

**PENGARUH KONTEN YOUTUBE B-KENT TERHADAP
SIKAP DAN PERILAKU GAYA BICARA SISWA SMA DI
KOTA SEMARANG**



Penyusun :

Nama : Gilang Ashareza

NIM : 31001600372

**FAKULTAS BAHASA DAN ILMU KOMUNIKASI
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM SULTAN AGUNG SEMARANG**

2021

HALAMAN ORIGINALITAS

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Gilang Ashareza

NIM : 31001600372

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul :

“ PENGARUH KONTEN YOUTUBE B-KENT TERHADAP SIKAP DAN PERILAKU GAYA BICARA SISWA SMA DI KOTA SEMARANG” Adalah benar murni hasil penelitian saya sendiri dan bukan hasil plagiat dari skripsi lainnya atau karya ilmiah orang lain. Segala kutipan karya orang lain telah saya tulis dengan mencantumkan sumbernya. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya siap menerima sanksi akademis yang berlaku. Dalam pernyataan ini saya buat dengan sebenar – benarnya, agar dapat digunakan sebagaimana mestinya.

Semarang, 16 November 2021

Pembuat Pernyataan



Gilang Ashareza

NIM. 31001600363

HALAMAN PENGESAHAN

Judul Skripsi : PENGARUH KONTEN YOUTUBE B-KENT TERHADAP
SIKAP DAN PERILAKU GAYA BICARA SISWA SMA DI KOTA
SEMARANG



Nama Penyusun : Gilang Ashareza

NIM : 31001600372

Fakultas : Bahasa dan Ilmu Komunikasi Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Semarang, 16 November 2021

Yang Tertanda,



Gilang Ashareza

31001600372

Dosen Pembimbing :

1. Trimanah, Sos, M.Si (... ..)

NIK. 21109008

2. Made Dwi Adnjani, M.Si, M.I.Kom (.....)

NIK. 21109006



Dekan

Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd, M.Pd

NIK.210813021



MOTTO DAN PERSEMBAHAN

MOTO

”Kekuatan Paling Besar Di Dunia Adalah Doa”

“Bersabar Belum Tentu Ikhlas, Dan Ikhlas sudah Pasti Bersabar”

“Sesungguhnya jika kamu bersyukur, pasti kami akan menambah (nikmat) kepadamu...” (Q.S Ibrahim(14:7)

“Jika kamu berbuat baik (berarti) kamu berbuat baik untuk dirimu sendiri.
Dan jika kamu berbuat jahat, maka (kerugian kejahatan) itu untuk dirimu sendiri.” (QS. Al- Isra:7)



PERSEMBAHAN

Kupersembahkan Skripsi ini kepada

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillahirabbilalamiin, Karya tulis ini penulis persembahkan kepada kedua orang tua yang tak pernah Lelah mendoakan dan memberi dukungan kepada penulis.

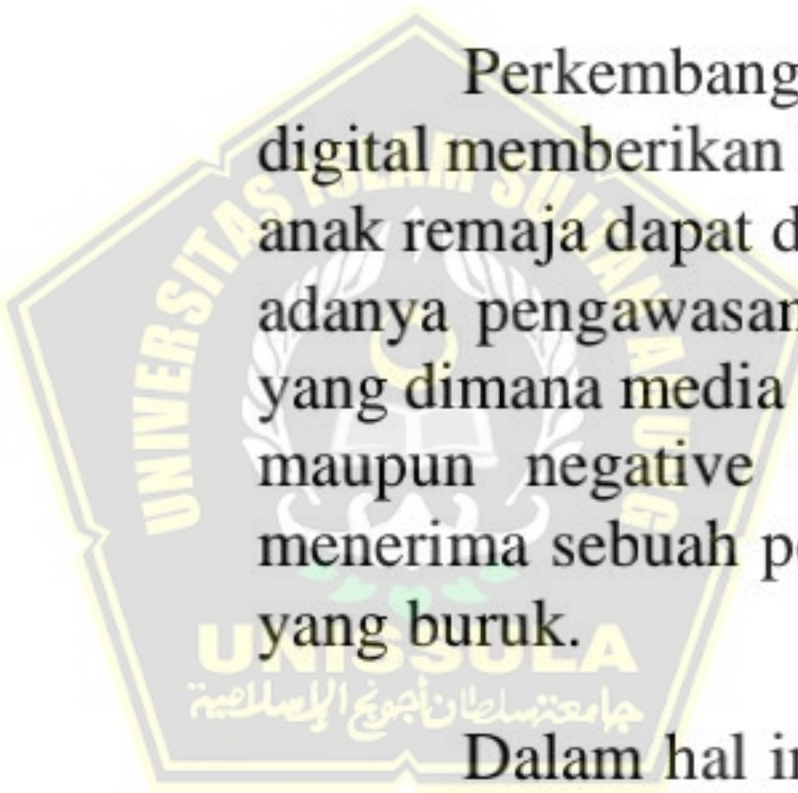
Dosen Pembimbing Skripsiku

Terima kasih juga untuk dosen pembimbing ku ibu Trimanah dan ibu Made atas segala bantuan dan kesabaran dalam membimbing penulis untuk menyelesaikan skripsi ini.

Teman-Temanku angkatan 2016

Dan terima kasih ku ucapkan kepada teman-teman angkatan 2016 terima kasih sudah berbagi tawa canda selama bersama-sama menuntut ilmu

ABSTRAK



Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi dari konvensional ke digital memberikan kemudahan dalam berbagai aspek, yang dimana kalangan anak-anak remaja dapat dengan mudah memperoleh informasi dari berbagai sumber tanpa adanya pengawasan dari orang tua. Salah satunya melalui media sosial Youtube yang dimana media sosial youtube sendiri dapat memberikan hal-hal baik itu positif maupun negatif tergantung dari bagaimana penikmat youtube itu sendiri menerima sebuah pesan dan inilah mana yang baik untuk dirinya dan mana yang buruk.

Dalam hal ini permasalahan yang terjadi di lapangan membuktikan adanya pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara pada penonton terutama anak-anak yang masih berusia remaja. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang. tipe penelitian ini adalah kuantitatif dengan paradigma positivisme. Teori Uses And Gratification digunakan untuk menganalisis, dengan teknik pengambilan sampel secara purposive random sampling pada 100 responden yang mengikuti channel youtube B-kent, dan pengolahan data ini menggunakan SPSS 22.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis yang menyatakan terdapat pengaruh dari konten youtube B-kent terhadap sikap dan pengaruh konten youtube B-kent terhadap perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang terbukti. Hal ini didukung dengan besarnya nilai korelasi dari perhitungan regresi linear sederhana yang menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap 0,758. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,574. Sedangkan perhitungan regresi linear sederhana pada variabel pengaruh konten youtube B-kent terhadap perilaku gaya bicara menunjukkan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel pemasaran interaktif sebesar 0,681. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,463. Hasil pengujian validitas pada semua item pertanyaan dinyatakan valid, sedangkan pada uji reliabilitas diperoleh hasil untuk variabel konten youtube sebesar 0,905, variabel sikap 0,805, variabel perilaku gaya bicara sebesar 0,932 dan hasil uji t terhadap sikap sebesar 11.497 dan hasil uji t terhadap perilaku gaya bicara sebesar 9.197.

Dari hasil di atas dapat ditarik kesimpulan yang dimana bahwa terdapat pengaruh di dalam konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara yang sangat signifikan terutama kepada anak-anak remaja yang masih labil dalam mengontrol emosinya. Untuk B-kent sendiri disarankan dapat memberikan hal-hal positif bagi para penontonnya dan memberikan edukasi yang baik di dalam konten youtubenya.

Abstract

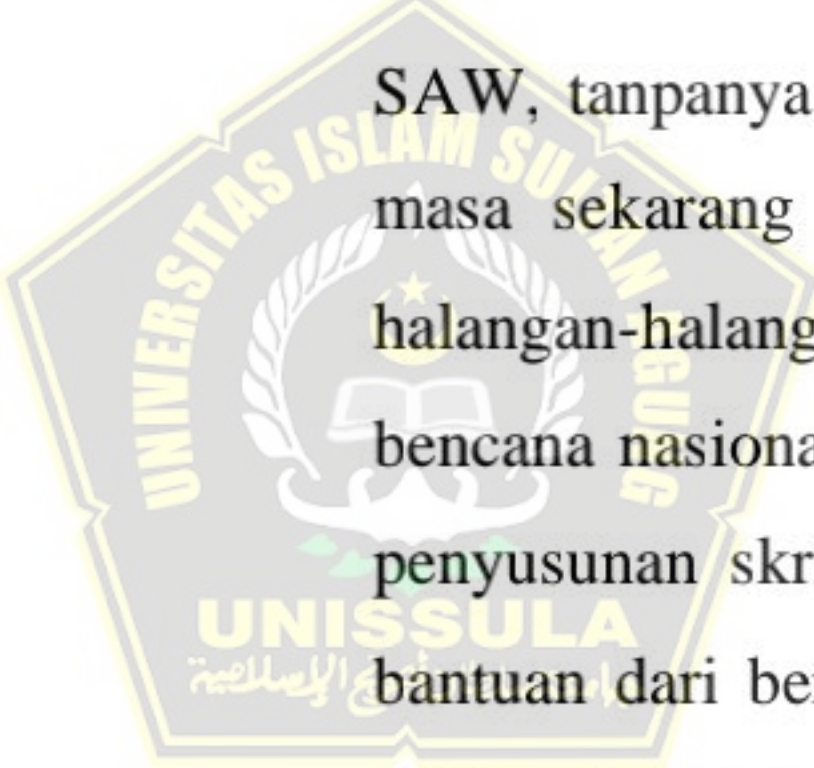
The development of communication and information technology from conventional to digital provides convenience in various aspects, where teenagers can easily obtain information from various sources without any supervision from their parents. One of them is through Youtube, social media which YouTube's own social media can give things, both positive and negative. Depending on how the YouTube audience receives a message and sorts out which ones are good for themselves and which ones are bad.

In this case, the problems that occur in the field prove the influence of B-kent's youtube content on the attitudes and behavior of speech styles in the audience, especially children who are still teenagers. The purpose of this study was to determine the effect of B-kent's youtube content on the attitudes and behavior of high school students' speech styles in Semarang. This type of research is quantitative with a positivism paradigm. Uses and Gratification theory is used to analyze, with a purposive random sampling technique sampling on 100 respondents who follow the B-kent youtube channel, and processing this data using SPSS 22.

The results of this study indicate that the hypothesis which states that there is an influence of B-kent youtube content on attitudes and the influence of B-kent youtube content on the speech style behavior of high school students in Semarang is proven. This is supported by the magnitude of the correlation value from a simple linear regression calculation which shows the magnitude of the correlation value or relationship (R) on the variable influence of B-kent's youtube content on attitudes of 0.758. From the output, the coefficient of determination (R Square) is 0.574. While the simple linear regression calculation on the variable influence of B-Kent YouTube content on speech style behavior shows the magnitude of the correlation or relationship (R) value on the interactive marketing variable of 0.681. From the output, the coefficient of determination (R Square) is 0.463. The results of the validity test on all question items were declared valid, while in the reliability test the results for the youtube content variable were 0.905, the attitude variable was 0.805, the speech style behavior variable was 0.932, the results of the t-test on attitudes were 11,497 and the results of the t-test on speech-style behavior of 9,197.

From the results above, it can be concluded that there is a very significant influence in B-kent's youtube content on attitudes and speech-style behavior, especially for teenagers who are still unstable in controlling their emotions. For B-kent itself, it is recommended to provide positive things for the audience and provide good education in the youtube content.

KATA PENGANTAR



Alhamdulillah, segala puji syukur dipanjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah mengizinkan penulis untuk menyelesaikan skripsi ini. Selanjutnya, Shalawat serta salam tak luput penulis haturkan kepada Nabi Muhammad SAW, tanpanya kita tidak akan bisa mendapatkan kenikmatan islam hingga masa sekarang ini. Dalam penulisan skripsi ini, tentunya banyak sekali halangan-halangan yang penulis temukan apalagi ditengah pandemic atau bencana nasional ini tentunya membawa cerita tersendiri bagi penulis dalam penyusunan skripsi. Penulisan skripsi ini tidak dapat berjalan lancar tanpa bantuan dari berbagai pihak yang terlibat langsung maupun tidak langsung. Maka, dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Allah S.W.T, atas kemudahan dan kelancaran yang telah diberikan dari awal hingga akhir penulis mengerjakan skripsi, atas semua yang diberikan, Alhamdulillah Rabbil ‘Alamin.
2. Kedua orang tua yang tanpa henti selalu mendoakan, tanpa menunjukan rasa lelah memberi dukungan dan semangat yang tanpa lelah
3. kakak ku dan adiku yang telah mensupport penuh penulis dan Menyusun skripsi
- 4 Ibu Trimamah S.Sos M.Si, selaku dosen pembimbing 1 dan Ibu Made Dwi Adnjani, M.Si. M.I.Kom selaku dosen pembimbing 2 yang telah rela meluangkan waktunya untuk membimbing penulis di tengah keadaan pandemic seperti ini, terima kasih yang sebesar-besarnya saya haturkan.
5. Kurniawan Yudhi Nugroho, S.Pd, M.Pd selaku Dekan Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi.
6. Bapak Mubarak, S.Sos., M.Si. selaku Kepala Prodi Ilmu Komunikasi.
7. Ibu Dian Marhaeni, K.Sos, M.Si selaku dosen wali saya.
8. Ibu Endang Winarsih, Ibu Ninok, Ibu Genta Maghvira M.I.Kom, Bapak Urip Mulyadi, M.I.Kom. dan seluruh civitas dosen-dosen Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang atas ilmuilmu yang diberikan.
9. Terima kasih juga saya ucapkan untuk teman teman yang sudah bersedia membantu penulis untuk menyelesaikan tugas ini khususnya Ade septian, Gus maulana saichu, handy Sebastian

10. Teman-teman seperjuangan angkatan 2016 yang selalu menjadi teman sekaligus support system, kalian luar biasa. Semoga kalian selalu sehat dan sukses. Tetap semangat.

Diharapkan skripsi ini dapat bermanfaat serta memberikan kontribusi yang positif terhadap perkembangan dan peningkatan kualitas ilmu pengetahuan dibidang komunikasi.



Semarang, 16 November 2021



A handwritten signature in black ink, which appears to read "Gilang Ashareza". The signature is fluid and stylized, with a long horizontal line extending from the end.

