

# BAB 1

## PENDAHULUAN

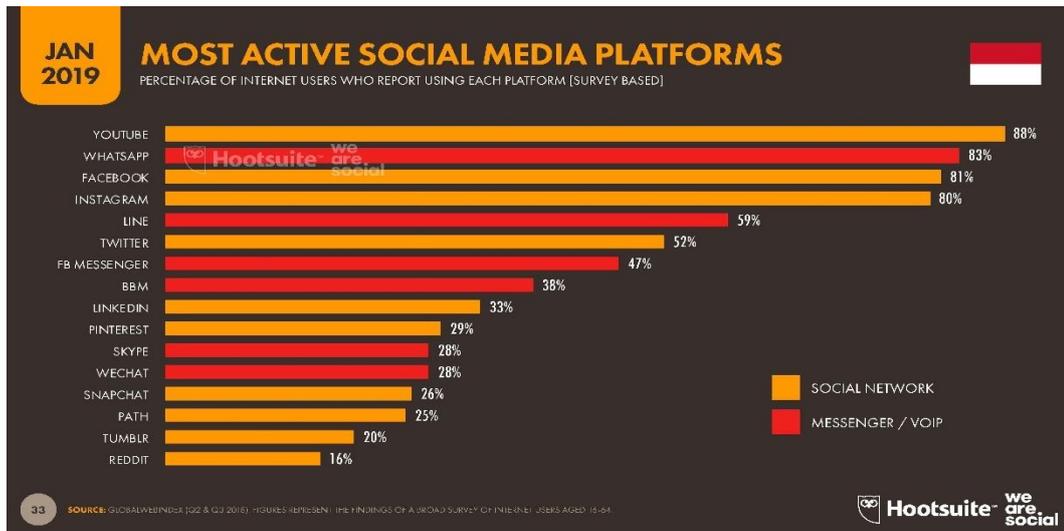
### 1.1.Latar Belakang

Perkembangan era globalisasi pada dasarnya saat ini memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan manusia. Perkembangan globalisasi menuntut individu agar terus berkembang dan memiliki kualitas agar mampu bersaing dengan individu yang lain. Hal itu membuat peradaban manusia semakin maju dan membuat individu semakin menunjukkan eksistensinya dalam berkomunikasi.

Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam kehidupan setiap manusia sehari-hari antar individu sampai menggunakan media yang biasa dikenal dengan komunikasi bermedia. Komunikasi bermedia juga berdasarkan teknologi, pola penyebaran, sampai pada bagaimana khalayak mengakses media lambat laun semakin berkembang sehingga dikenal dengan media lama (old media) dan media baru (new media) (Rulli. 2015).

Seiring dengan kemajuan teknologi, informasi dan komunikasi di Indonesia, perkembangan di bidang akademik menjadi lebih bervariasi dalam proses belajar-mengajar dengan media baru. Salah satu media baru yang populer adalah media sosial Youtube.

Youtube menjadi media yang populer dikalangan anak muda. di Indonesia, media youtube menduduki posisi pertama dalam survey pengguna aktif *platform* sosial media hal itu bisa dilihat dari data gambar dibawah ini.



Sumber : <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-internet/> diakses 28 November 2019 pukul 08.17 WIB

### Gambar 1. 1 Presentase Penggunaan Media Sosial di Indonesia

Menurut riset dari perusahaan media *We Are Social* yang bekerja sama dengan Hootsuite tahun ini ada 150 juta pengguna media sosial di Indonesia. Jumlah itu naik sebanyak 20 juta dibanding hasil riset pada tahun 2018. Dari Hasil yang ada terlihat bahwa youtube menjadi aplikasi yang paling banyak digunakan dengan penetrasi 88%.

Youtube adalah media sosial yang dikenal dengan slogan: “*Broadcast Yourself*”. Youtube merupakan situs jejaring sosial untuk berbagi informasi dalam bentuk audio – visual atau dalam bentuk video. (Abraham, 2011). YouTube menjadi peringkat pertama menduduki situs video sharing pada tahun 2011. Di Indonesia sendiri perkembangan youtube tumbuh dengan luar biasa, Head of Communications Consumer & YouTube bahwa jumlah penonton dan kreator video online di youtube yang ada di Indonesia terus bertambah. Dari tahun 2014 ke 2015 durasi menonton

orang di Indonesia bertambah menjadi 130%. Begitu pula jumlah konten yang di-upload bertambah sebanyak 600%. (Goenawan, 2014).

