penelitian ini ingin mengetahui apakah adanya pengaruh konten *youtube* dalam pembentukan sikap sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Islam Kalimantan. Penelitian tersebut dilakukan pada 30 responden. Hasil dari penelitian tertulis bahwa tidak adanya pengaruh dalam menonton *youtube* terhadap pembentukan sikap sosial mahasiswa di Universitas Islam Kalimantan.

### Media Sosial

Media sosial adalah media untuk mempublikasikan atau menyediakan konten profil, pendapat, atau aktivitas pengguna sebagai media untuk berbagi komunikasi dan melakukan interaksi dalam jejaring sosial (Nasrullah, 2014).

Media sosial merupakan sebuah *platform* media yang fokus utamanya adalah keberadaan pengguna yang memfasilitasi mereka pada kegiatan

ataupun kolaborasi, media umum juga bisa dipandang menjadi sebuah fasilitator *online* yang hubungannya bertenaga antar pengguna pada sebuah ikatan sosial (Van Dijck, 2013).

### ***Youtube***

*Youtube* adalah sebuah *platform* media umum yang tak jarang dikunjungi khalayak, dimulai pada kalangan anak-anak, remaja dan orang dewasa. Kegunaan yang mereka lakukan dalam mengakses *Youtube* memiliki tujuan yang berbeda. Dimulai untuk mencari informasi yang hangat dibicarakan, informasi seputar kategori kebutuhan masing-masing dan lain-lainnya. Dengan *youtube*, membantu masyarakat untuk menemukan jawaban dalam mengatasi beberapa masalah yang mereka butuhkan, sesuai dengan kriteria atau kategori yang mereka cari.

*Youtube* merupakan sebuah *platform* ataupun alat dalam membagikan *video* dan menyaksikan berbagai *video* yang tersedia, yang asalnya dari beberapa pengguna (Pratama, 2019). *Youtube* dapat digunakan dengan mudah, semua orang dapat mengakses di manapun dan kapanpun. Jawed Karim, Steve Chan dan Chad Hurley, mendirikan *Youtube* di tahun 2005, sebelumnya mereka

merupakan salah satu mantan karyawan perusahaan *Paypal* (Afrianna, 2017). Pada tahun 2006, *youtube* resmi dibeli oleh *google* dan di perkenalkan pada publik pada tahun itu (Maulida, 2017).

Seperti hasil riset yang dilakukan oleh agensi *marketing we are social* dan perusahaan aplikasi manajemen. Media Sosial yaitu *hootsuite* menyatakan bahwa *youtube* merupakan salah satu media sosial paling sering dikunjungi dalam sebulan, yaitu digunakan sebanyak 93,8% dari seluruh pengguna internet Indonesia yang berusia 16-64 tahun (Clinten, 2021).

Oleh karena itu, *youtube* sendiri memiliki manfaat besar terhadap masyarakat dengan informasi yang disampaikan seseorang dalam bentuk *video* konten tertentu sesuai kebutuhan masyarakat, yang disebut dengan *youtuber*, *content creator* atau *vlogger*.

### **Konten**

Seperti yang diketahui sesuatu yang penting dalam sebuah *video* adalah isi atau informasi yang akan disampaikan. Salah satunya adalah konten. Konten sangat berperan penting pada kegiatan mengajar dan belajar. Konten yang dapat dinilai baik adalah konten yang mampu mengkombinasikan pengetahuan yang *explicit* dan *tacit*

dalam proses pembelajaran yang akan disampaikan. Pengetahuan *explicit* merupakan sebuah pembelajaran yang dikemas dalam bentuk dokumentasi yang dapat mudah dipahami dan juga dapat disebarluaskan. Sedangkan yang dimaksud dalam pengetahuan *tacit* adalah pengetahuan ini berada dalam pikiran seseorang, sesuai dengan pengalaman yang pernah dialami dan sesuatu yang tak mudah untuk disampaikan kepada orang lain, yang belum merasakan atau memiliki pengalaman yang sama (Chimay J Anumba, Charles O Egbu, 2005).

Indikator pada konten sendiri terdiri dari : a. Kredibilitas, kepercayaan atau sebuah keahlian pada pembuat konten, b. Daya tarik, c. Komunikator dapat menguasai apa yang disampaikan, d. Konten yang dibuat menarik, e. Konten mudah dimengerti penonton, f. Konten mudah diterima penonton yang bersifat menyampaikan informasi menghibur (Rakhmat, 2013).