Gilang Ashareza

31001600372

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN ORIGINALITAS	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iv
ABSTRAK.....	vi
KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 LATAR BELAKANG.....	1
1.2 Rumusan Masalah	13
1.3 Tujuan.....	14
1.4 Signifikansi.....	14
1.5 Kerangka Teori.....	15
1.5.1 Paradigma Penelitian	15
1.5.2 S.O.T.A (State Of The Art)	16
1.5.3. Teori Penelitian.....	20
1.5.4 Kerangka Penelitian.....	24
1.5.5. Hipotesis	25
1.5.6. Definisi Konseptual	25
1.5.7. Definisi Oprasional.....	27
1.6. Metode Penelitian	28
1.6.2. Jenis dan Sumber Data.....	29
1.6.3. Populasi Dan Sampel	30
1.6.4. Teknik Pengambilan Sampel	31
1.6.5. Skala Pengukuran	32
1.6.6. Teknik Pengolahan Data.....	33
1.6.7. Teknik Analisis Data	34
1.6.8. Uji Validitas dan Reliabilitas	36
BAB II OBJEK PENELITIAN	37

2.1	Profil Youtube	37
2.2	Konten Youtube	39
2.3	Profil B-kent	43
BAB III TEMUAN PENELITIAN		47
3.1	Karakteristik Responden	47
3.2	Konten Youtube B-kent.....	49
3.2.1.	Game yang dimainkan B-kent	49
3.2.2	Gaya Bicara B-kent di kontennya.....	52
3.3	Sikap.....	54
3.3.1	Kognitif.....	54
3.3.2.	Motif Sosial	55
3.3.3.	Afektif.....	56
3.4	Konatif.....	57
3.4.1.	Tingkat Emosional.....	58
3.4.2.	Gaya Bicara	61
3.4.3.	Rasa Hormat	63
3.5	Interval kelas	63
3.5.1.	Interval Kelas Variabel Konten Youtube B-kent (X)	64
3.5.2.	Interval Kelas Variabel Sikap (Y1)	65
3.5.3.	Interval Kelas Variabel Perilaku Gaya Bicara (Y2)	66
3.6	Tabulasi Silang	67
3.6.1.	Tabulasi Silang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap	67
3.6.2.	Tabulasi Silang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku Gaya Bicara	68
BAB IV PEMBAHASAN.....		69
4.1	Uji Validitas	69
4.2	Uji Reliabilitas.....	71
4.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	72
4.3.1.	Regresi Sederhana Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap	73

4.3.2. Regresi Sederhana Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku Gaya Bicara	74
4.4 Pembahasan	76
BAB V PENUTUP.....	79
5.1 Kesimpulan.....	79
5.2 Saran	80
DAFTAR PUSTAKA	81

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1. Skala likert	32
Tabel 1.1. daftar konten youtube B-kent.....	46
Tabel 3.1.Persentase responden berdasarkan jenis kelamin.....	47
tabel 3.2Persentase Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 3.3.Persentase responden yang menyatakan bahwa game yang dimainkan B-kent menarik dan membuat kagum dalam kemampuan bermainnya.....	49
Tabel 3.4.Persentase responden yang menyatakan bahwa menonton semua konten B-kent di youtubanya dengan sungguh-sungguh dan fokus	50
Tabel 3.5.Persentase responden yang menyatakan bahwa di dalam konten B-kent memainkan permainan yang sedang di gandrungi oleh para anak remaja.....	50
Tabel 3.6Persentase responden yang menyatakan bahwa dengan menonton konten B-kent menjadi paham tentang strategi permainan game.....	51
Tabel 3.7.Persentase responden yang menyatakan bahwa gaya bicara B-kent cenderung negatif bisa diterima sebagai hal yang wajar	52
Tabel 3.8.Persentase responden yang menyatakan bahwa pembawaan di dalam konten B-kent cenderung berkata toxic (kasar)	53
Tabel 3.9.Persentase responden yang menyatakan bahwa mengetahui konten B-kent kurang layak di lihat tetapi tetap menontonnya.....	54
Tabel 3.10.Persentase responden yang menyatakan bahwa terpengaruh menonton konten B-kent dari lingkungan sekitar.	55
Tabel 3.11.Persentase responden yang menyatakan bahwa konten youtube B-kent mempengaruhi perasaan menjadi lebih agresif	56
Tabel 3.12.Persentase responden yang menyatakan bahwa setelah sering menonton konten B-kent terjadi perubahan pada sikap menjadi lebih baik	57
Tabel 3.13.Persentase responden yang menyatakan bahwa menonton konten B-kent membuat sikap semakin buruk	58

Tabel 3.14. Persentase responden yang menyatakan bahwa setelah menonton konten B-kent cenderung mudah marah saat bermain game yang sama	58
Tabel 3.15. Persentase responden yang menyatakan bahwa sering menonton konten B-kent membuat lebih sabar dalam bermain game dan di dunia nyata.....	59
Tabel 3.16. Persentase responden yang menyatakan bahwa adanya keinginan untuk mencari tahu kata-kata baru yang di dengar setelah menonton konten B-kent	60
Tabel 3.17. Persentase responden yang menyatakan bahwa sering mengikuti gaya bicara B-kent untuk di gunakan sehari-hari	61
Tabel 3.18. Persentase responden yang menyatakan bahwa berteriak atau berbicara dengan kencang saat mengobrol dengan orang lain	61
Tabel 3.19. Persentase responden yang menyatakan bahwa berbicara dengan sesama teman menggunakan bahasa yang toxic yang di dapat dari konten B-kent	62
Tabel 3.20. Persentase responden yang menyatakan bahwa hilangnya rasa hormat dalam perilaku pada orang tua atau teman sebaya	63
Tabel 3.21. Skala Interval variabel konten youtube.....	64
Tabel 3.22. Skala Interval variabel sikap	65
Tabel 3.23. Skala Interval variabel perilaku gaya bicara	66
Tabel 3.24. Tabulasi silang X terhadap Y1	67
Tabel 3.25. Tabulasi silang X terhadap Y2.....	68
Tabel 4.1. Uji validitas pengaruh konten youtube B-kent	69
Tabel 4.2. Uji validitas sikap siswa SMA di Semarang.....	70
Tabel 4.3. Uji validitas perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang	70
Tabel 4.4. Uji Reliabilitas	72
Tabel 4.5. Hasil Uji Regresi pada Pengaruh Konten Youtube B-kent.....	73
Tabel 4.6. Hasil Uji Regresi pada Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku Gaya Bicara	74
Tabel 4.7. Uji Digital Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap Siswa SMA Di Semarang	75

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.2. Kerangka Penelitian	24
Gambar 2.1. logo Youtube dari awal berdiri hingga sekarang.	38
Gambar 2.2. Tampilan Youtube melalui website (Diakses pada tanggal 28/6/21).....	38
Gambar 2.3. Tampilan fitur Beranda di akses pada tanggal 1 Juli 2021	39
Gambar 2.4. Tampilan fitur Eksplorasi di akses pada tanggal 1 Juli 2021	39
Gambar 2.5. Tampilan fitur Subscriber di akses pada tanggal 1 Juli 2021	40
Gambar 2.6. Tampilan fitur Koleksi di akses pada tanggal 1 Juli 2021	40
Gambar 2.7. Tampilan fitur Yang Di Sukai di akses pada tanggal 1 Juli 2021	41
Gambar 2.3 jumlah penonton B-kent (sumber: Youtube.com).....	43
Gambar 2.4 perkiraan penghasilan B-kent. (sumber: id.noxinfluencer.com)	46

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

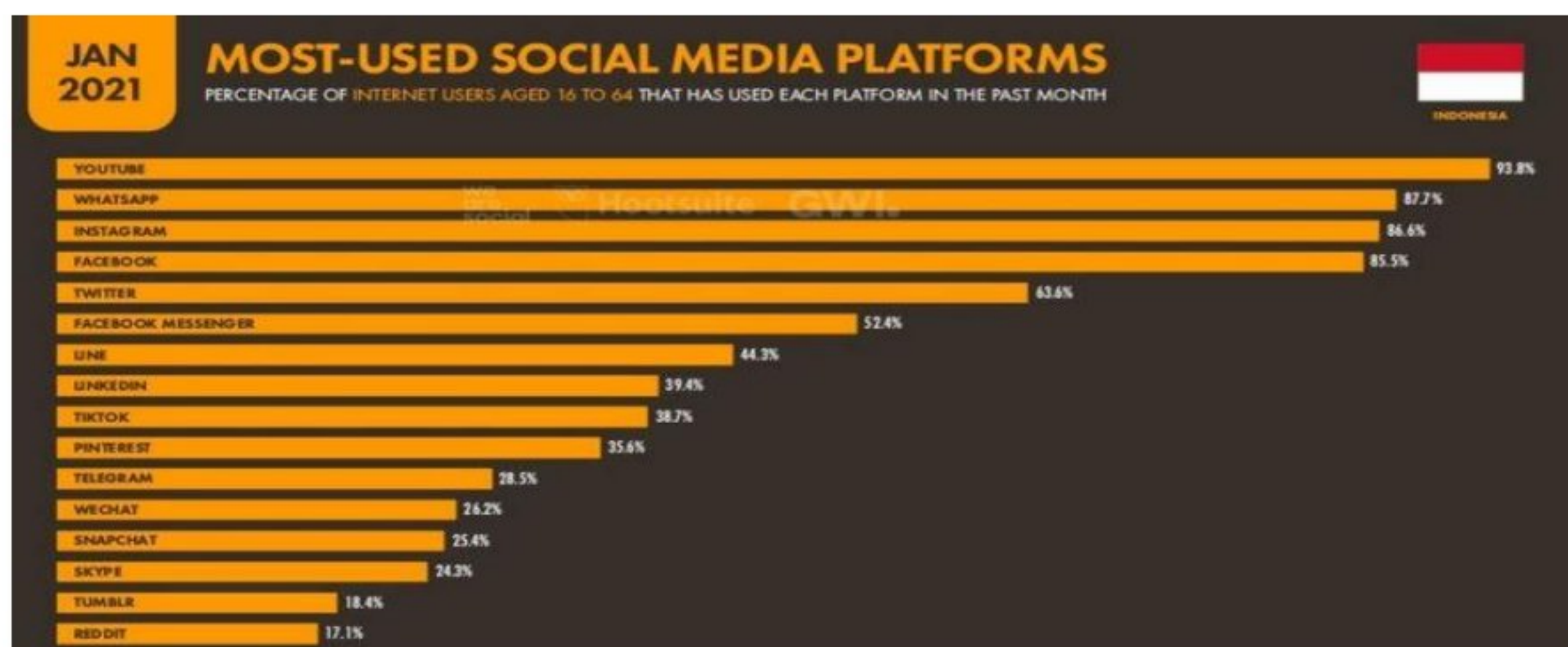
Seiring berkembangnya zaman banyak orang yang membuat platform atau situs yang dapat di akses oleh banyak orang, dan dapat menjangkau luas hingga ke seluruh dunia secara praktis dan cepat tanpa memerlukan waktu yang lama salah satunya situs web YouTube yang di buat agar semua orang dapat memberikan informasi berupa vidio yang mereka upload di situs web tersebut. Sosial media YouTube adalah salah satu platform tempat dimana anak-anak zaman sekarang meluapkan eksprsinya, dengan dikemas menjadi sebuah konten vidio atau foto yang dapat dilihat oleh seluruh dunia. Didalam sebuah konten YouTube sendiri dapat banyak berupa ide, ekspresi, kreativitas, blog pribadi dll, yang dituangkan oleh si pembuat vidio atau bisa di sebut para konten creator.

YouTube sendiri dapat diartikan sebagai sebuah situs web vidio sharing (berbagi vidio) apa saja yang ingin ditampilkan dan dimana para pengguna YouTube dapat memuat, menonton, dan berbagai klip vidio secara gratis. YouTube di dirikan pada bulan februari 2005 oleh orang mantan karyawan paypal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Pada umunya disebuah situs YouTube sendiri vidio yang diunggah oleh creator adalah sebuah vidio klip film, TV, serta vidio buatan para creator itu sendiri. YouTube sendiri merupakan fasilitas dari google untuk para penggunanya supaya dapat mengunggah vidio yang mereka ingin tunjukan ke seluruh dunia secara gratis. Semakin berkembangnya zaman YouTube sendiri adalah salah satu situs web yang paling populer di dunia hingga saat ini, karna didalam situs web ini YouTube memberikan fasilitas dan kemudahan yang sangat terjangkau bagi penggunanya untuk mengunggah vidio maupun menonton dan melihat vidio-vidio secara gratis. Saat ini YouTube menjadi situs Vidio provider paling dominan di Amerika Serikat, bahkan dunia, dengan menguasai 43%

pasar. Di perkirakan 20 jam durasi vidio di upload ke YouTube setiap menitnya dengan 6 miliar views per hari. (F. Faiqah: 2016).

Memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir dari sepertiga dari semua pengguna internet dan setiap hari orang di dunia menonton ratusan juta jam vidio di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan. YouTube secara keseluruhan telah menjangkau lebih banyak penonton yang berusia 18-34 dan 18-49 tahun daripada jaringan kabel didunia manapun. (F. Faiqah: 2016)

Di Indonesia sendiri Youtube merupakan salah satu media sosial paling digemari di bandingkan oleh sosial media lainnya. Menurut hasil riset agensi marketing we are Social dan perusahaan aplikasi manajemen medsos Hootsuite youtube menjadi medsos yang paling banyak digunakan dalam sebulan dengan total 93,8% dari total keseluruhan pengguna internet Indonesia yang berumur 16 hingga 24tahun menghabiskan waktunya menonton vidio online di prangkat mereka.



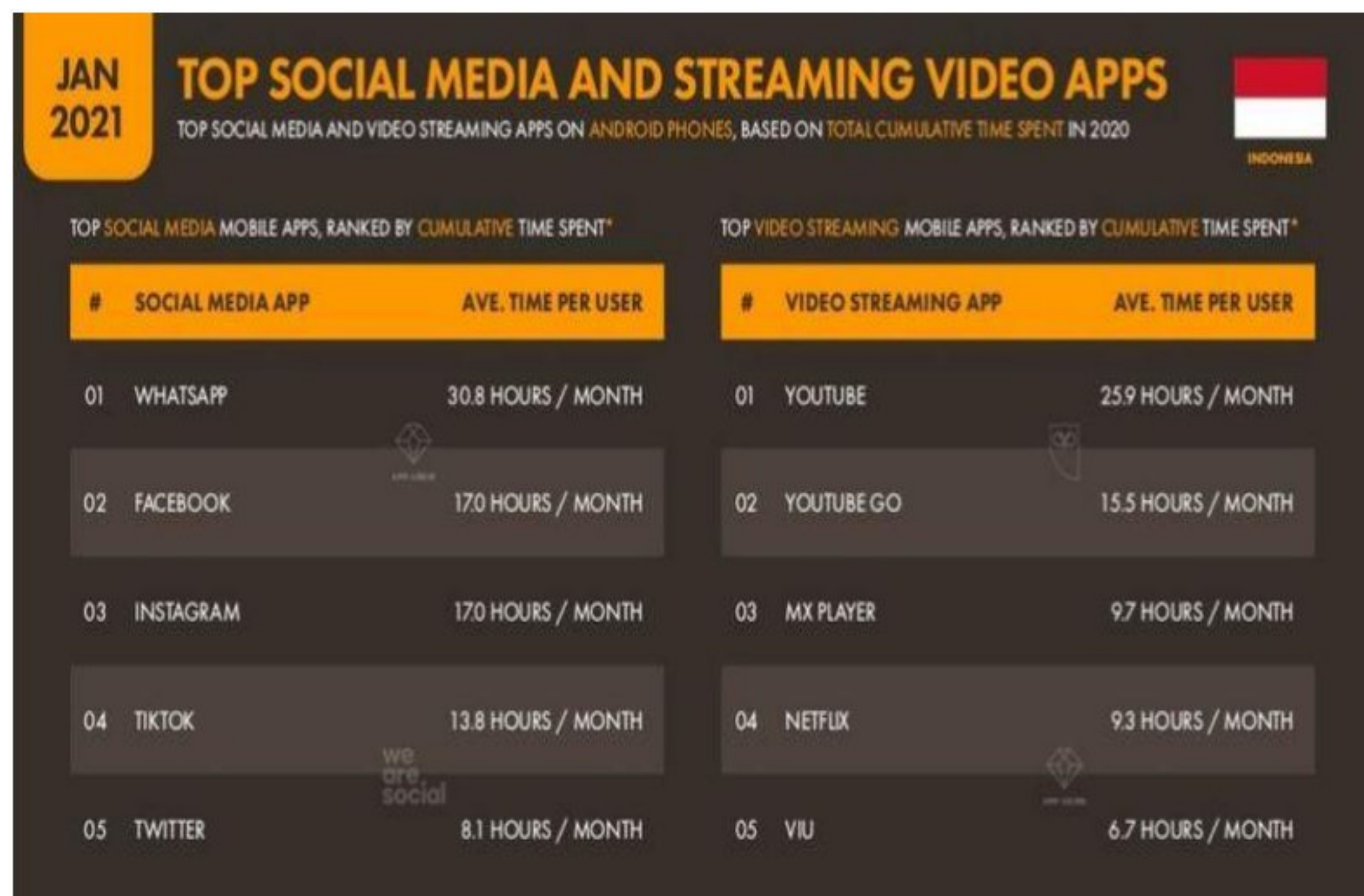
Gambar 1.1. Medsos terlaris di Indonesia 2021.