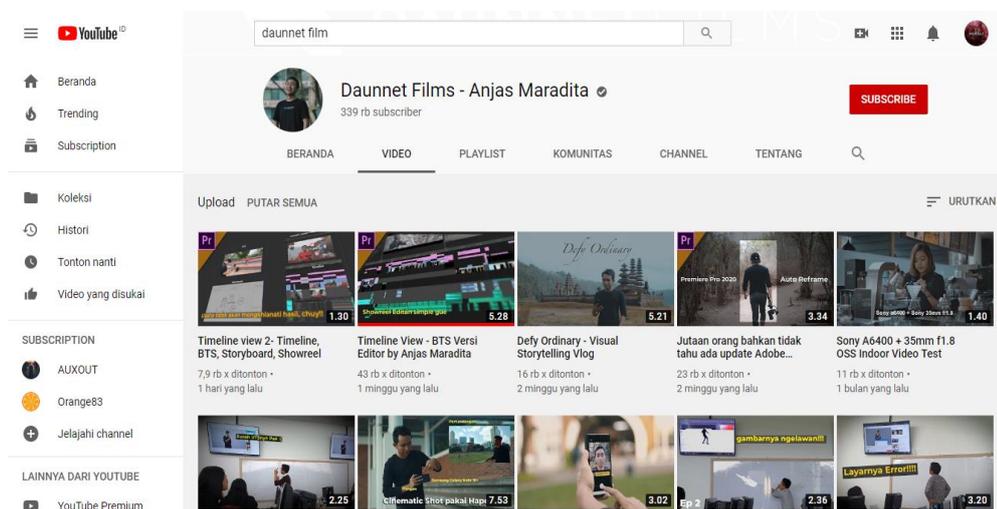
Populer dan favoritnya youtube di kalangan pengguna internet menunjukkan bahwa ada hal-hal tertentu yang ditawarkan oleh youtube. Willmount.dkk. (dalam Wilson,2015:11) menemukan bahwa video dapat menginspirasi sekaligus mengaktifkan siswa ketika video tersebut diintegrasikan ke dalam aktivitas pembelajaran yang berpusat pada siswa, yakni meningkatkan motivasi, memperkaya kemampuan komunikasi, dan menambah rata-rata nilai.

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa penggunaan youtube sebagai media sumber maupun media pembelajaran tampaknya menghasilkan dampak yang positif. Hasil penelitian Sianipar (2013) tentang pemanfaatan youtube di kalangan mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Sumatera Utara Angkatan 2010 menunjukkan bahwa mayoritas responden memanfaatkan youtube untuk mengakses berbagai video sesuai dengan kebutuhan mereka. Melalui situs youtube para mahasiswa merasa memiliki (1) pengetahuan umum tentang situasi nasional maupun internasional terkini, (2) berbagai pengetahuan yang dapat digunakan sebagai penunjang tugas harian mereka sebagai mahasiswa, dan (3) informasi terbaru tentang musik dan film, baik sebagai sarana hiburan maupun bahan untuk kreativitas kesenian mereka. Sejalan dengan itu, penelitian yang dilakukan Ramadhani (2016) tentang pemanfaatan youtube dalam pembelajaran bahasa Indonesia di SMA Panjura Malang menunjukkan bahwa video youtube telah dimanfaatkan sebagai stimulan siswa, media motivasi siswa, serta media publikasi karya siswa. Hasil kegiatan yang dilaksanakan menunjukkan bahwa pemanfatan

youtube tersebut telah menghasilkan pengetahuan, keterampilan, dan sikap positif siswa, sedangkan hasil penilaian yang berupa tes menunjukkan bahwa siswa dapat memperoleh nilai di atas KKM (kriteria ketuntasan minimal).

Dengan berkembangnya media sosial youtube sebagai media pembelajaran atau sumber belajar, banyak youtuber yang berlomba-lomba membuat konten edukasi, tidak hanya seputar bidang akademik (pengetahuan umum) tetapi ada juga yang kearah cara membuat video atau cara mengemas video agar terlihat modern dan elegan, hal itu karena banyaknya anak muda yang ingin menjadi youtuber.

Salah satu youtuber yang kontennya berisi tentang edukasi atau cara (*how to*) adalah Daunnet Films. *Channel* Daunnet Films dibuat pada tanggal 5 oktober 2014 dengan subscriber berjumlah 339 ribu dan 168 total unggahan video (socialblad.com).



Sumber : Youtube/daunnet-films, diakses 28 November 2019 pukul 09.00 WIB

**Gambar 1. 2 Channel Youtube Daunnet Film.**

Meskipun baru sedikit jumlah total subscriernya, tetapi jumlah penonton videonya cukup besar yaitu 26 juta dilansir di situs socialblade.com. Hal itu

dikarenakan anak muda lebih memilih media youtube sebagai sumber *tutorial* atau pembelajaran yang efektif (kompasiana.com, diakses 28 November 2019 pukul 14.00 WIB).

Dari menonton video tutorial maka dapat mempengaruhi minat untuk belajar. Menurut Ahmadi (2010:148) minat adalah sikap jiwa seseorang termasuk ketiga fungsi jiwanya (kognisi, konasi, dan emosi) yang tertuju pada sesuatu dan dalam hubungan perasaan yang kuat. Jadi minat belajar adalah proses yang memungkinkan seseorang memperoleh dan membentuk kompetensi dan ketrampilan yang dijalankan dengan sepenuh hati. Tidak hanya minat belajar tetapi peningkatan kemampuan juga menjadi tolak ukur dalam menonton video tutorial *editing video*.