### ***Uses and Effect***

Penelitian ini menggunakan teori *uses and effect*, teori yang menjelaskan hubungan antara komunikasi massa yang penyampaiannya melalui media massa, sehingga dapat menimbulkan *effect* bagi pengguna (Bungin, 2006). Pada *uses and*

*gratifications*, dalam menggunakan sebuah media ditentukan dari kebutuhan penggunanya. Sedangkan *uses and effect*, kebutuhannya timbul karena faktor-faktor, yang penyebabnya dari menggunakan media tersebut (Senjaja, 1999). Terdapat 3 variabel pada *uses and gratifications* : a. Jumlah waktu, durasi dalam menggunakan media, b. Jenis isi media, menyediakan jenis isi dalam media yang dibutuhkan, c. Hubungan, hubungan yang berkaitan dengan pengguna terhadap isi media.

### ***Vlogger***

*Vlog* merupakan hal yang sedang di gemari banyak masyarakat saat ini. *Vlog* adalah *Video Blogging* atau bisa disebut dengan *vlogging*, merupakan sebuah *video* dengan konten yang mendominasi di *youtube*. *Vlog* sendiri biasanya berbentuk monolog hal ini biasanya direkam dengan *webcam* atau dengan teknik perekaman yang sederhana. Biasanya *vlogger* akan berbicara sesuai dengan sudut pandangan dalam dirinya, yang terkait dengan beberapa hal, seperti politik, sosial budaya ataupun berbagai hal lainnya dalam kehidupan sehari-hari (Burgess, 2009).

## Pembentukan Sikap Sosial

Sikap adalah hasil dari stimulus yang dilalui dari proses belajar ataupun proses lainnya, sehingga sikap seseorang ditentukan dari proses belajarnya (Yeni, 2009). Sikap adalah organisasi yang sifatnya menetap dari sebuah proses, emosional, kognitif, motivasional dan perceptual mengenai beberapa sebuah aspek dunia individu (Djuwita, 2009).

Sikap sosial adalah salah satu kesadaran pada individu, dalam menentukan perbuatan berulang dan nyata pada sebuah objek sosial (Ahmadi, 2007). Sikap adalah perasaan, evaluasi dan sebuah kecenderungan atas suka atau tidak suka pada seseorang terhadap sebuah ide ataupun objek (Kotler & Amstrong, 2007).

Indikator pada pembentukan sikap sosial, yaitu : a. Kedisiplinan, b. Kejujuran, c. Sikap Spiritual, d. Partisipasi dalam kelompok, e. Partisipasi dalam keluarga, f. Partisipasi dalam masyarakat, g. Tanggung jawab dalam kelompok, h. Tanggung jawab dalam masyarakat, i. Tanggung jawab dalam keluarga, j. Toleransi dalam kelompok, k. Toleransi dalam masyarakat, L. Toleransi dalam keluarga (Mar'at, 2000).

## 3. Metode

Metode kuantitatif adalah metode yang digunakan pada penelitian ini, metode kuantitatif merupakan sebuah bentuk data yang berisi angka ataupun *scoring*, metode ini dapat diartikan sebagai metode yang berlandaskan terhadap paradigma *positivism*, dapat diartikan bahwa penelitian ini ditujukan terhadap populasi ataupun sampel tertentu, yang memiliki tujuan hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2014).

Penelitian ini memakai teknik *purposive sampling*, teknik yang pengambilan sampel datanya dari dalam pertimbangan tertentu atau pada kriteria yang ditentukan (Sugiyono, 2014). Kriteria yang akan dijadikan sampel pada penelitian ini yaitu berusia 17-26 tahun dan menonton konten *video* Den Dimas.

Pengumpulan data yang dilakukan, mengajukan pertanyaan pada kuesioner dengan *google forms*. Kuesioner merupakan teknik yang efisien dalam mengumpulkan data. Dapat diartikan bahwa peneliti paham dengan variabel yang akan diukur dari responden mengenai hal terkait (Sugiyono, 2014).

Populasi merupakan sebuah keseluruhan penelitian, yang berasal dari sumber data dan pusat perhatian dari lingkungan yang akan diteliti (Martono, 2011). Populasi pada penelitian ini merupakan komunitas motor Bekasi, *FU150 Owners Club* Indonesia dengan jumlah anggota 95 orang.

Sampel adalah sebuah bagian yang didapat melalui karakteristik dan jumlah yang diambil dari populasi (Sugiyono, 2014).

Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *non-probability sampling*, merupakan sebuah teknik dalam pengambilan sampel yang tidak memberi peluang terhadap anggota populasi untuk dijadikan sebagai sampel (Sugiyono, 2015).

Untuk memperhitungkan sampel, maka dalam penelitian ini menggunakan Rumus *Slovin* (Sugiyono, 2017):

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

N : Ukuran Populasi

n : Ukuran Sampel

e : Kelonggaran ketidak telitian atau derajat toleransi

$$n = \frac{95}{1 + 95 (5)^2}$$

$$n = 76,7$$

Dengan populasi 95 orang dari komunitas motor bekasi, *FU150 Owners Club* Indonesia dan batas toleransi 5% maka hasil yang didapatkan sebanyak 76,7, dibulatkan menjadi 77 responden.

Penilitian ini menggunakan data primer sebagai sumber data yang langsung memberikan keseluruhan data dari hasil penelitian kepada pengumpul data, sehingga data yang didapat berasal dari hasil kuesioner yang diisi oleh para responden (Sugiyono, 2014).

Analisis statistik deskriptif merupakan analisis yang digunakan pada penelitian ini, statistik deskriptif merupakan pendeskripsi atau memberikan sebuah gambaran terhadap sebuah objek yang sedang di teliti melalui populasi atau sebuah sampel (Sugiyono, 2011).

Pengujian instrumen yang digunakan dalam penelitian ini yaitu uji reliabilitas dan uji validitas, validitas adalah sebuah kecermatan dan ketepatan terhadap alat ukur dalam melakukan fungsinya (Azwar, 1986). Untuk menguji validitas maka dalam penelitian

ini menggunakan *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO).

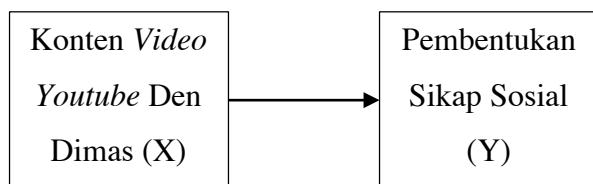
Reliabilitas merupakan sebuah alat ukur yang dapat dilihat dari sebuah pengukuran melalui hasil konsistensi (Abdillah, W & Jogiyanto, H, 2009). Pengujian untuk mencari reliabilitasnya menggunakan *Cronbach Alpha*.

Pengukuran jawaban dari penelitian ini memakai skala *likert* 1-5, skala *likert* berfungsi membantu mengukur pendapat, persepsi seseorang, serta sikap atau sebuah kelompok orang mengenai hal sosial yang sedang terjadi (Sugiyono, 2014). Untuk dapat menganalisis hasil dari responden, maka menggunakan SPSS 23 (*Statistical Product and Service Solutions*).

Analisis yang digunakan pada penelitian ini menggunakan analisis bivariat, analisis bivariat adalah analisis yang dilakukan pada dua variabel yang memiliki atau adanya hubungan (Notoatmodjo, 2010), serta memakai analisis regresi linear sederhana, regresi linear sederhana fungsinya untuk mencari pengaruh terhadap sebuah variabel Pengaruh Konten *Video Youtube* (X) terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja (Y) (Sugiyono, 2010). Berdasarkan uraian di atas, dapat dihipotesiskan :

**Ho** : Tidak ada pengaruh konten *video youtube Den Dimas* terhadap pembentukan sikap sosial remaja.

**Ha** : Terdapat pengaruh konten *video youtube Den Dimas* terhadap pembentukan sikap sosial remaja.



Gambar 1. Model Konsep

#### 4. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini dilakukan terhadap responden yang memiliki kriteria berusia 17-26 tahun dan menonton konten *youtube Den Dimas* di komunitas motor bekasi, *FU150 Owners Club* Indonesia.

Seperti pada tabel 4, bahwa banyaknya 77 responden terdiri dari laki – laki berjumlah 58 orang (75,3%) dan perempuan 19 orang (24,7%).

Sebagian responden yang berpartisipasi dalam penelitian berusia lebih kurang dari 17 tahun (1 orang), 18 – 20 tahun (12 orang), 21 – 25 tahun (51 orang) dan untuk 26 tahun ke atas ( 13 orang), dapat disimpulkan bahwa responden yang menonton konten *video youtube Den Dimas* dominan pada kalangan usia 21 – 25 tahun yang

termasuk dalam kriteria *emerging adulthood*.