Sumber : Kompas.com

Dalam hal ini sosial media sangat berperan penting dalam perkembangan sikap remaja yang dimana era sekarang dapat dengan mudah mengakses

informasi apapun dan mendapatkan informasi dari berbagai sumber salah satunya sosial media. Sosial media sendiri dapat sangat mudah di akses oleh siapapun dan dimanapun kita berada. Dengan jangkauan yang cukup luas dan menjadikannya sebagai sarana pendukung untuk berbagai kegiatan yang kita lakukan, dan bisa juga sebagai wadah kita untuk menuangkan ke kreativitasan kita namun juga bisa menjadikan boomerang bagi kita jika menggunakannya tidak dengan bijak.

Dilansir dari kominfo.co.id Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI) mencatat selama 4 tahun terakhir jumlah kekerasan kepada anak terus meningkat. Rata-rata kenaikan kasus dimulai pada tahun 2011 sebanyak 1000 kasus kekerasan. Khusus kekerasan pada anak yang di picu dari sosial media dan internet sebanyak 332 kasus di tahun 2014 dan kasus tersebut terus meningkat seiring berjalanya waktu. Individu yang mudah terpancing emosinya untuk melakukan tindakan agresif adalah remaja, karena remaja masih labil dan belum memiliki konsep diri yang kuat. (Slater.M.D dalam Istiqomah, 2017:97) dalam jurnal (Michel Aryatama,Tandiyo Pradekso: 2018). Adapun juga dalam penikmat media sosial youtube tersebut dengan waktu rata-rata 25,9 jam/ bulanya riset terbaru dari *We Are Social* dan *Hootsuite* telah mencatat bahwa ada sekitar 170 juta pengguna aktif menggunakan medsos di Indonesia, dimana 168,5 juta pengguna mengakses berbagai platform tersebut dari *smartphone*.



Gambar 1.2. media sosial terpopuler di Indonesia

Sumber : Kompas.com

Berdasarkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara jasa Internet Indonesia (APJII) mencatat umlah pengguna internet di Indonesia mencapai 196,7 juta jiwa. Jumlah ini meningkat 23,5 juta atau 8,9% di bandingkan pada tahun 2018 lalu. Jumlah pengguna internet paling banyak berasal dari provinsi Jawa Barat, yakni 35,1 juta orang. Lalu posisi kedua di tempati oleh Provinsi Jawa Tengah dengan 26,5 juta orang. Dan yang ketiga Jawa Timur dengan Jumlah 23,4 juta orang.

(sumber: <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/11/11/jumlah-pengguna-internet-di-indonesia>)

Selain untuk mengunggah video situs web Youtube dapat juga digunakan sebagai alat atau tempat para konten creator melakukan siaran langsung atau biasa disebut livestream. Biasanya, yang memanfaatkan fasilitas livestream ini para konten creator yang memiliki konsep sebuah video game. Mereka para konten creator biasanya melakukan livestreaming menggunakan web tersebut dan juga

konten creator dapat berintraksi langsung dengan para pengikut mereka melalui live chat.

Dalam youtube sendiri kita dapat menonton vidio orang-orang yang telah mereka unggah ke dalam situs tersebut dengan hanya mengetik tema yang ingin kita tonton. Dalam situs web YouTube tersebut memiliki sebuah filtrasi atau pembagian vidio-vidio tersebut, biasanya hal ini disebut dengan “konten” yang dimana konten ini dibuat oleh para creator.

Konten sendiri merupakan hasil kreativitas yang dilakukan oleh para creator yang bertujuan untuk menghibur para penikmatnya, dan juga bisa di bilang konten merupakan hasil karya dari si creator tersebut berupa sebuah vidio yang lalu di unggah ke media sosial, salah satunya Youtube. Secara bahasa konten artinya isi, kandungan, atau muatan. Dalam konteks komunikasi dan media konten sendiri artinya pesan atau informasi yang dibuat oleh creator yang disajikan melalui sosial media utamanya online. Menurut KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) konten artinya informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten sendiri memiliki beberapa jenis yaitu:

1. Teks

Konten yang berupa tulisan, ulasan, kajian, analisis, deskripsi, definisi, pengertian.

2. Gambar

Ada ungkapan satu gambar bernilai 1000 kata. Sosial media Instagram populer karna mewajibkan status update berupa foto atau vidio.

3. Infografis

Infografis adalah representasi visual informasi, data atau ilmu pengetahuan secara grafis. Grafik ini memperlihatkan informasi secara rumit dengan singkat dan jelas, seperti pada papan, peta, jurnalisme, penulisan teknis, dan pendidikan.

4. Meme

Adalah gambar lucu berisi sindirian atau kritik, meme sangat populer dikalangan pengguna internet yang lebih muda.

5. Vidio

Cendrung berdurasi beberapa menit. Memungkinkan penjelasan singkat tentang apapun yang ingin dijelaskan oleh vidiografer. Ini bisa berdasarkan humor atau pembelajaran, dan sangat bagus untuk dinikmati semua orang.

6. Podcast

Biasanya tersedia dalam seri tempat anda dapat berlangganan, ini adalah file audio yang dapat didengarkan.

7. Tautan

Link. Cara yang dapat diakses bagi pembaca untuk menjangkau situs/ blog lain yang anda sukai atau rekomendasikan.

8. Game

Setiap orang memiliki kesempatan untuk mengalami ini. Game online tersedia di pencarian google sederhana dan bahkan di Facebook.

9. QR code

Quick Response Code adalah barcode dua dimensi yang dapat menyimpan data. Kode QR dapat di pindai pada ponsel anda untuk memunculkan penwaran atau tautan ke produk/ situs web. (KomunikasiPraktis.com)

Di Indonesia sendiri memiliki banyak para konten creator mulai dari konten creator hiburan, game, vlog, dll. Semakin berkembangnya zaman dan teknologi semakin canggih, YouTube sendiri perlahan mulai berahli fungsi. Yang dimana pada awal berdirinya situs YouTube tersebut di gunakan sebagai media online untuk hiburan atau memberikan informasi dengan mudah. Seiring berjalanya waktu YouTube bukan lagi hanya untuk memberikan hiburan semata melainkan banyak yang sudah menjadikan YouTube sebagai profesi mereka, karna media online tersebut semakin banyak peminat dan para konten creator juga dapat menghasilkan uang dari vidio yang mereka unggah ke situs YouTube tersebut. Seperti contohnya YouTuber B_kent atau biasa disebut Brandent Kent adalah konten creator yang

pada awal memulai vidionya dia membuat vidio berkonsep Prank. Priayang bernama asli Brandon kentjana kelahiran tahun 1993 kota Palembang mengenal YouTube sejak tahun 2015. (idntimes.com)



Gambar 1.3.isi konten dalam chanel B-Kent

sumber : Youtube.com

Prank sendiri adalah salah satu konsep vidio yang banyak berintraksi pada orang-orang sekitar dengan tujuan menjaili atau hanya sekedar bersosial eksperimen yang dimana tujuan kosep vidio tersebut melihat reaksi orang-orang di sekitar dengan adanya kejadian tersebut.

Tetapi semakin berjalanya waktu B-kent sendiri melakukan perubahan total pada konsep vidio yang dibuat. Melambungnya nama B-kent dimulai dengan konsep vidio yang bertemakan game, B-kent mulai di kenal banyak orang berkat vidio-vidio game tersebut. Hingga saat ini B-kent telah memiliki Subscribers pengikut sebanyak 5,7 juta subscribers.

YouTubers yang bernama asli Brandon kent tersebut bisa di bilang sukses dalam mencuri hati netizen dengan sikapnya dan gaya berbicaranya saat bermain games tersebut. Tetapi tidak sedikit pula yang mengkritik tingkah laku Bkent

tersebut, pasalnya sikap dan kata-kata yang terlontarkan dari mulut YouTubers tersebut sangat tidak pantas di dengarkan oleh anak-anak di bawah umur.

Sikap sendiri merupakan sifat alamiyah yang di dapat semua orang sejak dia lahir dan terbentuknya sikap terjadi seiring dengan berjalanya waktu. Sikap juga dapat dirubah ataupun juga merubah pandangan orang lain terhadap kita. Hal ini terjadi karna berbagai hal fator yang ada di lingkungan. Jika kita berada di lingkungan yang positif dengan kemungkinan sikap kita juga akan menjadi baik begitupun sebaliknya jika kita berada di lingkungan negative dapat juga sikap kita berubah menjadi kearah yang negative.

Bukan hanya saja faktor lingkungan masih banyak lagi faktor yang dapat mempengaruhi sikap kita seperti media sosial apa yang kita lihat juga dapat mempengaruhi sikap kita dan dapat merubah sikap kita terhadap lingkungan sekitar.

Adapun faktor yang mempengaruhi sikap menurut Azwar S (2011: 30) tersebut antara lain:

1. Pengalaman Pribadi dapat menjadi dasar pembentukan sikap apabila pengalaman tersebut meninggalkan kesan kuat
2. pengaruh orang lain yang di anggap penting individu pada umumnya cenderung untuk memiliki sikap yang konformis atau searah dengan sikap seseorang yang dianggap penting.
3. Pengaruh kebudayaan dapat memberikan corak pengalaman individu-individu masyarakat asuhanya. Sebagai akibatnya tanpa disadari kebudayaan telah menanamkan garis pengaruh sikap kita terhadap berbagai masalah
4. Media masa dalam pemberitaan surat kabar maupun radio atau media masa lainnya, berita yang seharusnya factual disampaikan secara obyektif berpengaruh terhadap sikap konsumennya.

Dengan sikap yang kita miliki seseorang juga dapat melihat bagaimana perilaku seseorang tersebut terhadap lawan bicarannya. Sikap sendiri dapat

mempengaruhi perilaku gaya bicara remaja terhadap orang lain, gaya berbicara merupakan salah satu indikator remaja dalam pembentukan sikapnya.

Gaya berbicara sendiri merupakan salah satu keterampilan berbahasa dalam kehidupan sehari-hari. Seseorang lebih sering memilih berbicara untuk berkomunikasi, karna komunikasi lebih efektif jika dilakukan dengan berbicara. Jurnal (Eprints.uny.ac.id) Dapat dikatakan bahwa berbicara merupakan suatu sistem tanda-tanda yang dapat didengar (audible) dan yang kelihatan (visible) yang memanfaatkan sejumlah otot tubuh manusia demi maksud dan tujuan gagasan atau ide-ide yang dikombinasikan. Berbicara merupakan suatu bentuk perilaku manusia yang memanfaatkan faktor-faktor fisik, psikologis, neurologis, semantik, dan linguistik. (Eprints.uny.ac.id)

Beberapa ahli bahasa telah mendefinisikan pengertian berbicara diantaranya menerangkan bahwa berbicara merupakan salah satu jenis kemampuan berbahasa yang ingin dicapai dalam pengajaran bahasa modern termasuk bahasa Arab. Berbicara merupakan sarana untuk membina saling perhatian, komunikasi timbal balik, dengan menggunakan bahasa sebagai medianya (Effendy 2012:139).

Perkembangan bahasa dan gaya berbicara remaja dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor, dapat melalui lingkungan dan apa yang dia lihat karna kemampuan berbicara dapat mempelajari dan di peroleh secara alamiah. Ada beberapa indikator ketercapaian tujuan berbicara adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu meningkatkan pengertian dan pemahaman pendengar.

2. Perhatian

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu menumbuhkan perhatian pendengar untuk menyimak secara sungguh-sungguh segala sesuatu yang disampaikan pembicara.

3. Cara pandang

Tujuan ini dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu mempengaruhi cara pandang pendengar agar sesuai dengan cara pandang dirinya.

4. Perilaku indikator terakhir adalah berbuahnya perilaku pendengar setelah menyimak pemaparan, gagasan yang dilakukan pembicara. (Iskandar Wasid dan Dadang Sunendar 2011:286).

Perilaku gaya bicara sendiri dapat di pandang baik jika kita menggunakannya dengan waktu dan tempat yang benar, dan juga bisa di pandang buruk jika kita menempatkannya di tempat yang salah. Dalam hal ini tentunya juga banyak faktor yang dapat mempengaruhi sikap dan perilaku gaya bicara semua orang termasuk remaja salah satunya penggunaan internet maupun sosial media, yang dimana dalam risetnya Sekolah Tinggi Sandi Negara (STSN) bersama yahoo mendapatkan hasil bahwa kalangan remaja usia 15-19 tahun mendominasi penggunaan internet di Indonesia sebanyak 64%. (Winda Fronika: 2019)

Yang dimana usia segitu masih dikategorikan ke dalam usia remaja, yang memiliki tingkat emosional yang masih labil dan banyak terjadi pada remaja yang masih duduk di bangku sekolah SMA. Usia-usia belasan tahun yang dimana pada saat usia segitu banyak remaja siswa SMA terutama siswa Laki-laki yang sedang mencari jati dirinya. Berbagai cara mereka lakukan untuk mendapatkan perhatian orang lain. Dalam hal ini siswa SMA tergolong dalam kategori usia remaja yang dimana di usia remaja merupakan suatu kehidupan masa dalam rentan kehidupan, dimana individu menjalani proses untuk mencapai kematangan menuju masa pembentukan tanggung jawab berusia dewasa. Jadi bisa di bilang remaja adalah individu yang sedang berkembang secara fisik, psikologis, dan sosial menuju kematangan untuk mampu berintegrasi dengan masyarakat dewasa. Sumber (<http://repository.uma.ac.id>)

Di Semarang sendiri memiliki jumlah orang berusia remaja yang masih duduk di bangku sekolah mencapai 147,549 jiwa. (<https://semarangkota.bps.go.id/>) Yang dimana Semarang merupakan salah satu kota terbesar di Jawa Tengah dan merupakan Ibu Kota Jawa Tengah, bukan hal tidak wajar Semarang memiliki jumlah

usia remaja dengan begitu banyak, karena Semarang sendiri merupakan Ibu Kota dan memiliki perkembangan teknologi yang lebih maju serta menjadi tolak ukur bagi dunia pendidikan di Jawa tengah.

Kota Semarang dengan kecanggihan teknologinya yang belum ada di desa maupun Kabupaten lain menjadikannya Semarang sebagai salah satu contoh para pelajar di Jawa tengah. Bukan hanya masalah teknologi saja, Semarang juga memiliki berbagai destinasi wisata yang menarik. Salah satunya Lawang Sewu, yang dalam bahasa Indonesianya berarti seribu pintu. Berusia lebih dari 100 tahun, Lawang Sewu berdiri kokoh dengan 80 persen infrastruktur masih bangunan asli. Dilansir dari cnnIndonesia.com

Semarang sebagai kota metropolitan yang dimana memiliki luas 373,70 km dan terdiri dari 16 kecamatan dan 117 kelurahan. Kota yang akan terus berkembang dan selain Semarang terkenal sebagai kota perdagangan Semarang juga akan menjadi kota pariwisata. (semarangkota.co.id)

Bukan hanya dari segi pariwisatanya saja perekonomian Semarang dapat terjadi dari berbagai segi mana saja, salah satunya media sosial di Semarang sendiri juga terdapat banyak konten creator yang terjun di media sosial Youtube. Salah satunya konten creator yang bernama Kylvive channel tersebut merupakan milik dari sejumlah orang yang berasal dari Semarang, dan masih ada banyak lagi konten creator bergendeng vlog, game, dll.

Youtuber gaming terkenal B-kent dengan total 5,7 juta subscriber dengan jumlah subscribers yang terbilang sangat banyak, B-kent sendiri dapat menginspirasi para penontonnya, semakin ketenarnya game Mobile Legend banyak youtuber pemula yang mengikuti konsep dan gaya bermain Mobile Legend B-kent. Youtuber yang memiliki nickname Mobile Legend Tuturu Panjaitan merupakan salah satu konten creator yang baru-baru ini terkenal akibat konsep dan cara berbicara yang cenderung meniru gaya B-kent dengan banyak melontarkan kata-kata yang tidak pantas untuk khalayak umum.