Peningkatan berasal dari kata tingkat yang berarti lapis atau lapisan dari suatu yang kemudian membentuk susunan. Jadi peningkatan berarti kemajuan, secara umum peningkatan merupakan upaya menambah derajat, tingkat, dan kualitas, maupun kuantitas. Peningkatan juga diartikan penambah ketrampilan dan kemampuan agar menjadi lebih baik. Sedangkan kemampuan (*ability*) adalah kecakapan atau potensi seseorang untuk menguasai keahlian dalam melakukan atau mengerjakan sesuatu.

Dari fenomena diatas, mendorong penulis untuk mengadakan penelitian dengan mengambil judul: Pengaruh Konten YouTube “Tutorial *Editing Video*” Di *Channel* ”Daunnet Films” Terhadap Minat Belajar Edit Video Dan Peningkatan Kemampuan Edit Video Pada *Subscriber*.

## 1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut diatas, maka di dapat rumusan masalah sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* “Daunnet Films” terhadap minat belajar *editing video*?
2. Adakah pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* “Daunnet Films” terhadap peningkata kemampuan *editing video*?

## 1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut maka tujuan penelitian ini yaitu

1. Untuk mengetahui pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* “Daunnet Films” terhadap minat belajar *editing video*.
2. Untuk mengetahui pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* “Daunnet Films terhadap peningkatan kemampuan *editing video*.

## 1.4. Batasan Masalah

Pembatasan masalah diperlukan untuk membatasi ruang lingkup penelitian dikarenakan adanya keterbatasan waktu, tempat, dan teori. Pada peneltitina ini peneliti hanya fokus untuk mengetahui pengaruh konten tutorial *editing video* di youtube *channel* ”Daunnet Films” terhadap minat belajar edit video dan peningkatan kemampuan edit video pada *subscriber*.

## 1.5. Signifikasni Penelitian

### 1.5.1. Akademis

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembang teori komunikasi khususnya terhadap kajian komunikasi massa serta

diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pengaruh video tutorial di youtube sebagai sarana informasi dan edukasi.

### **1.5.2. Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan serta informasi mengenai video tutorial di youtube sebagai *mass media* terhadap peningkatan kemampuan dalam mengolah dan mengedit video.

### **1.5.3. Sosial**

Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi, bahwa belajar *editing video* itu tidak hanya di bimbel atau di instansi, tetapi bisa memaksimalkan media massa youtube sebagai alternatif belajar *editing video*.

## **1.6. Kerangka Teori**

Menurut West and Turner (2012), dalam penelitian kuantitatif teori menjadi faktor yang sangat penting dalam proses penelitian. Pada penelitian kuantitatif, teori atau paradigma teori digunakan untuk menuntun peneliti menemukan masalah penelitian, menemukan hipotesis, menemukan konsep-konsep, menemukan metodologi serta menemukan alat-alat analisis data. Secara umum, teori adalah sebuah system konsep abstrak yang mengidentifikasikan adanya hubungan diantara konsep-konsep tersebut yang membantu kita memahami sebuah fenomena.

### **1.6.1. Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian diartikan sebagai pola pikir yang menunjukkan hubungan antara variabel yang akan diteliti yang sekaligus mencerminkan jenis dan jumlah rumusan masalah yang perlu dijawab melalui penelitian, teori yang

digunakan untuk merumuskan hipotesis, jenis dan jumlah hipotesis, dan Teknik analisis statistik yang akan digunakan (Sugiyono, 2012:8).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan paradigma positivisme, merupakan dasar konseptual dari metode kuantitatif. Paradigma positivisme merupakan sebuah proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan upaya pengiriman pesan untuk mengubah pengetahuan penerima pesan yang pasif (Ardianto, 2009:41). Paradigma ini memandang proses komunikasi di tentukan oleh pengirim (*source-oriented*). Berhasil atau tidaknya sebuah proses komunikasi bergantung pada upaya yang dilakukan oleh pengirim dalam mengemas pesan, menarik perhatian penerima ataupun mempelajari sifat dan karakteristik penerima untuk menentukan strategi penyampaian pesan.

#### **1.6.2. State Of The Art**

Penelitian-penelitian terdahulu (State Of The Art) sangat penting untuk dipertimbangkan dan dijadikan sebagai bahan acuan penelitian. Penelitian terdahulu tersebut dapat memberikan informasi sejauh mana perkembangan penelitian yang telah dilakukan mengenai topik yang diteliti. Adapun beberapa judul penelitian sebelumnya yang diambil dari berbagai ilmu untuk membuktikan bahwa permasalahan yang diangkat bersifat universal yang dapat diteliti oleh siapa saja yang memberikan perhatian pada topik yang sama.