Pada *FU150 Owners Club* Indonesia memiliki anggota yang terbagi di beberapa daerah seperti Bekasi (46 orang), Jakarta (24 orang), Bogor (6 orang) dan Yogyakarta (1 orang).

**Tabel 4. Tabel Demografi Responden**

<b>Jenis Kelamin</b>	Laki-laki	58 (75,3%)
	Perempuan	19 (24,7%)
	< 17 Tahun	1 (1,3%)
	18 – 20 Tahun	12 (15,6%)
<b>Usia</b>	21 – 25 Tahun	51 (66,2%)
	> 26 Tahun	13 (16,9%)
	Bekasi	46 (59,7%)
<b>Tempat Tinggal</b>	Jakarta	24 (31,2%)
	Bogor	6 (7,8%)
	Yogyakarta	1 (1,3%)

Pada tabel 5, merupakan hasil uji reliabilitas mengenai keseluruhan pertanyaan yang disampaikan kepada responden memiliki nilai *Cronbach Alpha* di atas 0,7 yaitu 0,868. Yang diartikan bahwa dari 24 pertanyaan dalam uji reliabilitas dapat dijadikan

sebagai alat pengumpulan data karena hasil dapat dipercaya.

**Tabel 5. Tabel Uji Reliabilitas**

#### **Reliability Statistics**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
,868	24

Pengujian instrumen pada penelitian ini menggunakan uji validitas dan reliabilitas untuk mengukur apakah variabel dalam penelitian valid dan reliabel. Variabel dapat dikatakan valid jika nilai pada *Keiser-Meyer-Olkin* (KMO) melewati 0,5 dan dapat dikatakan reliabel jika nilai *Cronbach Alpha* melewati 0,7.

Seperti tabel 6, tertera bahwa KMO pada Konten (X) melewati nilai 0,5, yaitu 0,673.

**Tabel 6. Tabel Uji Validitas Konten**

#### **KMO and Bartlett's Test**

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	,673
Bartlett's Test of Sphericity	200,560
df	66
Sig.	.000

Pada tabel 7, hasil uji reliibilitas dari Konten mampu meraih nilai 0,7, yaitu 0,757.

**Tabel 7. Tabel Uji Reliabilitas Konten**

#### **Reliability Statistics**

<b>Cronbach's Alpha</b>	<b>N of Items</b>
,757	12

Setelah melakukan uji validitas dan reliabilitas pada variabel konten, maka selanjutnya adalah variabel sikap sosial. Pada tabel 8, hasil validitas sikap sosial melewati 0,5 yaitu 0,736.

**Tabel 8. Tabel Uji Validitas Sikap Sosial**

<b>KMO and Bartlett's Test</b>				
Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.			,736	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square		234,683	
	df		66	
	Sig.		,000	

Pada tabel 9, uji reliabilitas sikap sosial melewati 0,7 yaitu 0,812.

**Tabel 9. Tabel Uji Reliabilitas Konten**

<b>Reliability Statistics</b>	
Cronbach's Alpha	N of Items
,812	12

Maka dapat disimpulkan dari hasil uji validitas dan reliabilitas konten dan sikap sosial, bahwa hasil di atas nilai 0,5 dan 0,7 yang dapat di artikan bahwa konten yang dibuat Den Dimas menarik, informasi yang disampaikan bermanfaat, dan dapat menjawab ketertarikan masyarakat tentang otomotif.

Berdasarkan tabel 10, nilai kolerasi (R) adalah 0,662 dan nilai koefisien determinasinya (R<sup>2</sup>) adalah 0,438 yang dapat diartikan bahwa

pengaruh konten terhadap sikap sosial adalah sebesar 43%.

**Tabel 10. Tabel Hasil Uji Regresi Linear**

<b>Model Summary</b>				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,662 <sup>a</sup>	,438	,431	3,521

Untuk menginterpretasikan hasil dari nilai kolerasi, maka dapat menggunakan tabel interpretasi kolerasi D.A de vaus (De Vaus, 2002):

**Tabel 11. Tabel Interpretasi Koefisien Kolerasi**

<b>Koefisien</b>	<b>Kekuatan Hubungan</b>
0,00	Tidak ada hubungan
0,01 - 0,09	Hubungan kurang berarti
0,10 - 0,29	Hubungan lemah
0,30 - 0,49	Hubungan moderat
0,50 - 0,69	Hubungan kuat
0,70 - 0,89	Hubungan sangat kuat
>0,90	Hubungan mendekat sempurna

Dapat diinterpretasikan menurut tabel 11, bahwa nilai kolerasi 0,662 yang dapat diartikan antara konten (X) dan sikap sosial (Y) memiliki hubungan yang kuat.