Maraknya konten dengan melontarkan kata-kata yang tak pantas menjadi salah satu hal menarik untuk tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini banyak muncul di berbagai kota di Indonesia salah satunya kota Semarang, lebih khususnya para pelajar siswa SMA di Kota Semarang. konten dengan gaya bicara yang tak pantas itu sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak dikalangan remaja saat bermain game tersebut. Terkontaminasinya pemikiran konsumen media ini adalah salah satu bentuk kurangnya bahkan ketidakmampuan mereka saat berhadapan dengan serbuan informasi yang berhubungan dengan realitas sekelilingnya. Kurangnya cara berfikir yang kritis dan skeptis dalam memahami bahwa media adalah sebuah konstruksi media menjadikan masyarakat Indonesia rentan menjadi ‘korban’ media (Zulkarnain, 2019:190).

Seorang individu sangat erat hubungannya dengan sikapnya masing-masing sebagai ciri pribadinya. Sikap pada umumnya sering di artikan sebagai suatu tindakan yang dilakukan individu untuk memberikan tanggapan pada suatu hal. Pengertian sikap diartikan sebagai suatu reaksi atau respon yang muncul dari seseorang individu terhadap objek yang kemudian memunculkan perilaku individu terhadap objek tersebut dengan cara-cara tertentu. Saat terjadi proses sosial terjadi hubungan timbal balik antara individu dan sekitarnya. Adanya interaksi dan hubungan tersebut kemudian membentuk pola sikap individu dengan sekitarnya. Saifudin Azwar (2010: 31-38) menguraikan faktor pembentuk sikap yaitu: pengalaman yang kuat, pengaruh orang lain yang dianggap penting, pengaruh kebudayaan, media masa, lembaga pendidikan dan lembaga agama, pengaruh faktor emosional.

Maraknya konten game dengan kata-kata yang kurang pantas sudah menjadi hal biasa dan tontonan rutin para remaja sekarang. Fenomena ini juga banyak muncul di kalangan remaja siswa SMA, lebih khususnya SMA di Kota Semarang. Berdasarkan kasus tersebut, maka timbul permasalahan antara apa yang ada dalam konten game tersebut yang menggunakan kata-kata yang kurang pantas terhadap sikap penonton terutama anak remaja SMA. Harapannya, sebagai konten game yang dibuat dan bebas untuk berkreasi, konten game dapat menjadi sarana yang menghibur bagi para penontonya. Namun kenyatanaya, muncul konten konten

game yang sangat kurang layak untuk di lihat oleh anak-anak remaja saat ini yang dapat berpengaruh buruk bagi penonton Youtube.

Dilansir oleh liputan6.com(9/09/20), seorang pemuda berusia 18 tahun asal Sidumulyo, Jombang, Kabupaten Malang, yang dengan tega mengakhiri hidup rekan kerjanya di sebuah bengkel di Kota Malang. Penyebabnya hanya gara-gara sering dimaki saat sedang bermain game bersama. Pelaku dan korbanya yang berusia 22 tahun terhitung masih bertetangga di desa asalnya, pelaku mengaku memendam sakit hati karna kerap diumpat dengan kata kasar saat bermain game online Mobile Legend.

Berdasarkan uraian diatas bahwasanya konten game mobile legend yang tersebar di youtube dapat menimbulkan sikap negative bagi anak anak remaja yang tergolong masih labil, jika di tonton tanpa menyaring pesan mana yang baik dan buruknya , maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian mengenai Pengaruh Isi Konten youtube B-kent terhadap sikap temperamental dan perilaku gaya bicara siswa SMA, khususnya Siswa SMA di kota Semarang.

Dalam penelitian ini peneliti memilih Siswa SMA Kota Semarang sebagai objek penelitian. Lokasi penelitian tersebut dipilih peneliti dikarnakan SMA di Kota Semarang merupakan salah satu kota terpelajar dan memiliki Siswa terbanyak di Jawa tengah. Hal tersebut akan dapat mempermudah peneliti dalam memperoleh data untuk penelitian ini.

Topik ini menarik untuk di teliti karna konten YouTube B-kent bisa sangat berpengaruh terhadap remaja Siswa SMA dalam menggunakan sikap dan mempengaruhi perilaku gaya bicara setelah sering menonton konten B-kent tersebut. Maka dari itu peneliti ingin meneliti mengenai topik tersebut dengan judul “Pengaruh Konten YouTube B_kent Terhadap sikap dan perilaku gaya bicara Siswa SMA di Kota Semarang.

1.2 Rumusan Masalah

Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana konten pada YouTube B_kent berpengaruh terhadap sikap Siswa SMA di kota Semarang?
2. Bagaimana konten pada YouTube B_kent berpengaruh terhadap perilaku gaya bicara Siswa SMA di kota Semarang?

1.3 Tujuan

Tujuan penelitian ini adalah, sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten YouTube B_kent terhadap sikap pada siswa SMA di kota Semarang.
2. Untuk mengetahui pengaruh konten YouTube B_kent terhadap perilaku gaya bicara pada siswa SMA di kota Semarang.

1.4 Signifikansi

Manfaat yang dapat diambil dari penelitian ini untuk berbagai pihak adalah sebagai berikut :

1.4.1 Signifikansi Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah kontribusi karya ilmiah Ilmu Komunikasi, khususnya bagi pengembangan teori Uses and Gratifications.

1.4.2 Signifikansi Sosial

Penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi masyarakat luas, karna selain memberi informasi baru, penelitian ini juga membantu khalayak umum untuk dapat

mengambil manfaat yang positif saja bagi para penikmat konten-konten dalam Youtube

1.4.3 Signifikansi Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan peneliti mengenai pengaruh konten Youtube Bknt terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA di kota Semarang.

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Paradigma Penelitian

Semua disiplin penelitian dilakukan dalam sebuah paradigma. Paradigma disebut sebagai cara berfikir keilmuan. Paradigma menurut Bogdan dan Biklen (dalam Edi Suryadi, 2019 : 22) adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang di pegang bersama konsep atau porposisi yang mengarahkan cara berfikir dan penelitian. Paradigma merujuk pada cara berfikir atau cara pandang (World of view) dan perspektif dalam melihat suatu realitas.

Paradigma yang di guakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme. Paradigma ini memandang bahwa realitas sosial merupakan fenomena nyata atau konkret yang dapat diamati dan diukur secara cermat (Edi Suryadi, 2019 : 23)

1.5.2 S.O.T.A (State Of The Art)

NO	Nama dan Judul Penelitian	Metode dan teori penelitian	Hasil penelitian
1.	Grace Erta Annastasia (2020) Pengaruh Konten Prank Dalam Youtube Terhadap sikap Negatif Mahasiswa Universitas Sumatra Utara	Kuantitatif S-O-R (Stimulus, Organism, Respon)	Responden dalam penelitian juga mengetahui bahwa vidio yang populer dan kerap menuai kontrovesi. Hal ini terbukti dengan 56 responden (56%) memilih setuju,kemudian, sebesar 29 responden (29%) memilih netral, dan sebanyak 15 responden (15%) menyatakan tidak setuju. Vidio konten prank kini sudah mendapatkan

			citra negatif dari mahasiswa.
2.	Jacky Maulana(2021) Pengaruh konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Kalimantan	Pendekatan Kuantitatif	Tidak terlihatnya pengaruh karna hasil analisis tentang pengaruh dalam pembentukan sikap sosial mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Kalimantan diperoleh hasil pembentukan sikap kurang baik terdapat 5 orang(16,7%), cukup baik 6 orang (20,0%), sangat baik 7 orang (2,3%) dan baik 12 orang (40,0%). Dengan ini dapat

			disimpulkan bahwa pembentukan sikap sosial mahasiswa tersebar disemua tingkatan kategori sikap.
3.	Indra Permana(2017) Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung	Kuntitatif deskriptif, Teori Sosiologi(Prilaku Menyimpang)	Di peroleh bahwa pengaruh media sosial youtube terhadap perkembangan perilaku menyimpang siswa/siswi SMA Indonesia Raya cukup kecil. Terlihat dari hasil penelitian yang menyatakan bahwa pengaruh media sosial youtube terhadap perkembangan

			perilaku menyimpang hanya 27,4%, dan tingkat signifikanya $<0,05$ itu artinya H_0 diterima dan H_1 ditolak.
--	--	--	---

Pada penelitian 1 yang berjudul **Pengaruh Konten Prank Dalam Youtube Terhadap sikap Negatif Mahasiswa Universitas Sumatra Utara** perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian penulis dilihat dari tujuan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah konten Prank di youtube memiliki pengaruh negatif pada mahasiswa Universitas Sumatra Utara, sedangkan tujuan penelitian penulis untuk mengetahui pengaruh negatif isi konten youtube B-kent terhadap gaya bicara dan sikap temperamental pada siswa SMA di kota Semarang.

Pada penelitian ke 2 yang berjudul **Pengaruh konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Kalimantan** perbedaan penelitian ini dengan penelitian penulis adalah dengan tujuan yang akan di teliti. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh apa yang di timbulkan oleh mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Kalimantan setelah sering menonton konten vlog, sedangkan tujuan penelitian penulis untuk mengetahui pengaruh negatif pada konten youtube B-kent.

Pada penelitian 3 yang berjudul **Pengaruh Tayangan Media Sosial Youtube Terhadap Perkembangan Perilaku Menyimpang Siswa di Sekolah SMA Indonesia Raya Bandung** perbedaan penelitian ini dapat terlihat dari tujuan peneliti yang tujuan peneliti mengetahui perilaku menyimpang yang di akibatkan tayangan media sosial youtube sedangkan tujuan penelitian penulis untuk melihat pengaruh negatif pada isi konten youtube B-kent.

1.5.3. Teori Penelitian

1.5.3.1. Uses And Gratification Theory

Penelitian ini menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory). Yang menyatakan bahwa seseorang secara langsung membuka media tertentu dan melihat muatan (isi) tertentu untuk menjadikannya kepuasan (hasil) tertentu

Teori ini memberikan jawaban atas persoalan apa yang dilakukan masyarakat terhadap eksistensi media massa dalam upaya pemenuhan kebutuhan informasi mereka (Siswanta 211: 2015).

Pendekatan Uses and gratifications merupakan pergeseran paradigma dari khalayak pasif ke arah khalayak aktif artinya perspektif ini lebih melihat apa yang dilakukan individu terhadap media dari pada perlakuan media terhadap individu, individu sebagai khalayak aktif memiliki kebebasan tidak saja dalam memilih tetapi juga isi media yang di konsumsinya (Gusmia Arianti: 2017)

Dalam hal ini teori uses and gratifications pada dasarnya individu maupun khalayak umum memilih media massa berdasarkan tujuan-tujuan tertentu. Jika tujuannya terpenuhi maka kebutuhan khalayak itu terpenuhi. Dapat dikatakan khalayak akan memilih media (*uses*) tertentu sesuai keinginan dan kebutuhan masing-masing individu agar mendapatkan apa yang mereka butuhkan (*gratification*).

Inti dari teori ini bahwa setiap proses yang bearawal dari media memiliki efek terhadap individu, yang dimana harus diawali dengan adanya perhatian atau keinginan melihat oleh beberapa pesan media, dan hasilnya dapat terlihat menjangkau beberapa waktu dan membuat perubahan.

1.5.3.2. Sikap

Sikap merupakan hasil dari perasaan yang kita terima ketika kita mendapatkan suatu informasi atau pesan-peaan yang ditujukan kepada diri kita. Sikap sendiri terjadi secara alamiyah yang sudah ada sejak lahir yang dimana sikap sendiri dapat dirubah atau merubah suatu pandangan orang lain tentantang kita. Pengaruh sikap sendiri dapat terjadi dan berubah dengan adanya faktor lingkungan tontonan dll.

Menurut Damiati(2017: 36) sikap merupakan suatu ekspresi perasaan seseorang yang merefleksikan kesukaanya atau ketidakpuasanya terhadap suatu objek. Menurutnya sikap terdiri atas tiga komponen utama, yaitu:

1. Komponen Kognitif

Sikap kognitif seseorang yaitu pengetahuan dan persepsi yang diperoleh melalui kombinasi pengalaman langsung dengan objek sikap dan informasi tentang objek itu yang diperoleh dari berbagai sumber.

2. Komponen Afektif

Berkaitan dengan emosi atau perasaan konsumen terhadap suatu objek, perasaan itu mencerminkan evaluasi keseluruhan konsumen terhadap suatu objek

3. Komponen Konatif

Merupakan komponen yang berkaitan dengan kemungkinan atau kecenderungan bahwa seseorang akan melakukan tindakan tertentu yang berkaitan dengan objek sikap.

1.5.3.3. Perilaku

Menurut Louise Thurstone, Rensis Likert dan Charles Osgood perilaku adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Dalam hal ini yang menimbulkan sikap seseorang dalam suatu objek merupakan perasaan mendukung atau memihak maupun perasaan tidak mendukung atau tidak memihak pada objek tersebut. Dalam jurnal (Juniver V mokalu: 2016).

1.5.3.4. Gaya Bicara

Gaya bicara merupakan suatu keterampilan manusia yang sudah di berikan sejak lahir dan akan digunakan dalam kehidupan sehari-hari. Berkomunikasi dengan berbicara merupakan hal yang paling efektif untuk menyampaikan informasi atau pesan-pesan tertentu yang akan di sampaikan. Beberapa ahli bahasa

telah mendefinisikan pengertian berbicara. Diantaranya, menerangkan bahwa berbicara sangat berkaitan dengan interaksi sosial, kemahiran berbicara merupakan salah satu jenis kemampuan berbahsa yang ingin dicapai dalam pengajaran bahasa modern termasuk bahasa arab. Berbicara merupakan sarana untuk membina saling perhatian, komunikasi timbale balik, dengan menggunakan bahasa sebagai medianya (Effendy 2012:139).

Gaya bicara sendiri yang di dapat oleh remaja saat ini juga dapat di pengaruhi oleh lingkungan anak dan sekitarnya, karna kemampuan berbahasa dapat di pelajari dan juga dapat di peroleh secara alamiyah untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitarnya. Menurut Seefeld dan Barbor (Pandeiro dan Surna, 2014:88).

Ketepatan dan keterampilan pembicaraan merupakan salah satu indikator terpenting dalam kegiatan berbicara (Abidin, 2012:130). Ada beberapa hal yang menyatakan kecapaian tujuan berbicara tepat adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu meningkatkan pengertian dan pemahaman pendengar. Artinya, pendengar mampu menerima dan memahami secara cermat gagasan yang disampaikan oleh pembicara sehingga terdapat kesamaan antar maksud pembicara dan pendengar.

2. Perhatian

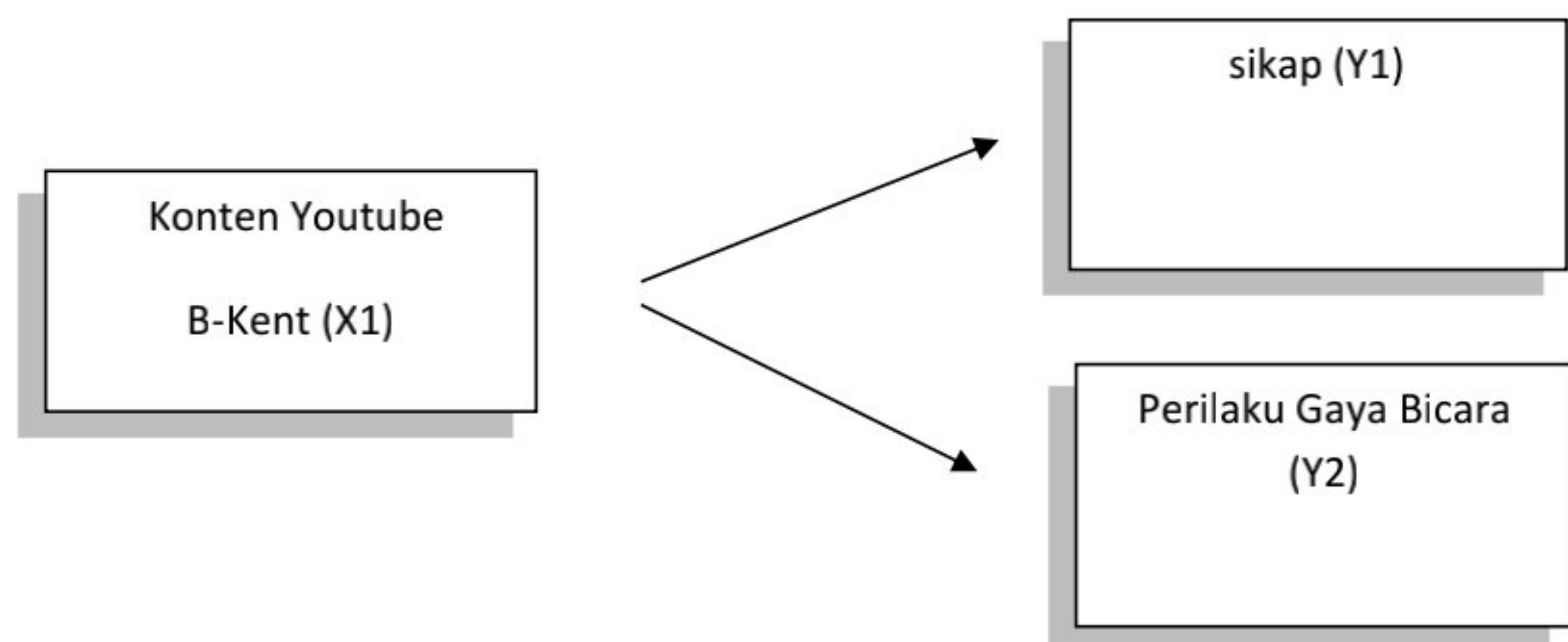
Pembicara dapat dikatakan tercapai tujuannya jika mampu menumbuhkan perhatian pendengar untuk menyimak secara sungguh-sungguh segala sesuatu yang disampaikan pembicara.