**Tabel 1. 1**  
**State of The Art**

<b>No.</b>	<b>Nama Peneliti</b>	<b>Judul Penelitian</b>	<b>Metode Penelitian</b>	<b>Hasil Penelitian</b>
1.	Triadi Noviansyah Siregar (2016)	Analisis Efektifitas Video Tutorial Terhadap Peningkatan Kemampuan Teknik Pada Skater Pemula Di Bandar Lampung	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa video tutorial cukup efektif dalam memotivasi skater pemula untuk berlatih tanpa terhalang ruang dan waktu, sehingga mampu membantu meningkatkan kemampuan teknik pada skater pemula. Pada analisis hasil penelitian telah dijelaskan bahwa pada video tutorial memiliki tiga tahapan yaitu, Basic, Intermediate, dan Extreme. Tetapi yang paling sering diakses dan diaplikasikan adalah tahapan basic dan intermediate, jarang yang mengaplikasikan tahap extreme karena tahap tersebut membutuhkan pengawasan dari

				para ahli.
2.	Ariesta Dwi Hartanti (2018)	Pengaruh Video Blog Gitasav Terhadap Minta Siswa Untuk Melanjutkan Studi Ke Jerman	Kuantitatif	Penelitian ini menunjukkan thitung sebesar 8,352 sedangkan t tabel penjabaran tersebut menyatakan bahwa Ho di tolak dan Ha diterima. Artinya terdapat hubungan atau pengaruh terhadap video blog Gita Savitri Devi terhadap minat siswa untuk melanjutkan studi ke jerman dengan nilai korelasi 0,674 yang berarti hubungan antara kedua variable kuat. Dengan nilai koefisien determinasi yang menandakan sebesar 45,4% variable Minat Siswa untuk melanjutkan Studi Ke Jerman adalah kontribusi dari variable Video Blog Gitassav dan 54,6% lainnya dapat dijelaskan oleh sebab-sebab lain.
3.	Hamim Tohari, Mustaji,	Pengaruh Penggunaan	Kuntitatif	Hasil pengolahan data diketahui bahwa motivasi

	Bachtiar S Bachri (2019)	Youtube Terhadap Motivasi Belajar Dan Hasil Belajar Mahasiswa		belajar mahasiswa dalam kategori sangat baik. Hasil uji <i>sign test</i> menunjukkan adanya perbedaan hasil belajar antara kelas kontrol dan kelas eksperimen. Hasil uji Regresi Linier menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan antara motivasi belajar dengan hasil belajar mahasiswa.
--	-----------------------------	--	--	---

Terdapat beberapa perbedaan antara penelitian ini dengan penelitian sebelumnya, yaitu pada variabel penelitian. Penelitian ini menggunakan variabel minat belajar dan peningkatan kemampuan sebagai variabel terikat dan konten tutorial editing sebagai variabel bebas.

### **1.6.3. Teori Penelitian**

#### **1.6.3.1. Teori S-O-R**

Dalam penelitian ini, teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Respon). Pada tahun 1930an, lahir suatu model klasik komunikasi yang banyak mendapat pengaruh teori psikologi, Teori S-O-R ini yang berupa objek metirial dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, prilaku, kognisi, efeksi dan konasi, menurut stimulus respon efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus

terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Prinsip teori ini sebenarnya merupakan prinsip yang sederhana, yaitu respon merupakan reaksi balik dari individu ketika menerima stimuli dari media. Seseorang dapat mengharapkan atau memperkirakan suatu kaitan efek antara pesan-pesan media massa dan reaksi audiens, dapat juga dikatakan efek yang ditimbulkan adalah reaksi unsur-unsur dalam model ini adalah khusus terhadap stimulus respon, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Asumsi dasar dari model ini adalah media masa menimbulkan efek yang terarah segera dan langsung terhadap komunikan. (Morissan.2013, hal 17).

Dalam teori ini terdapat tiga elemen penting, yaitu:

- a. Pesan (Stimuli, S)
- b. Penerima (Prganisme, O)
- c. Efek (Respon, R)

Menurut Prof. Dr. H.M Burhan Bungin, S.Sos. M.Si. (2018:277). Sosiologi Komunikasi, Prinsip stimulus-respons ini merupakan dasar teori dari jarum hipodermik, teori klasik mengenai proses terjadinya efek media massa yang sangat berpengaruh. Teori jarum hipodermik memandang bahwa sebuah pemberitaan media massa diibaratkan sebagai obat yang obat yang disuntikkan ke dalam pembuluh darah audience, yang kemudian audience akan bereaksi seperti yang diharapkan. Dalam masyarakat massa, di mana prinsip stimulus-respons mengasumsikan bahwa pesan informasi dipersiapkan oleh media dan

didistribusikan secara sistematis dan dalam skala yang luas, sehingga secara serempak pesan tersebut dapat diterima oleh sejumlah besar individu, bukan ditujukan pada perorangan, kemudian sejumlah besar individu itu akan merespon pesan informasi itu. Penggunaan teknologi telematika yang semakin luas dimaksudkan untuk reproduksi dan distribusi pesan informasi itu sehingga diharapkan dapat memaksimalkan jumlah penerima dan respons oleh audience, sekaligus meningkatkan respons oleh audience.