## 5. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui apakah adanya Pengaruh Konten *Video Youtube* Den dimas terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja di komunitas motor bekasi,

*FU150 Owners Club* Indonesia. Konten merupakan sebuah isi atau informasi yang dikemas dalam dokumenter dan ditayangkan di sosial media, salah satunya adalah *youtube*. Konten sendiri memiliki beberapa jenis seperti, *way and style, music, education, entertainment, comedy, film and animasi, travelling and events, gaming, news, pets and animals, sport* dan *autos and vehicles*.

Pada penelitian ini membahas mengenai *autos and vehicles*, sebuah konten yang berkaitan dengan dunia otomotif. Seseorang yang membuat konten biasa disebut dengan *vlogger*. Konten yang baik harus memiliki karakteristik seperti, kredibilitas, daya tarik, komunikator dapat menguasai apa yang disampaikan, konten menarik, konten mudah dimengerti dan Konten mudah dipahami.

Saat menyampaikan informasi pada sebuah konten yang disampaikan, dapat memenuhi kebutuhan penonton dan menimbulkan sebuah *effect*. Hal tersebut merupakan teori *uses and effect* dan teori *uses and gratifications*, yang 3 variabelnya digunakan dalam penelitian ini yaitu jumlah waktu, jenis isi media dan hubungan.

Ketika konten dapat menyampaikan isinya dengan baik,

maka hal tersebut dapat memberikan pengaruh pada sikap sosial penontonnya. Indikator pada sikap sosial sendiri terdiri dari, kedisiplinan, kejujuran, sikap spiritual, partisipasi dalam kelompok, partisipasi dalam keluarga, partisipasi dalam masyarakat, tanggung jawab dalam kelompok, tanggung jawab dalam masyarakat, tanggung jawab dalam keluarga, toleransi dalam kelompok, toleransi dalam masyarakat, dan toleransi dalam keluarga.

Penelitian dilakukan terhadap komunitas motor bekasi, *FU150 Owners Club* Indonesia dengan jumlah 77 responden. Pertanyaan yang dilakukan secara daring ini menggunakan *google forms*, diberikan kepada responden yang memenuhi kriteria, yaitu menonton konten *video youtube* Den Dimas. Alasan untuk melakukan penelitian, ingin mengetahui apa adanya pengaruh konten *video youtube* terhadap sikap sosial remaja. Setelah melakukan penelitian, hasil menunjukkan bahwa ada pengaruh konten (43%) terhadap sikap sosial penontonnya dan hubungan pengaruh konten terhadap sikap sosial remaja memiliki hubungan yang kuat menurut hasil dari tabel interpretasi koefisien kolerasi.

Berdasarkan penelitian ini, Pengaruh Konten *Video Youtube* Den Dimas Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja, di Komunitas Motor Bekasi *FU150 Owners Club* Indonesia. Maka pada bagian ini, ingin memberikan sebuah saran untuk penelitian yang akan dilakukan selanjutnya. Bahwa topik yang berkaitan dengan konten, dapat dilakukan penelitian lain, yang dapat dilihat dari beberapa sisi. Seperti, melihat apakah adanya pengaruh konten *video youtube* terhadap interaksi sosial remaja. Sehingga dapat mengetahui dampak dari konten itu sendiri.

## Daftar Pustaka

- Abdillah, W & Jogiyanto, H, M. (2009) *Konsep dn Aplikasi PLS (Partial Least Square) Untuk Penelitian Empiris*. Yogyakarta: Badan Penerbit Fakultas Ekonomi Dan Bisnis UGM.
- Afrianna, F. (2017) ‘H e m t i y’, Hierarki Efek Model Pada Tayangan Iklan Youtube, 2. Available at: <https://journal.interstudi.edu/index.php/InterKomunika/article/view/33/pdf>.
- Ahmadi, A. (2007) *Psikologi Sosial*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Andi Link (2022) *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022*.
- Annur, M. C. (2022) Pengguna Internet di Indonesia Awal 2022, Databoks. Available at: <https://databoks.katadata.co.id/datapublic/2022/03/23/ada->
- Arnett, J. J. (2000) ‘*Emerging adulthood: A theory of development from the late teens through the twenties*’, *American Psychologist*.
- Arnett, J. J. and Gibbons, J. (2006) ‘*Emerging adults in America: coming of age in the 21st century*’, *Choice Reviews Online*.
- Baron, A Robert & Bryne, D. (2005) *Psikologi Sosial*. Jakarta: Erlangga.
- Azwar, S. (1986) ‘Validitas dan Reliabilitas’. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bungin, B. (2006) *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Burgess, J. & G. (2009) *The Entrepreneurial Vlogger : Participatory Culture Beyond The Professional Amateur Divide in P Snickars & P Vonderau*. Lithuania: Legotipas.
- Chimay J Anumba, Charles O Egbu, P. M. C. (2005) *Knowledge Manage Ment in Construction*. Blackwell Publishing.
- Choiri, O. E. (2021) Ide Konten Youtube Untuk Tambah Subscriber. doi:

[https://qwords.com/blog/ide-konten-youtube/.](https://qwords.com/blog/ide-konten-youtube/)

Clinten, bill (2021) Pengguna Medsos di Indonesia Habiskan 25 Jam per bulan untuk Nonton Youtube, Kompas.com.

D.A. De Vaus (2002) *Survey in Social Research*. 5th edn. New South Wales: Allen and Unwin.

Djuwita, R. dkk (2009) Psikologi Sosial Terjemahan. Jakarta: Erlangga.

Gaikindo (2020) Konten Otomotif di Youtube paling Banyak ditonton selama Pandemi.

J, R. (2013) Psikologi Komunikasi Remaja Rosdakarya. Bandung: Remaja Rosdakarya.

J, V. D. (2013) *The culture of connectivity: A Critical History Of Social Media*. United Kingdom: Oxford University Press.

Kotler & Armstrong (2007) Prinsip Prinsip Pemasaran. 12th edn. Jakarta: Erlangga.

Maulida, L. (2017) Okezone Innovation : Kisah YouTube yang Didirikan 3 Mantan Karyawan PayPal.

Mar'at (2000) Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya.

Jakarta: Ghalia Indonesia.

Martono, nanang (2011) Metode Penelitian Kuantitatif: Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Milla, N Mira, Agung. M Ivan, P. R. d. B. (2013) Psikologi Sosial 2. Pekanbaru: Ak-mustahadah Press.

Nasrullah, R. (2014) Teori dan Riset Media Siber (*Cybermedia*). Jakarta: Kencana.

Notoatmodjo, soekidjo (2010) Metodologi Penelitian Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.

Panca, A. (2016) Motor bebek dan *Underbone*, Apa Bedanya?, Spesifikasi, Aksesoris dan Modifikasi Sepeda Motor. Available at: <https://sepeda-motor.info/motor-bebek-dan-underbone-apa-bedanya.html>,

Pratama, A. (2019) ‘Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen’, *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*.

Profil Den Dimas Motovlogger Jakarta Melbourne (2018) GiriNetwork. Available at : <https://www.girinetwork.web.id/2018/09/den-dimas-motovlog.html>.

Profile Terbaru Youtuber Motovlog Den Dimas. Available at : <https://www.elliottintransit.com/profile-den-dimas-motovlog>.

- terbaru-youtuber-motovlog-den-dimas/. Rika, H. (2022) *Survei Google Indonesia Bongkar Konten Paling Dinanti di GIIAS 2022*, CNN Indonesia. Available at: <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20220809142300-384-832272/survei-google-indonesia-bongkar-konten-paling-dinanti-di-giias-2022>.
- Senjaja, D. (1999) Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setya (2020) *Pengertian Otomotif Adalah: Otomotif Mobil dan Motor*.
- Social Blade (2022). doi: <https://socialblade.com/youtube/c/dendimas>.
- Sugiyono (2010) Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D'. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2011) ‘Statistika Untuk Penelitian’, in. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2014) Metode Penelitian Bisnis Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2015) Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Sugiyono (2017) Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta, CV.
- Surakhmad, W. (1982) Pengantar Interaksi Belajar Mengajar, Dasar dan Teknik Metodelogi Pengajaran. Bandung: Torsito.
- West, C. (2022) *30 YouTube statistics to power your marketing strategy in 2022*. Available at: <https://sproutsocial.com/insights/youtube-stats/>.
- Yeni. Y dkk (2009) Faktor-faktor yang berhubungan dengan kejadian hipertensi pada wanita Usia Subur di Puskesmas Umbulharjo I Yogyakarta. Yogyakarta: Fakultas Kesehatan Masyarakat Universitas Ahmad Dahlan.