3. Cara Pandang

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu mempengaruhi cara pandang pendengar agar sesuai dengan cara pandang dirinya.

4. Perubahan atau berubahnya perilaku pendengar setelah menyimak pemaparan, informasi, atau gagasan yang dilakukan pembicara.

1.5.4 Kerangka Penelitian



Gambar 1.2. Kerangka Penelitian

Keterangan :

X1 : Konten Youtube B-Kent

Y2 : Sikap

Y3 : Perilaku Gaya Bicara

1.5.5. Hipotesis

Menurut Dantes (2012: 164) hipotesis adalah praduga atau asumsi yang harus diuji melalui data atau fakta yang diperoleh melalui penelitian.

H1 : Terdapat pengaruh Konten Youtube B-Kent terhadap sikap siswa SMA di Semarang.

H2 : Terdapat pengaruh Konten Youtube B-kent terhadap perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang.

1.5.6. Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah unsur penelitian yang menjelaskan tentang karakteristik sesuatu masalah yang hendak diteliti. (Dhaki: 2014). Definisi konseptual merupakan batas atau ukuran masalah-masalah variabel yang dijadikan acuan dalam penelitian, sehingga tujuan dan arahnya tidak menyimpang dari apa yang tujuan akan diteliti. Dalam hal ini definisi konseptual penelitian adalah :

1.5.6.1. Konten Youtube B-kent (X)

Konten sendiri merupakan salah satu video yang dimana merupakan hasil dari kreativitas dari pembuat video itu sendiri. Yang dimana video konten itu dibuat untuk memberikan hiburan pada penikmatnya.

Secara bahasa konten artinya isi, kandungan, atau muatan konten diasumsikan sebagai informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten itu sendiri dapat dilakukan melalui berbagai

medium baik secara langsung maupun tidak langsung seperti internet, televisi, CD audio, bahkan sekarang sudah melalui telepon genggam. (komunikasipraktis.com)

Youtube sendiri merupakan sebuah website untuk berbagi video ataupun menonton video yang dibagikan oleh berbagai pihak. (microdataindonesia.co.id) Brandon Kent atau yang sering disapa B-kent yang merupakan seorang konten creator dengan ciri khasnya toxic atau suka berkata kasar saat bermain game rupanya pernah menjadi Brand Ambassador sebuah tim e-sports yaitu Genflix Aerowolf pada bulan Agustus 2019, dan bekerja sama dengan facebook untuk fitur live streaming selama 2 sampai 3 jam setiap live yang mana videonya paling banyak ditonton di Indonesia di facebook. (gameyplay.com)

1.5.6.2. Sikap (Y1)

Sikap merupakan kesiapan mental atau emosional dalam beberapa jenis tindakan pada sesuatu yang tepat. Selain itu dapat diartikan sebagai sesuatu yang dipelajari dan bagai mana individu bereaksi terhadap situasi dan menentukan apa yang dicari dalam kehidupan. (Munawar: 2015)

Sikap sendiri dapat ditunjukkan melalui dengan berbagai cara, orang lain dapat melihat sikap kita melalui berbagai hal salah satunya gaya bicara atau gesture tubuh kita.

1.5.6.3. Perilaku Gaya Bicara (Y2)

Menurut Heri Purwanto perilaku merupakan pandangan-pandangan atau perasaan yang disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai objek tadi. Bahwasanya perilaku merupakan efek dari individu dengan keadaan sekitar sebagai ungkapan dan tindakan yang wajar bagi manusia normal. Dalam jurnal (Juniver V mokalu: 2016)

Gaya bicara itu merupakan hal yang alamiyah di dapat semua manusia saat kecil. Hal tersebut dapat berubah seiring berjalanya waktu, dan dapat di pengaruhi oleh banyak faktor. Gaya bicara merupakan penyampaian informasi yang dapat menimbulkan daya tarik pada pendengarnya. Gaya bicara dapat digolongkan menjadi gaya berbicara dengan menghubungkan suara dengan kata-kata, atau gaya bahasa. (Kasriani:2014). Kemampuan pengucapan dan pemberian informasi dengan pengekspresian menyampaikan pikiran, gagasan, atau perasaan secara lisan.

1.5.7. Definisi Oprasional

Definisi oprasional variabel penelitian menurut Sugiyono (2015, H.38) adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari obyek atau kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang teelah di tetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya.

Konten Youtube B-kent (X)

- a. Game yang dimainkan B-kent dalam konten youtubanya
- b. Durasi menonton konten youtube B-kent
- c. Gaya bicara B-kent dalam penyampaian di konten youtubanya

Sikap (Y1)

- a. Kognitif merupakan aspek pengetahuan siswa SMA mengenai konten B-kent yang cenderung negatif dalam penyampaianya
- b. Motif Sosial keadaan lingkungan remaja SMA yang dapat mempengaruhi sikapnya
- c. Afektif perasaan yang timbul bisa positif maupun negatif pada remaja SMA setelah menonton konten B-kent
- d. Konatif kecenderungan bersikap remaja siswa SMA setelah menonton konten B-kent

Perilaku Gaya Bicara (Y2)

- a. Tingkat emosional yang tinggi
- b. Gaya bicara yang cenderung kurang sopan
- c. Kurangnya rasa hormat terhadap orang lain

1.6. Metode Penelitian

1.6.1. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan dengan penelitian survey. Menurut sugiyono (2015 :13) metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang di tetapkan.

Sedangkan penelitian survey yaitu penelitian yang digunakan untuk menjelaskan hubungan kasual dan pengujian hipotesis. Pengertian survey

adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antara variabel sosiologis maupun psikologis (Sugiyono 2015:14)

Untuk penelitian ini, survey yang dilakukan langsung pada siswa SMA di Semarang, yang bertujuan agar dapat memperoleh data yang berhubungan dengan apa yang diteliti saat ini. Data yang diperoleh akan dianalisis yang dimana menggunakan uji statistik supaya dapat ditemukan fakta bahwa masing-masing variabel yang diteliti serta diketahui pengaruhnya antara variabel bebas dengan variabel terikat.

1.6.2. Jenis dan Sumber Data

1.6.2.1. Data Primer

Data primer merupakan data yang secara khusus dikumpulkan untuk kebutuhan riset yang sedang berjalan (Nur Ahmad, 2018:37). Dari data yang digunakan dalam penelitian ini diperoleh melalui penyebaran kuesioner ke siswa SMA di Semarang.

1.6.2.2. Data Sekunder

Data sekunder adalah dikumpulkan tidak hanya untuk keperluan riset tertentu saja (Nur Ahma, 2018:37). Di penelitian ini data yang di dapat merupakan dari buku, jurnal, skripsi maupun media online.

1.6.2.3. Teknik Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan ini peneliti menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner kepada responden siswa SMA di Semarang. Angket atau kuesioner ialah sebuah metode pengumpulan data untuk memahami individu atau responden dengan cara memberikan suatu daftar pertanyaan tentang berbagai aspek (Susilo, 2018:94)

1.6.3. Populasi Dan Sampel

1.6.3.1. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas : objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk di pelajari dan kemudian ditarik kesimpulanya. Sugiyono (2015: 135). Dalam penelitian yang menjadi populasi adalah remaja Siswa SMA di semarang dengan jumlah keseluruhan 147,549 jiwa, di lansir dari semarangkota.bps.go.id/

1.6.3.2. Sampel

Sampel merupakan subkelompok atau sebagian dari populasi. Dengan mempelajari sampel peneliti akan mampu menarik kesimpulan yang dapat digeneralisasikan terhadap populasi penelitian. Dalam hal ini peneliti mengambil sampel sebanyak 100 responden/orang siswa SMA yang merupakan penonton

chanel youtube B-kent maupun Subscriber dengan beberapa ketentuan yaitu telah menonton konten B-kent min 5 kali, sudah menjadi subscriber B-kent, aktif atau sering menonton Youtube

Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus Slovin, seperti berikut :

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

keterangan

n = Sampel

N = populasi

e = Tarif Kesalahan Error sebesar 0,10(10%)

1 = Bilangan Konstan

(Sangadji, 2010: 189)

Langkah kerja dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut :

N = 147,549

e = 10%

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2} = n = \frac{147,549}{1 + 147,549 (0,10)^2} = \frac{147,549}{147,550} = 99,93 \text{ atau sebanyak } 100$$

Berdasarkan dengan menggunakan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang digunakan minimal 100 orang.

1.6.4. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik sampling merupakan pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan (Sugiyono 2015:81)

Penelitian yang dilakukan ini menggunakan tipe non-probalitas sampling. Teknik yang tidak memberikan peluang/kesempatan yang sama bagi setiap unsure atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono 2015:84).

Dalam hal ini, pengambilan sampel yang dilakukan peneliti menggunakan teknik purposive sampling. Menurut sugiyono (2012:68) adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Pertimbangan pengambilan sampel ini disesuaikan dengan keperluan penelitian dalam penggunaan media. Dalam jurnal (Indhira Asih, Maya Kuswaty:2017)

Kriteria sampel dalam penelitian ini adalah remaja Siswa SMA yang telah menonton konten B-kent lebih dari 5 kali dan menjadi subscriber B-kent lebih dari 1 bulan.

1.6.5. Skala Pengukuran

Penelitian ini menggunakan skala Likert sebagai skala pengukuran. Skala likert adalah skala yang dapat digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seorang tentang suatu objek atau fenomena tertentu (Siregar 2016: 138)

Tabel 1.1. Skala likert

KETERANGAN	NILAI

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

1.6.6. Teknik Pengolahan Data

Dalam hal ini ada beberapa teknik dalam mengumpulkan suatu data, yang dimana satu sama lain mempunyai fungsi yang berbeda-beda dan hendaknya dapat digunakan secara tepat dan sesuai dengan tujuan penelitian dan jenis data yang akan digali.

Setelah terkumpulnya data-data yang dimana sebagai bahan acuan untuk penelitian yang di dapat melalui kuesioner dan wawancara nantinya akan diolah dengan berbagai tahapan :

1. Editing

Hal ini dilakukan sebagai pengecekan tahap awal terhadap data-data yang tdi sebar melalui kuesioner dan di kumpulkan kembali untuk di pilih meliputi kelengkapan isi, keterbacaan tulisan, kejelasan jawaban, keseragaman tulisan, relavansi jawaban, keseragaman kesatuan data yang digunakan dan sebagainya.

2. Coding atau mengkode data

Proses pengolahan ini dilakukan menggunakan computer untuk mempermudah mencapai hasil dan memberikan kode pada jawaban setiap pertanyaan kepada responden. Coding ini bertujuan untuk memproses data yang memiliki jawaban dari responden yang masuk dalam tujuan penelitian ini. Hal ini juga dapat dilakukan untuk menganalisis data atau menyeleksi dan meneliti kembali data yang masuk.

3. Tabulating atau Tabulasi

Memproses data yang masih acak menjadi data-data dalam bentuk tabel dan mengatur angka-angka sehingga dapat terhitung. Proses ini dilakukan bertujuan untuk memahami data-data yang ada

1.6.7. Teknik Analisis Data

Analisis data merupakan salah satu proses dalam pengolahan data agar dapat menjadi sebuah informasi yang dalam inti pesan informasi tersebut dapat mudah di mengerti dan memiliki manfaat untuk suatu permasalahan, terutama yang berkaitan dengan hal penelitian terserbut.

Menurut Sugiyono (2010: 338), Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya dan membuang hal yang tidak perlu. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencari bila di perlukan.

Regresi linier merupakan metode statistika yang digunakan untuk membentuk model hubungan antara variabel terikat dengan satu atau lebih variabel bebas, dan apabila variabel bebas hanya ada satu, maka disebut sebagai regresi linier sederhana. Regresi linier sederhana suatu metode yang di pakai untuk melihat bentuk ketersambungan antara satu variabel bebas (independen) dan memiliki hubungan yang sinkron atau lurus dengan variabel terikat (dependen). Analisis ini bertujuan untuk mengetahui arah keterkaitan antara variabel bebas dan variabel terikat yang dimana apakah masing-masing variabel bebas berhubungan positif atau negative dan sebagai acuan prediksi dalam melihat nilai dari variabel terikat papabila nilai variabel bebas mengalami penurunan atau kenaikan. Data yang digunakan biasanya bersekala interval atau rasio.

Persamaan regresi linear Sederhana sebagai berikut :

$$\text{Rumus } Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel dependen yang di prediksi

X = Variabel Independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Nilai intercept(konstan)

b = Koefisien Variabel Independen

(Edy Suryadi, 2019 : 211)

1.6.8. Uji Validitas dan Reliabilitas

1.6.8.1. Uji Validitas

Uji dalam menggunakan validitas isi. Yang mana pertanyaan pada kuesioner MARS dianggap valid apabila pertanyaan tersebut benar-benar mempersentasikan maksud pertanyaan seharusnya yang ditujukan pada kuesioner. Uji validitas isi dilakukan dengan menggunakan sebuah korelasi skor yang dimana dengan tiap pertanyaan menggunakan uji statistika. Yang dimana korelasinya jika pertanyaan dianggap valid apabila $r \text{ dihitung} > r \text{ tabel}$. Dan apabila pertanyaan tidak valid maka apabila $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$.

1.6.8.2. Uji Realibitas

Uji realibitas merupakan pengujian sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat di percaya. (Azuar 2016 :20). Kriteria penilaian uji realibitas adalah :

- A. Apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari pada 0,60, maka kuesioner disebut reliable atau terpercaya.
- B. Apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari pada 0,60, maka kuesioner disebut tidak reliable atau tidak terpercaya.

BAB II

OBJEK PENELITIAN

2.1 Profil Youtube

Youtube merupakan salah satu media sosial yang memberikan informasi atau hiburan melalui sebuah video. Pada tahun 2005 merupakan awal dimana lahirnya media sosial Youtube tersebut yang dimana situs tersebut di dikung oleh tiga orang karyawan perusahaan finance online paypal di Amerika serikat. Sejak kelahirannya Youtube telah menjadi salah satu situs yang berkembang dengan pesat. Sebagai media platform pengunggah video pertama aplikasi youtube sendiri dengan cepat banyak di terima di negri asalnya bahkan sampai seluruh dunia.

Menurut Sianipar (2013) Youtube adalah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Youtube mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung. Dikutip dari <https://e-journal.unair.ac.id/RLJ/article/viewFile/8000/8356>

Pada awal dibentuknya situs Youtube tersebut bertujuan hanya untuk membagikan moment moment yang mereka unggah dan sebagai wadah simpan dalam bentuk video. Dan seiring berkembangnya waktu situs tersebut memiliki fungsi yang beragam dan memiliki sisi positif dan negatifnya.