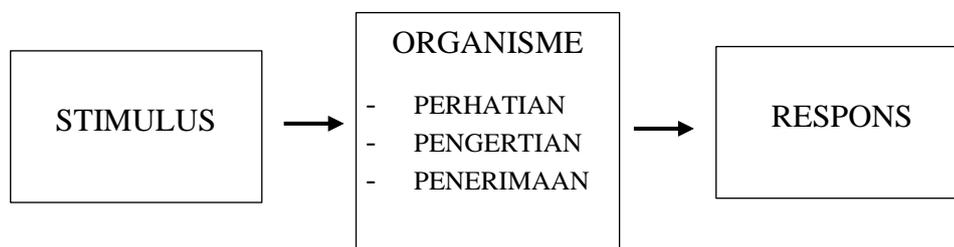
Model ini menggambarkan bahwa media massa mempunyai efek yang sangat kuat dalam masyarakat. Pendapat ini didukung kenyataan bahwa tingkat konsumsi masyarakat atas media massa terutama media sosial youtube cukup tinggi, sehingga apabila setiap hari diterpa oleh informasi yang sama dari media youtube dalam jangka waktu yang lama akan tercipta efek yang diharapkan.

Respons merupakan perilaku yang diamati, secara tidak langsung berasal dari stimuli akan tetapi diperantarai oleh keadaan dalam organisme manusia. Konten tutorial *editing video* pada media youtube di *channel* Daunnet Films (stimulus) yang terdiri atas visual, audio, dan lain-lain dapat memberikan rangsangan pada alat indera untuk menonton. Kemudian konten tutorial *editing video* pada media youtube di *channel* Daunnet Films tersebut dipahami, diterima dan mengaktifkan proses kesadaran bahwa *channel* Daunnet Films menarik minat *subscriber* (organisme) untuk menonton, dan kemudian timbul minat untuk belajar *editing video* (respons).

Oleh karena itu, bahwa dalam keadaan internal organisme pada diri manusia dapat disimpulkan dari pengamatan atas stimuli dan respon tersebut. Dengan kata

lain, organisme merupakan konsep kotak hitam yang hanya dapat diamati melalui stimuli yang menghasilkan respon. Stimuli dapat diartikan sebagai hal yang ditangkap oleh panca indera kita, dapat berupa gelombang suara atau objek sikap lainnya.

Sikap mengandung komponen kognitif, afektif dan konatif (komponen perilaku). Hovland dan kawan-kawan meneliti faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi persuasif. Asumsi dasar yang melandasi studi Hovland adalah anggapan bahwa efek suatu komunikasi tertentu yang berupa perubahan sikap akan tergantung pada sejauh mana komunikasi itu diperhatikan, dipahami, dan diterima. Seperti yang digambarkan pada bagan di bawah ini :



**Gambar 1. 3 Teori S-O-R**

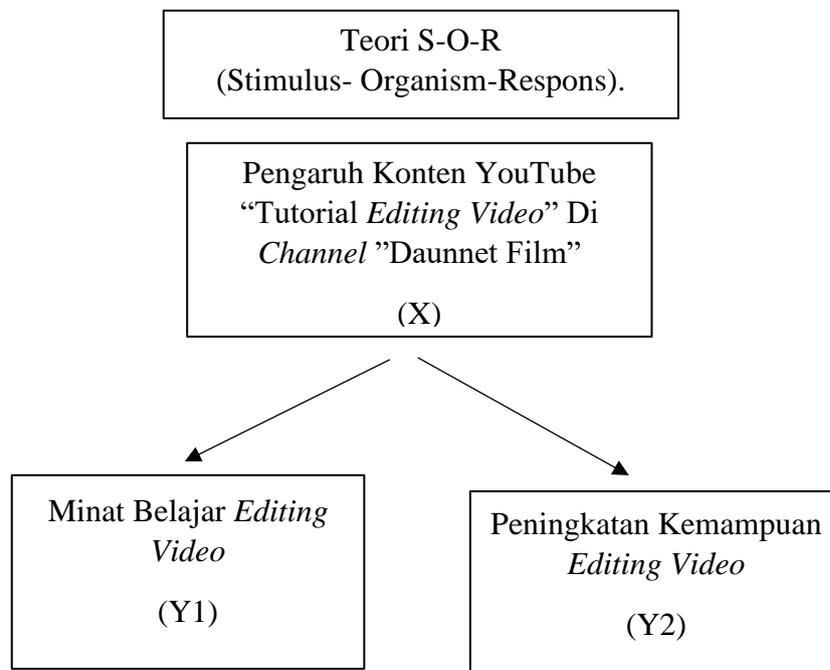
Gambar diatas menunjukkan perubahan sikap bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Seperti yang terlihat pada bagan, terdapat tiga unsur yaitu stimulus (S) merupakan pesan, organisme (O) adalah pihak penerima pesan *receiver*, dan respons (R) adalah akibat atau pengaruh yang terjadi dinyatakan dari perasaan menyukai atau tindakan terhadap pesan setelah melalui proses perhatian, pemahaman dan penerimaan yang dilakukan *receiver*.

Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah :

1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dari konten tutorial *editing video* pada media youtube di *channel* Daunnet Films
2. Organisme yang dimaksud adalah *subscriber channel* youtube Daunnet Films.
3. Respon atau efek yang dimaksud adalah minat belajar *editing video* dan peningkatan kemampuan edit video

Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R) menjelaskan pengaruh yang terjadi pada pihak penerima sebagai akibat dari komunikasi. Besar kecilnya pengaruh serta dalam bentuk apa pengaruh itu terjadi, tergantung pada isi penyajian stimulus. Maka dalam penelitian ini peneliti menerapkan teori diatas dan diaplikasi dalam penelitian ini.

#### 1.6.4. Kerangka Teori



**Gambar 1. 4 Variabel Penelitian**

### 1.6.5. Hipotesis Penelitian

Menurut Sugiyono (2012:85) hipotesis dalam penelitian merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah pada suatu penelitian berupa bentuk pertanyaan yang telah dinyatakan oleh peneliti. Dikatakan sebagai jawaban sementara dikarenakan jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori. Hipotesis dalam penelitian adalah:

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara konten tutorial *editing vidoe* di *channel* Daunnet Films terhadap minat belajar *editing video*.

Ha1 : Terdapat pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* Daunnet Films terhadap minat belajar *editing video*.

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* Daunnet Films terhadap peningkatan kemampuan *editing video*.

Ha2 : Terdapat pengaruh konten tutorial *editing video* di *channel* Daunnet Films terhadap peningkatan kemampuan *editing video*.

### 1.6.6. Definisi Konseptual

Untuk lebih memudahkan dalam pengukuran konsep, maka suatu konsep dijabarkan dalam bentuk definisi operasional. Definisi konseptual adalah penjelasan mengenai arti suatu konsep. Definisi ini menunjukkan bahwa teori merupakan kumpulan construct atau konsep (*concept*), definisi (*definition*), dan proporsi (*proposition*) yang menggambarkan suatu fenomena yang terjadi secara sistematis melalui penentuan hubungan antar variabel.

### **1.6.6.1. Konten Tutorial *Editing Video* dalam YouTube (X)**

Konten tutorial *editing video* adalah sebuah konten yang membahas tentang edukasi atau tips untuk belajar *editing video* di media sosial YouTube. Seorang YouTuber dengan konten tutorial harus mempunyai kredibilitas dengan penyampaian pesan video harus menarik, dapat dimengerti dan diterima oleh penonton. Kredibilitas terdiri atas dua unsur yaitu keahlian dan kepercayaan. Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikasi tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan. Sedangkan kepercayaan sebagai persepsi komunikasi tentang komunikator yang berkaitan dengan wataknya. Apakah komunikator dinilai jujur, tulus, sopan dan etis? Komponen kredibilitas ini terletak pada persepsi komunikasi dan bukan *inheren* pada diri komunikator (Rakhmat,2015:257,258).

### **1.6.6.2. Minat Belajar *Editing Video* (Y1)**

Menurut Crow dan Crow (dalam Djaali,2014:121) mengatakan minat berhubungan dengan gaya gerak yang mendorong seseorang untuk menghadapi atau berurusan dengan orang, benda, kegiatan, pengalaman yang dirangsang oleh kegiatan itu sendiri. Ada tiga faktor yang menjadi timbulnya minat yaitu:

1) Dorongan dari dalam individu

Dorongan ingin tahu atau rasa ingin tahu akan membangkitkan minat untuk membaca, belajar, menuntut ilmu, serta melakukan hal-hal lain.

2) Motif sosial

Motif sosial dapat menjadi faktor yang membangkitkan minat untuk melakukan suatu aktivitas tertentu.

### 3) Faktor emosional

Bahwa minat mempunyai hubungan yang erat dengan emosi. Bila seseorang mendapatkan kesuksesan pada suatu aktivitas akan menimbulkan perasaan senang dan hal tersebut akan memperkuat minat terhadap aktivitas tersebut, sebaliknya bila seseorang mendapatkan kegagalan dalam suatu aktivitas akan menghilangkan minat pada hal tersebut.

(Djaali,2014).

#### **1.6.6.3. Peningkatan Kemampuan *Editing Video* (Y2)**

Peningkatan adalah suatu upaya yang dilakukan oleh pendidik untuk membantu pelajar dalam meningkatkan proses pembelajaran sehingga dapat lebih mudah mempelajarinya. Pembelajaran dikatakan meningkat apabila terdapat perubahan dalam proses pembelajaran. Sedangkan Kemampuan adalah Kemampuan berasal dari kata mampu yang berarti kuasa (bisa, sanggup) melakukan sesuatu, sedangkan kemampuan berarti kesanggupan, kecakapan, kekuatan (Tim Penyusun Kamus Besar Bahasa Indonesia).

Kemampuan (*ability*) berarti kapasitas seorang individu untuk melakukan beragam tugas dalam suatu pekerjaan (Stephen P. Robbins & Timonthy A. Judge, 2013: 57). Dari pengertian-pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa kemampuan adalah kesanggupan atau kecakapan seorang individu dalam menguasai suatu keahlian dan digunakan untuk mengerjakan beragam tugas dalam suatu pekerjaan.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan peningkatan kemampuan adalah perubahan kapasitas yang lebih besar dalam menguasai keahlian dengan kesanggupan dalam mengerjakan suatu pekerjaan.

*Editing video* adalah sebuah proses edit terhadap klip-klip video hasil dari proses *shooting*, dimana pada proses ini seorang editor memilih atau menyunting gambar dalam bentuk video tersebut dengan cara memotong klip-klip video (*cut to cut*) kemudian menggabungkan potongan-potongan video tersebut, menjadi sebuah video yang utuh untuk kemudian menjadi sebuah video yang baik untuk ditonton.

Dalam proses editing itu sendiri seorang editor akan menambahkan berbagai *effect* serta menyisipkan transisi, sehingga video akan terlihat lebih menarik saat ditonton. Oleh sebab itu proses *editing* menjadi salah satu elemen penting didalam sinematografi dan tidak dapat dipisahkan dari dunia *broadcasting*.

Dalam proses editing, tidak cukup hanya menggabungkan gambar begitu saja, tetapi banyak sekali variabel yang harus diketahui dalam proses *editing*, misalnya, seorang editor harus juga bisa memberi sentuhan rasa dalam memandang sebuah angle camera yang baik, sehingga bisa memberi sentuhan editing yang menarik.

Berikut terdapat prinsip dalam *editing video* menurut Wibowo (2015) yaitu:

- 1) *Continuity Editing* – Membangun ilusi alur gerak dan narasi yang berkesinambungan (kontinyu) dan logis,
- 2) *Dynamic Editing* – Membangun suasana tertentu dengan pergantian gambar dengan pola-pola tertentu. Gambar tidak harus berurutan karena penekanannya adalah suasana atau mood penonton. Contoh video clip musik,

- 3) *Paralel/Relational Editing* – Membangun kesan bahwa ada dua atau lebih adegan yang berlangsung secara bersamaan. Atau membangun kesan satu shoot memiliki hubungan logis tertentu dengan shoot lain.

### **1.6.7. Definisi Operasional**

Operasional variabel dari penelitian pengaruh konten YouTube “tutorial *editing video*” di *channel* “daunnet film” terhadap minat belajar edit video dan peningkatan kemampuan edit video terdiri dari tiga variabel yaitu:

#### **1.6.6.1 Variabel X: Konten Tutorial *Editing Video* dalam YouTube**

Pada penelitian ini variabel bebasnya adalah pengaruh konten tutorial *editing video* dalam YouTube dimana dari variabel ini dioperasionalisasi meliputi empat indikator yaitu:

- 1) Kredibilitas seorang YouTuber
- 2) Isi konten menarik
- 3) Isi konten dapat dimengerti
- 4) Isi konten dapat diterima

#### **1.6.6.2 Variabel Y1: Minat Belajar *Editing Video***

Pada penelitian ini terdapat dua variabel terikat salah satunya adalah minat belajar *editing video* dimana dari variabel ini dioperasionalisasi meliputi tiga indikator yaitu:

- 1) Dorongan dari dalam individu yakni perhatian yang lebih besar terhadap *editing video*.
- 2) Motif sosial yakni adanya perasaan senang dan tertarik terhadap *editing video*

- 3) Faktor emosional yakni adanya kemauan dan hasrat untuk belajar *editing video*.

### **1.6.6.3 Variabel Y2: Peningkatan Kemampuan *Editing Video***

Pada penelitian ini variabel terikat kedua adalah peningkatan kemampuan *editing video* dimana dari variabel ini dioperasionalisasi meliputi tiga indikator yaitu:

- 1) Continuity Editing
- 2) Dynamic Editing
- 3) Paralel/Relational Editing

## **1.7. Metode Penelitian**

### **1.7.1. Tipe Penelitian**

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif. Sugiyono (2012:21) mengatakan bahwa penelitian eksplanatif atau kausal dilakukan untuk menemukan penjelasan tentang mengapa suatu kejadian atau gejala terjadi yang membuktikan adanya hubungan dipengaruhi mempengaruhi dan sebab akibat.

### **1.7.2. Jenis dan Sumber Data**

#### **1.7.2.1. Data Primer**

Menurut Sugiyono (2012: 308) Sumber primer adalah data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data yang dihasilkan dari penyebaran kuesioner pada *Subscriber Channel Youtube Daunnet Films..*

### 1.7.2.2. Data Skunder

Menurut Sugiyono (2012: 400) data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sekunder yang didapatkan dari buku, jurnal, skripsi, dan media online.

### 1.7.3. Populasi dan Sample

#### 1.7.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2012:61). Populasi dalam penelitian ini adalah subscriber *channel* YouTube Daunnet Films sebesar 343.000 subscriber.