Setahun sejak kelahirnya, pada tahun 2006 Youtube telah menjadi salah satu situs yang perkembangannya sangat cepat. Dengan adanya unggahan video baru sebanyak 65.000 dan mencapai 100.000 video hingga bulan Juli 2006 ke situs Youtube tersebut, dan video pertama kali yang diunggah di media sosial youtube yaitu pada tanggal 23 april 2005.

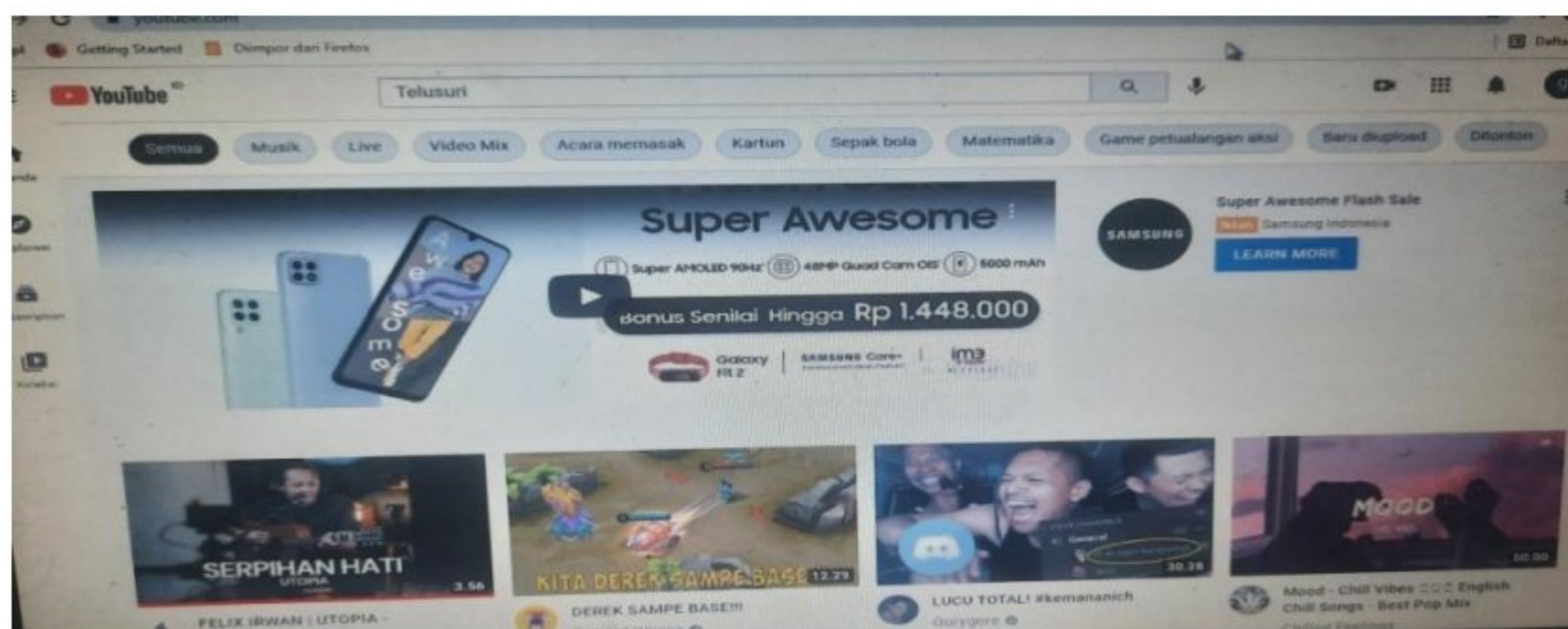
<https://www.youtube.com/watch?v=jNQXAC9IVRw>

Logo Youtube dari 2005-sekarang



Gambar 2.1. logo Youtube dari awal berdiri hingga sekarang.

Sumber: youtube.com



**Gambar 2.2. Tampilan Youtube melalui website (Diakses pada tanggal
28/6/21)**

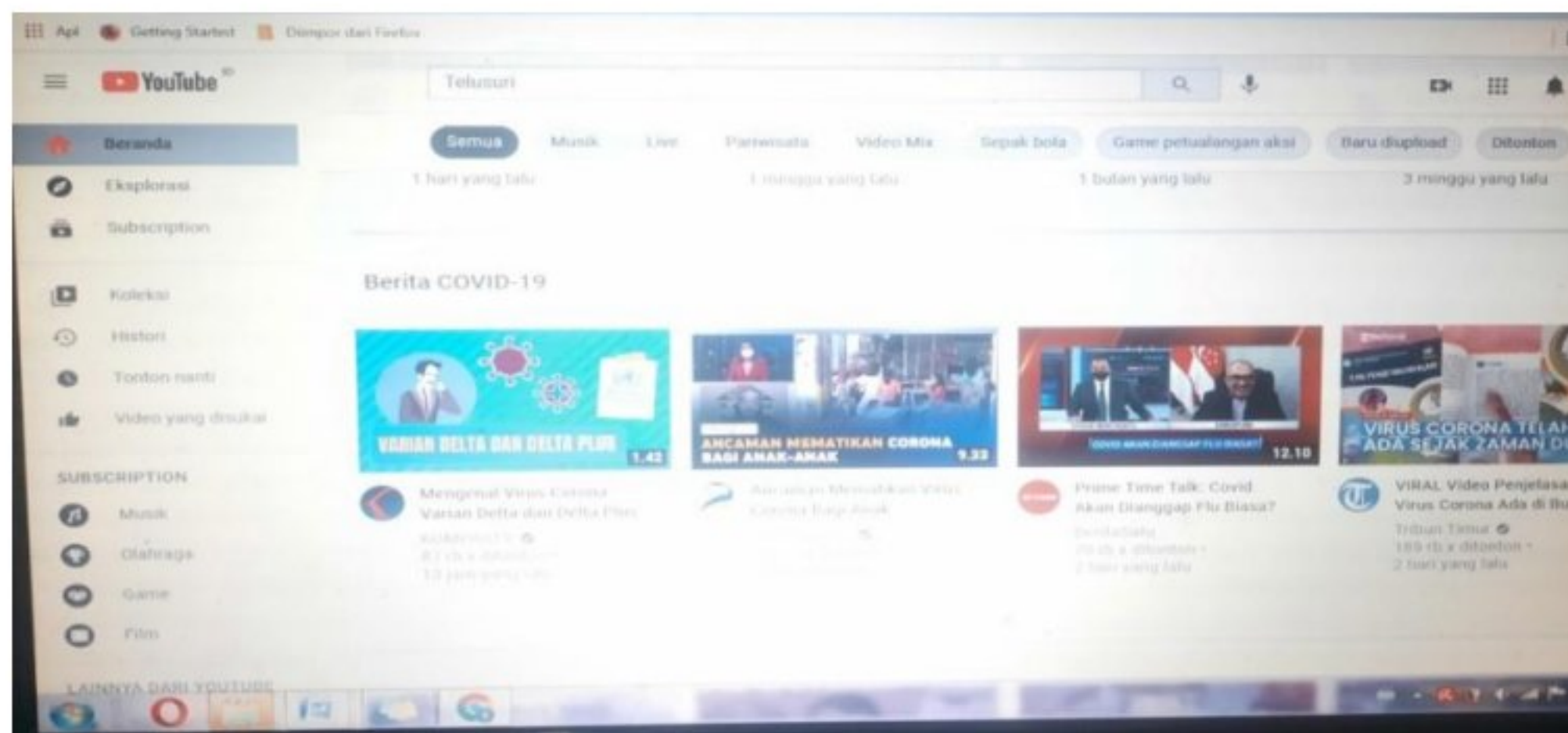
Sumber : Youtube.com

2.2 Konten Youtube

Fitur-fitur pendukung didalam aplikasi Youtube diantaranya :

A. Beranda

Beranda merupakan tampilan awal yang akan muncul ketika kita mengakses sosial media youtube tersebut. Tampilan beranda ini berisikan rekomendasi vidio-vidio yang berkaitan dengan apa yang kita sering menontonnya.



Gambar 2.3. Tampilan fitur Beranda di akses pada tanggal 1 Juli 2021

Sumber :youtube.com

B. Eksplorasi

Eksplorasi merupakan tempat dimana kita akan mencari vidio-vidio yang akan kita tonton di dalam sosial media youtube tersebut.

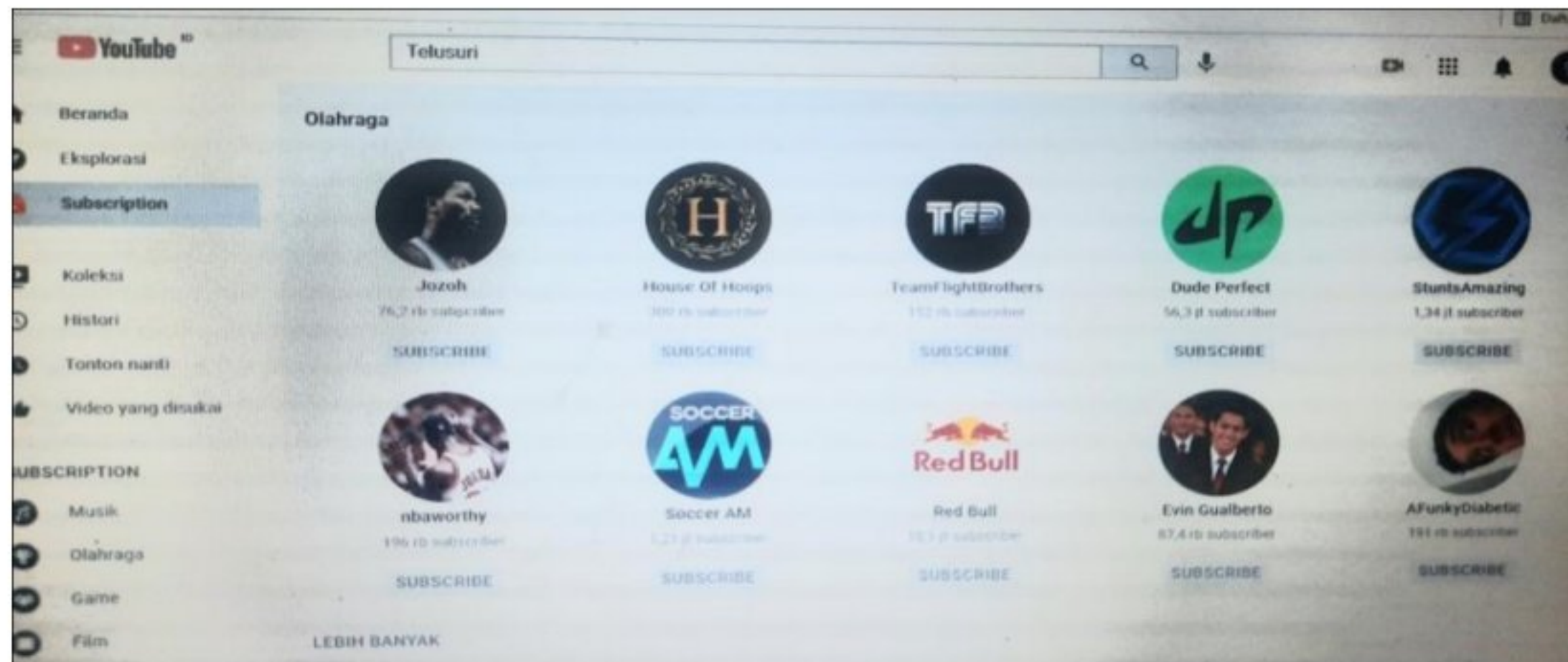


Gambar 2.4. Tampilan fitur Eksplorasi di akses pada tanggal 1 Juli 2021

Sumber :youtube.com

C. Subscription

Subscription adalah salah satu fitur dimana kita mengikuti para konten creator. Fitur ini dibuat agar supaya kita mengerti bahwa konten creator yang kita ikuti mengunggah video baru ke dalam youtube tersebut.

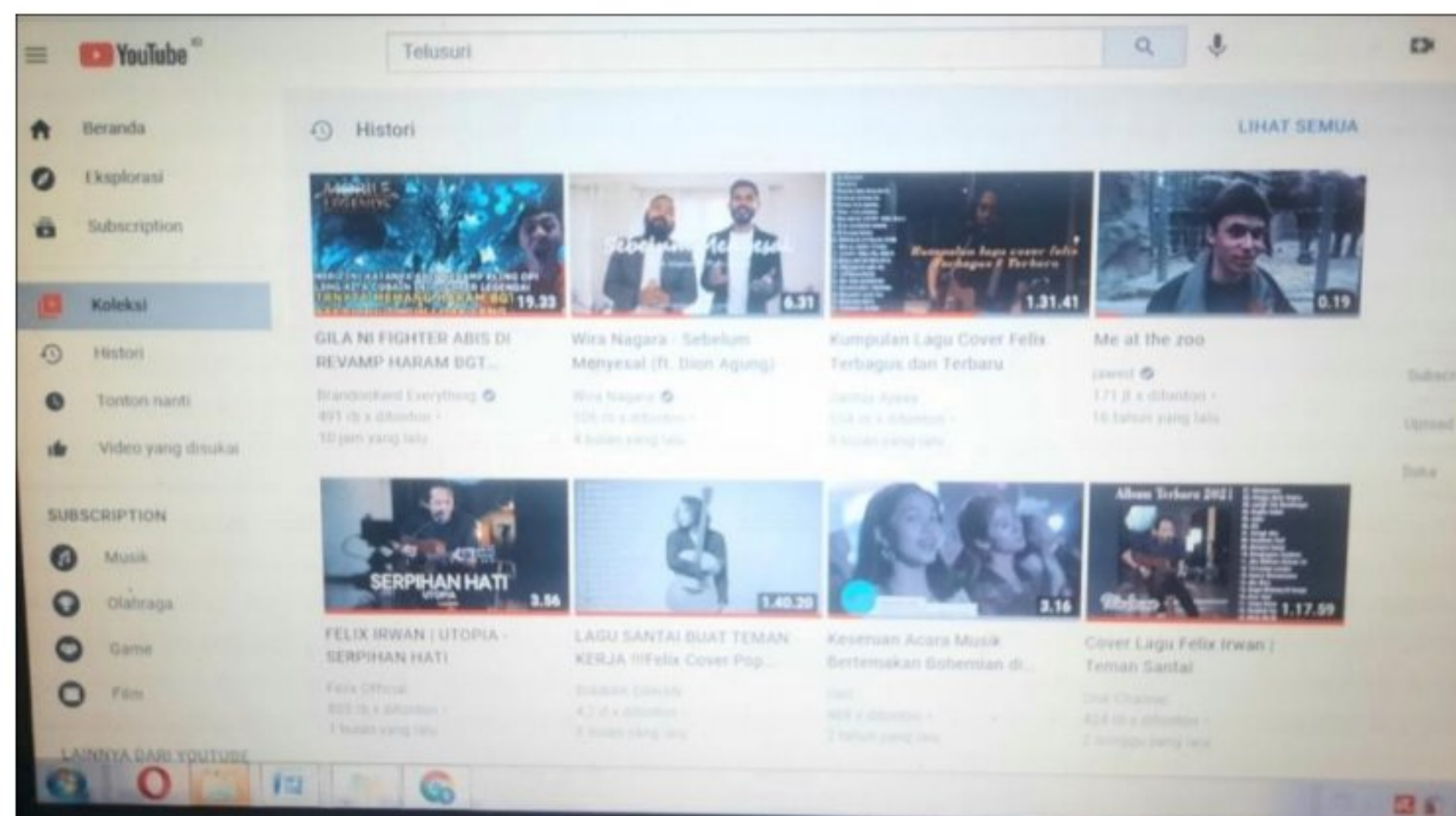


Gambar 2.5. Tampilan fitur Subscriber di akses pada tanggal 1 Juli 2021

Sumber :youtube.com

D. Koleksi

Fitur yang memudahkan kita untuk menyimpan video di dalam youtube yang kita suka dan suatu saat akan kita lihat kembali.