#### 1.7.3.2. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representative (mewakili) (Sugiyono, 2012 :62).

Sampel dalam penelitian ini adalah 100 *Subscriber channel* Daunnet Films. Karena jumlah populasi diketahui maka jumlah minimal sampel yang dibutuhkan ditentukan menggunakan rumus Slovin, yaitu sebagai berikut :

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

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir.

Ukuran sampel dalam penelitian ini adalah:

$$n = \frac{343.000}{1 + 343.000(0,1)^2}$$

$$n = \frac{343.000}{3431} = 99,97 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

#### **1.7.4. Teknik Sampling**

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan atau tujuan dan nilai guna individu terhadap penelitian atau didasarkan atas ciri-ciri tertentu yang dipandang mempunyai sangkut paut yang erat dengan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Sugiyono, 2012:46). Kriteria dalam penelitian ini adalah subscriber *channel* youtube Daunnet Films.

#### **1.7.5. Skala Pengukuran**

Dalam pengukurannya, variabel ini menggunakan skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengatur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial (Rini, 2017:135). Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dimana responden dalam menentukan jawaban dengan mengikuti pertanyaan pertanyaan yang sebelumnya disusun melalui indikator-indikator yang ditentukan Jawaban setiap indikator instrumen yang menggunakan skala likert mempunyai gradasi dari nilai tertinggi sampai nilai yang terendah. Skala Likert memiliki beberapa keuntungan, yaitu mudah untuk disusun dan responden mudah memahami

bagaimana menggunakan skala tersebut. Dalam skala Likert setiap jawaban diberi bobot tertentu, yaitu:

**Tabel 1. 2**  
**Skala Likert**

Keterangan	Nilai
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Netral (N)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

#### **1.7.6. Teknik Pengolahan Data**

Proses pengumpulan data yang akan dilakukan adalah:

- *Editing*

Yaitu pengecekan atau pengoreksian data yang telah terkumpul, tujuannya untuk menghilangkan kesalahan-kesalahan yang terdapat pada pencatatan dilapangan dan bersifat koreksi.

- *Coding*

Yaitu pemberian nilai berupa angka pada jawaban pertanyaan untuk memperoleh data kuantitatif.

- *Tabulation*

Yaitu pengelompokan data atas jawaban – jawaban dengan teratur dan teliti, kemudian dihitung dan dijumlahkan dan disajikan dalam bentuk table. Berdasarkan table tersebut akan dipakai untuk membuat

data agar didapat hubungan atau pengaruh antara variabel-variabel yang telah ada.

### 1.7.7. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2012:147) yang dimaksud teknik analisis data adalah Kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah mengelompokkan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan data tiap variabel yang diteliti, melakukan perhitungan untuk menjawab rumusan masalah, dan melakukan perhitungan untuk menguji hipotesis yang telah diajukan.

Untuk keperluan analisis data, peneliti menggunakan teknik korelasi, rank Spearman dan analisis regresi linier sederhana yang dibantu oleh *SPSS 25*. Teknik korelasi rank Spearman digunakan untuk menguji hubungan dua variabel yang bersifat simetris, dan sumber data kedua variabel adalah berbeda. Nilai korelasi Spearman berada antara  $-1 \leq r \leq 1$  (Martono,2016:261).

Koefisien korelasi Spearman dirumuskan:

$$\rho = 1 - \frac{6 \sum d^2}{n(n^2 - 1)}$$

Keterangan :

$\rho$  : Nilai korelasi rank spearman

$d^2$  : Selisih setiap pasangan rank

N : jumlah sample

Sedangkan teknis analisis regresi linier sederhana dilakukan untuk menunjukkan besar pengaruh antara variabel bebas (X) dengan variabel terikat (Y).

Analisis regresi dapat digunakan untuk melakukan prediksi seberapa tinggi nilai variabel dependen bila nilai variabel independen diubah-ubah. Berikut rumus regresi linier sederhana:

$$y^2 = a + bX$$

Keterangan:

Y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = harga Y ketika harga X= 0 (harga konstan)

b = angka arah atau koefisien regresi, yang menunjukkan angka peningkatan ataupun penurunan variabel dependen yang didasarkan pada perubahan variabel independen. Bila (+) arah garis naik, dan bila (-) maka arah garis turun.

X = subyek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu

(Sugiyono,2012:261).

### **1.7.8. Uji Validitas**

Validitas merupakan sebuah alat yang digunakan untuk mengukur sah atau tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2012:172). Pengujian validitas dilakukan dengan Teknik korelasi *Pearson / Product Moment* dengan taraf signifikansi 5%. Jadi, suatu kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan suatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut dengan nilai r hitung > rtabel.

### **1.7.9. Uji Reliabilitas**

Reliabilitas adalah suatu angka indeks yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur di dalam mengukur gejala yang sama. Makin kecil kesalahan pengukuran, maka makin reliabel alat pengukur dan sebaliknya. Uji Reliabilitas juga

di kenal sebagai pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya (Azuar 2016:20).

Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah:

1. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar daripada 0,60, maka kuesioner disebut reliabel atau terpercaya.
2. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil daripada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliabel atau tidak terpercaya.