Gambar 2.6. Tampilan fitur Koleksi di akses pada tanggal 1 Juli 2021

Sumber :youtube.com

E. Histori

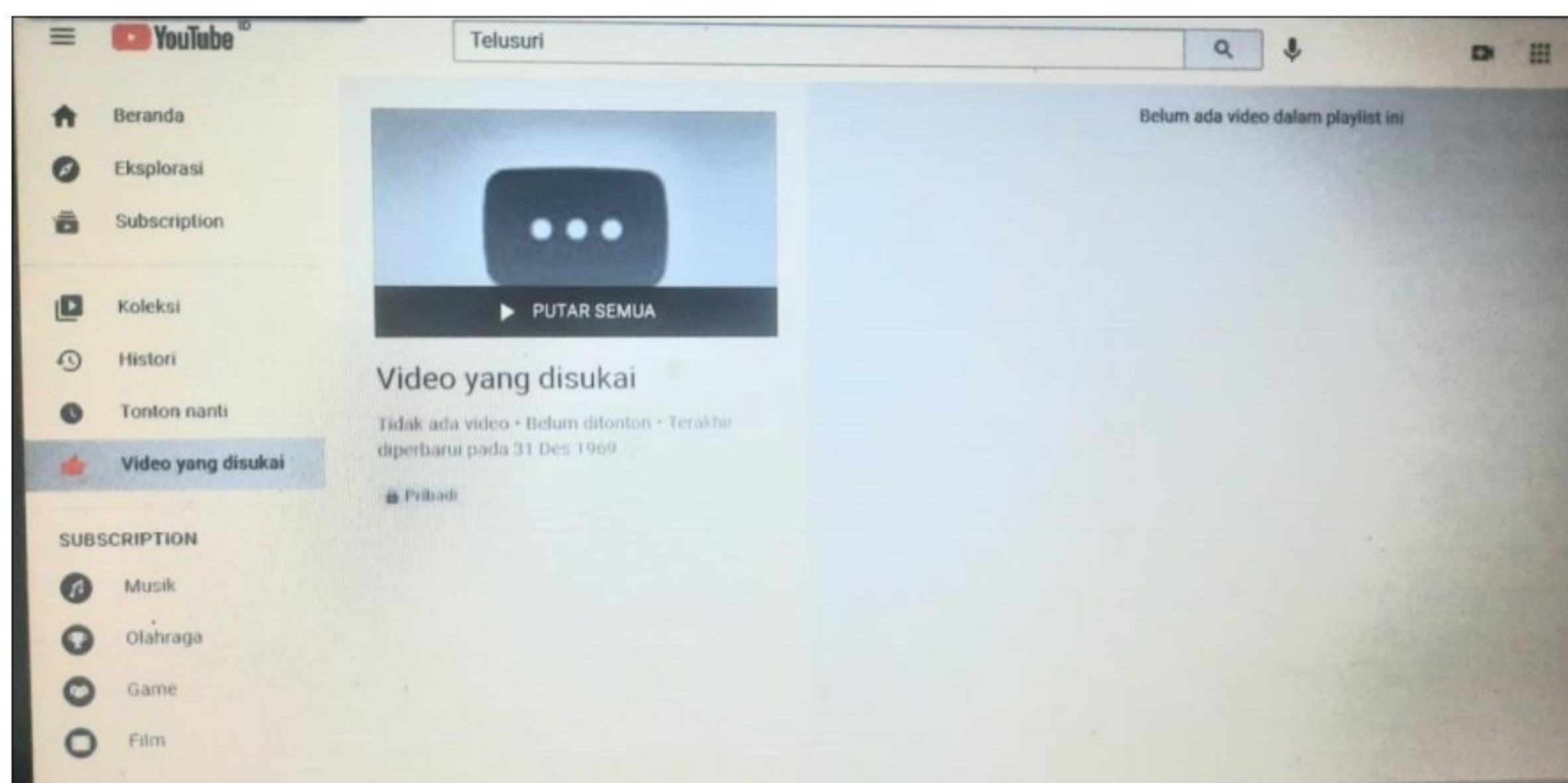
Histori merupakan kumpulan vidio yang kita lihat dan dapat dengan mudah menemukan vidio yang baru-baru ini kita lihat juga menyempurnakan rekomendasi vidio.

F. Tonton nanti

Fitur yang satu ini merupakan fitur yang sedikit memanjakan penggunanya bahwasanya fitur tonton nanti merupakan fitur yang menyimpan vidio tetapi berbeda dengan koleksi yang tidak harus mendownloadnya terlebih dahulu.

G. Vidio yang disukai

Merupakan salah satu fitur yang merekomendasikan vidio vidio berdasarkan apa yang kita sukai dan juga dapat menyimpan vidio yang kita lihat dan sukai tanpa harus mendwonload dahulu.



Gambar 2.7. Tampilan fitur Yang Di Sukai di akses pada tanggal 1 Juli 2021

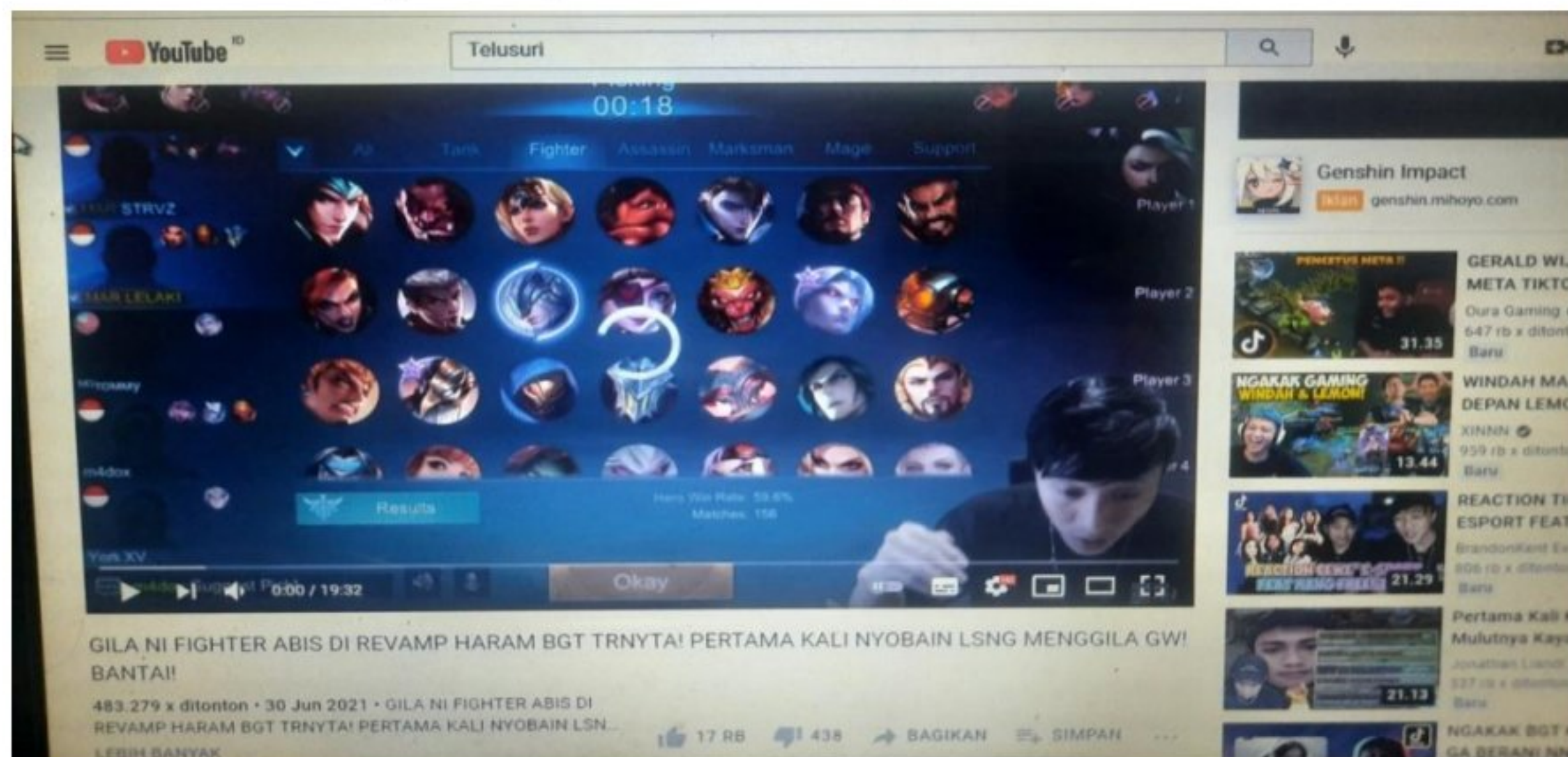
Sumber :youtube.com

2.3 Profil B-kent

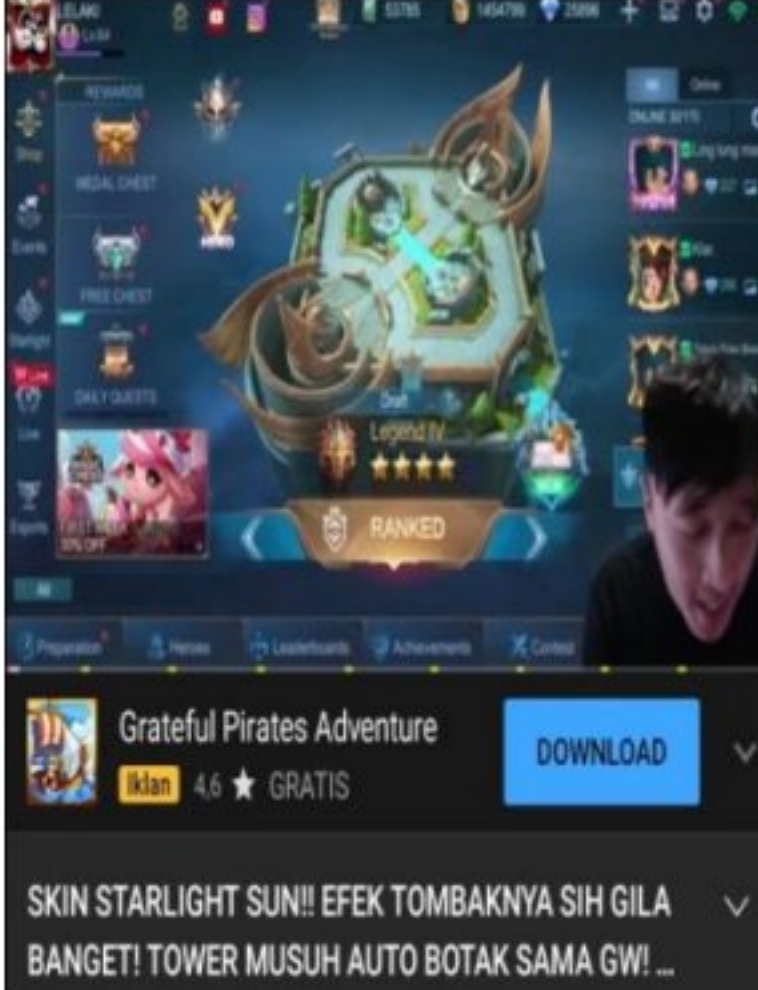
Pria yang bernama aslikan Brandon Sugianto Kenjtana atau sering disapa dengan nama B-kent merupakan salah satu atlet E-sport Indonesia dan menjadi konten creator yang cukup terkenal di kalangan dunia gamers. Mendirikan chanel youtube sejak tahun 2015 dan mulai aktif di youtube pada tahun 2016 telah memiliki 5,22 juta subscriber(pengikut) sampai dengan 1 Juli 2021.

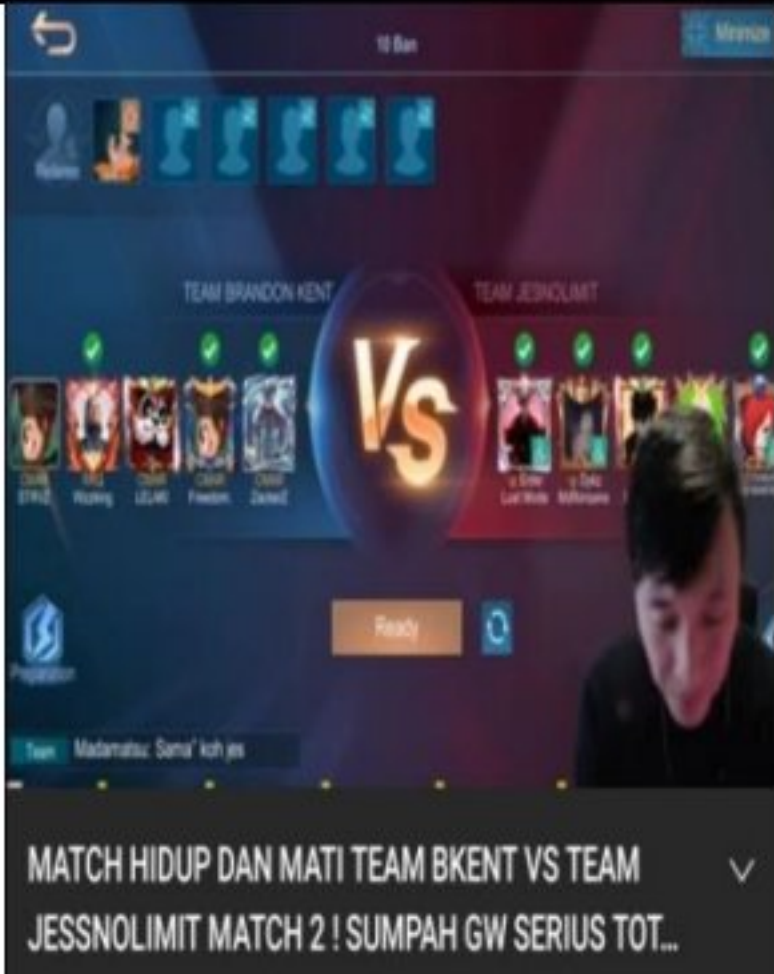
B-kent sendiri mengunggah vidio di youtubanya hamper setiap hari sekali, vidio yang diunggah di youtubanya dalam waktu sehari dapat mencapai ratusan ribu penonton dan ribuan koment dari para penggemarnya. (www.gameyplay.com)

Gambar 2.3 jumlah penonton B-kent (sumber: Youtube.com)



DAFTAR KONTEN CHANEL YOUTUBE B-KENT

NO	KONTEN	PENON TON	LIKE	DISLIKE	COME NT
1	 BUG SUN TERBARU! ANCURIN TOWER TANPA MINION! MUSUHNYA SAMPE JAGA BASE BERLIMA!	580.000	20.000	394	1.900
2	 INI HERO TERHARAM DI MOBILE LEGEND SKRG! BUKAN EUDORA WOY! GILA BANGET 1 VS 5 PUN B...	618.000	23.000	500	1.900
3	 SKIN STARLIGHT SUN!! EFEK TOMBAKNYA SIH GILA BANGET! TOWER MUSUH AUTO BOTAK SAMA GW! ...	707.000	22.000	605	2.000

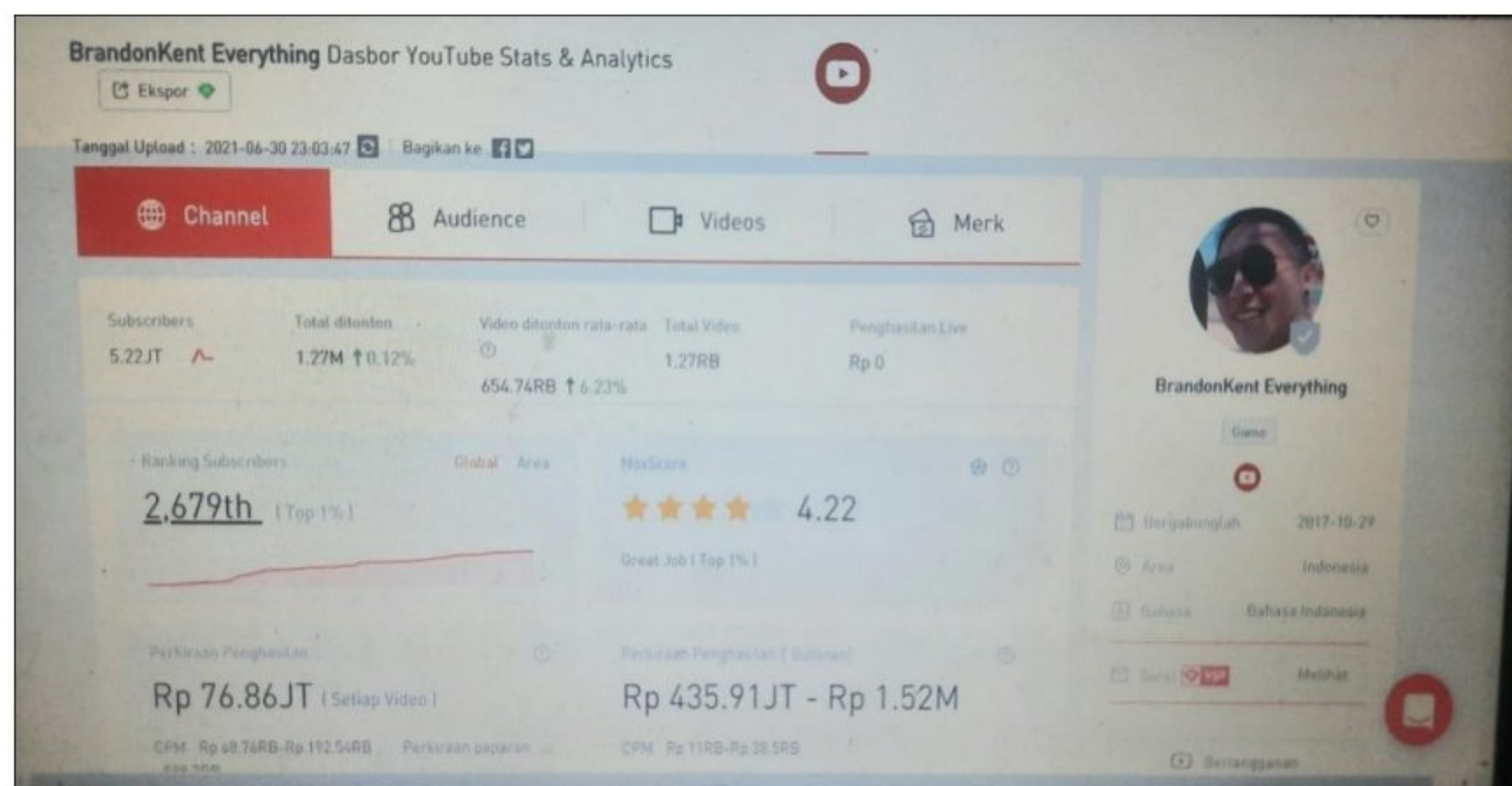
4		596.000	21.000	381	1.600
5		608.000	25.000	405	1.900
6		724.000	26.000	477	2.700

7		605.000	21.000	385	2.500
---	--	---------	--------	-----	-------

Tabel 1.1. daftar konten youtube B-kent

Sumber : Youtube.com

Dari jumlah penonton video yang di unggah B-kent mencapai ratusan ribu perharinya B-kent sendiri dapat meraup hasil hingga ratusan juta rupiah seperti yang dilansir dari id.noxinfluencer.com penghasilan B-kent dari video yang dibuat dan diunggah ke youtube, B-kent di perkirakan dapat menghasilkan uang sebesar Rp,- 435,91 juta hingga Rp,-1,5 miliar rupiah perbulanya tergantung dari banyaknya penonton.



Gambar 2.4 perkiraan penghasilan B-kent. (sumber: id.noxinfluencer.com)

BAB III

TEMUAN PENELITIAN

Pada bab ini pemaparan hasil temuan peneliti mengenai Pengaruh Konten Youtube B-Kent Terhadap Sikap Dan Perilaku Gaya Bicara Pada Siswa SMA Di Semarang hal ini yang bertujuan untuk mengetahui apakah dari sebuah konten di youtube dapat mempengaruhi sikap dan perilaku gaya bicara pada siswa. Dari hasil penyebaran kuesioner dapat disimpulkan Pengaruh Konten Youtube B-Kent Terhadap Sikap Dan Perilaku Gaya Bicara Pada Siswa SMA Di Semarang akan disajikan dengan lengkap sebagai berikut :

3.1 Karakteristik Responden

Responden yang menjadi sumber informasi merupakan remaja siswa SMA di kota Semarang yang sudah mengikuti atau sering menonton chanel B-kent di Youtube. Peneliti melakukan pengelompokan responden berdasarkan jenis kelamin dan usia mereka. Jumlah responden yang berpartisipasi di dalam penelitian ini sebanyak 100 remaja siswa SMA.

Hasil dari jawaban dari responden selanjutnya akan di bahas dan dilakukan pengujian, adapun deskripsi responden sebagai berikut:

Tabel 3.1.
Persentase responden berdasarkan jenis kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Laki-laki	79	79%	Laki- laki
Perempuan	21	21%	
Total	100	100%	

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui bahwa responden berjenis kelamin laki-laki berjumlah sebanyak 79 orang dengan persentase 79% sedangkan

responden berjenis kelamin perempuan berjumlah 21 orang dengan persentase 21%. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berjenis kelamin laki-laki.

tabel 3.2

Persentase Responden Berdasarkan Usia

Usia	Frekuensi	Persentase	Hasil Mayoritas
16 tahun	23	23%	17 tahun
17 tahun	29	29%	
18 tahun	21	21%	
19 tahun	27	27%	
Total	100	100%	

Berdasarkan tabel diatas bahwa responden berusia 16 tahun adalah 23 orang dengan persentase 23%. Selanjutnya diikuti oleh responden berusia 17 tahun dengan jumlah 29 orang dan persentasenya 29%. Lalu responden yang berusia 18 tahun berjumlah 21 orang dengan persentase 21%. Kemudian responden dengan usia 19 tahun dengan jumlah 27 orang dengan persentase 27%. Hal ini dapat menunjukkan bahwa responden terbanyak ialah responden dengan usia 17 tahun, jadi sebagian besar responden yang mengisi kuesioner berusia 17 tahun

3.2 Konten Youtube B-kent

3.2.1. Game yang dimainkan B-kent

Tabel 3.3.

Persentase responden yang menyatakan bahwa game yang dimainkan B-kent menarik dan membuat kagum dalam kemampuan bermainnya.

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	9	9%	Setuju
Tidak Setuju	9	9%	
Netral	24	24%	
Setuju	48	48%	
Sangat Setuju	10	10%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomor 1 diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menjatakan setuju sebanyak 48% bila ditambahkan responden sebanyak 10% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 58% responden setuju bahwa game yang dimainkan B-kent menarik untuk di tonton dan kagum dengan kemampuan B-kent dalam memainkan game. Responden setuju konten B-kent menarik untuk di tonton karna memiliki skill di atas rata-rata.

Tabel 3.4.

Persentase responden yang menyatakan bahwa menonton semua konten B-kent di youtubanya dengan sungguh-sungguh dan fokus

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	10	10%	Setuju
Tidak Setuju	22	22%	
Netral	24	24%	
Setuju	37	37%	
Sangat Setuju	7	7%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 2 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 37% bila ditambahkan responden sebanyak 7% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 44% responden setuju bahwa menonton semua konten B-kent di youtube ketika menonton memperhatikan sungguh-sungguh tanpa melakukan aktivitas lain. Hal ini dikarenakan penonton(pengikut) merasa sangat berguna kemampuan yang di miliki B-kent dalam gamenya untuk dimainkan kembali oleh respondent.

Tabel 3.5.

Persentase responden yang menyatakan bahwa di dalam konten B-kent memainkan permainan yang sedang di gandrungi oleh para anak remaja

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	7	7%	Setuju
Tidak Setuju	7	7%	
Netral	22	22%	
Setuju	51	51%	

Sangat Setuju	13	13%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 3 dari hasil peneltian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 51% bila ditambahkan responden sebnayak 13% sangat setuju maka dapat diketahui sebnayak 64% responden setuju bahwa dalam konten B-kent memainkan game yang sedang digandrungi oleh para anak remaja. Memang konten B-kent di dalam youtubanya banyak memainkan game-game yang sedang banyak di minati di Indonesia, sehingga membuat para anak-anak remaja SMA tertarik untuk menonton konten B-kent di youtubanya. Bukan hanya itu B-kent juga memiliki kemampuan di atas rata-rata dalam setiap bermain game yang di mainkan.

Tabel 3.6

Persentase responden yang menyatakan bahwa dengan menonton konten B-kent menjadi paham tentang strategi permainan game

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	9		Setuju
Tidak Setuju	13	13%	
Netral	20	20%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	15	15%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: kuesioner nomer 4dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 43% bila ditambahkan responden sebnayak 15% sangat setuju maka dapat diketahui sebnayak 58% responden setuju bahwa dengan menonton konten B-kent menjadi paham tentang strategi permainan game. Bukan hanya bermain game saja, B-kent

juga sering membagikan tips dan cara bermain game dengan mudah sehingga membuat para penontonya merasa mendapatkan kemampuan baru dalam bermain game tersebut.

3.2.2 Gaya Bicara B-kent di kontenya

Tabel 3.7.

Persentase responden yang menyatakan bahwa gaya bicara B-kent cenderung negatif bisa diterima sebagai hal yang wajar

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	7	7%	Setuju
Tidak Setuju	16	16%	
Netral	26	26%	
Setuju	40	40%	
Sangat Setuju	11	11%	
Jumlah	100	100%	

Sumber : Kuesioner nomer 5 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 40% bila ditambahkan responden sebanyak 11% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 51% responden setuju bahwa gaya bicara B-kent yang cenderung negative dalam kontenya bisa saya terima sebagai hal yang wajar. Dalam setiap video di kontenya B-kent hampir selalu menggunakan bahasa dan kalimat yang cenderung negative dalam penyampaianya sehingga membuat para viewers (penonton) merasa itu hal wajar karena sering di dengar di setiap video-video nya.

Tabel 3.8.

Persentase responden yang menyatakan bahwa pembawaan di dalam konten B-kent cenderung berkata toxic (kasar)

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	5	5%	Setuju
Tidak Setuju	13	13%	
Netral	20	20%	
Setuju	43	43%	
Sangat Setuju	19	19%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 6 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 43% bila ditambahkan responden sebanyak 19% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 62% responden setuju bahwa pembawaan di dalam konten B-kent cenderung berkata toxic(kasar). B-kent dalam setiap kontennya selalu menyelipkan kata-kata yang kurang pantas di dengar (toxic) untuk kalangan remaja yang masih labil dalam mengontrol emosinya, sehingga dapat terjadi membuat penonton yang masih remaja terbawa mengikuti menyelipkan kata – kata toxic di setiap percakapannya.

3.3 Sikap

3.3.1 Kognitif

Tabel 3.9.

Persentase responden yang menyatakan bahwa mengetahui konten B-kent kurang layak di lihat tetapi tetap menontonnya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	7	7%	Setuju
Tidak Setuju	11	11%	
Netral	30	30%	
Setuju	42	42%	
Sangat Setuju	10	10%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 7 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menjatakan setuju sebanyak 42% bila ditambahkan responden sebanyak 10% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 52% responden setuju bahwa individu mengetahui bahwa konten B-kent dalam youtubanya kurang layak di tonton karena gaya bicara yang kurang sopan tetapi tetap menonton. Konten B-kent yang cenderung memiliki gaya bicara yang kurang sopan dapat mempengaruhi anak-anak remaja dan mengaplikasikanya ke orang di sekitarnya.

3.3.2. Motif Sosial

Tabel 3.10.

Persentase responden yang menyatakan bahwa terpengaruh menonton konten B-kent dari lingkungan sekitar.

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	8	8%	Setuju
Tidak Setuju	10	10%	
Netral	31	31%	
Setuju	44	44%	
Sangat Setuju	7	7%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 8 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 44% bila ditambahkan responden sebanyak 7% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 51% responden setuju bahwa dilingkungan sekitar banyak yang melihat konten B-kent dan terpengaruh untuk mengikuti konten-konten B-kent di youtubanya. Hal ini dapat dilihat dari tenarnya game yang sama di mainkan oleh B-kent yang dimana membuat B-kent semakin terkenal dan secara tidak langsung mempengaruhi lingkungan penonton dan ikut menonton.

3.3.3. Afektif

Tabel 3.11.

Persentase responden yang menyatakan bahwa konten youtube B-kent mempengaruhi perasaan menjadi lebih agresif

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	16	16%	Setuju
Tidak Setuju	21	21%	
Netral	29	29%	
Setuju	30	30%	
Sangat Setuju	4	4%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 9 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menjatakan setuju sebanyak 30% bila ditambahkan responden sebanyak 4% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 34% responden setuju bahwa konten youtube B-kent mempengaruhi perasaan saya menjadi lebih agresif. Dalam hal ini konten B-kent sangat meberikan dampak bagi penonton yang sering mengikuti vidionya dan dapat terbawa suasana saat bermain game yang sama.

3.4 Konatif

Tabel 3.12.

Persentase responden yang menyatakan bahwa setelah sering menonton konten B-kent terjadi perubahan pada sikap menjadi lebih baik

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	13	13%	Tidak setuju
Tidak Setuju	29	29%	
Netral	28	28%	
Setuju	24	24%	
Sangat Setuju	6	6%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 10 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan tidak setuju sebanyak 29% bila ditambahkan responden sebanyak 13% sangat tidak setuju maka dapat diketahui sebanyak 42% responden tidak setuju bahwa setelah sering menonton konten B-kent terjadi perubahan pada sikap saya menjadi lebih baik. Hal ini dikarenakan sikap dan perilaku B-kent sendiri cenderung bersikap negatif hal ini sangat terbalik dengan apa yang di maksud oleh sikap yang menjadi lebih baik.

Tabel 3.13.

Persentase responden yang menyatakan bahwa menonton konten B-kent membuat sikap semakin buruk

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	19	19%	Netral
Tidak Setuju	20	20%	
Netral	33	33%	
Setuju	26	26%	
Sangat Setuju	2	2%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 11 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan netral sebanyak 33% maka dapat diketahui responden menyatakan netral bahwa menonton konten B-kent membuat sikap saya semakin buruk.

3.4. Perilaku Gaya Bicara

3.4.1. Tingkat Emosional

Tabel 3.14.

Persentase responden yang menyatakan bahwa setelah menonton konten B-kent cenderung mudah marah saat bermain game yang sama

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	17	17%	Setuju
Tidak Setuju	24	24%	
Netral	20	20%	
Setuju	32	32%	

Sangat Setuju	7	7%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: kuesioner nomer 12 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 32% bila ditambahkan responden sebanyak 7% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 39% responden setuju bahwa setelah menonton konten B-kent saya cenderung mudah marah saat bermain game yang sama.

Tabel 3.15.

Persentase responden yang menyatakan bahwa sering menonton konten B-kent membuat lebih sabar dalam bermain game dan di dunia nyata.

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	15	15%	Setuju
Tidak Setuju	16	16%	
Netral	30	30%	
Setuju	34	34%	
Sangat Setuju	5	5%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 13 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 34% bila ditambahkan responden sebanyak 5% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 39% responden setuju bahwa sering menonton konten B-kent membuat jauh lebih sabar dalam bermain game yang sama dan kehidupan sehari-hari

Tabel 3.16.

Persentase responden yang menyatakan bahwa adanya keinginan untuk mencari tahu kata-kata baru yang di dengar setelah menonton konten B-kent

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	10	10%	Netral
Tidak Setuju	11	11%	
Netral	44	44%	
Setuju	31	31%	
Sangat Setuju	4	4%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 14 dari hasil peneltian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan netral sebanyak 44% maka dapat diketahui bahwa adanya rasa keingin tahuan untuk mencari tau kata-kata baru yang di dengar setelah menonton konten B-kent. Hal yang baru dan unik yang terdapat di dalam konten B-kent membuat para penontonya bersikap netral hal ini di karenakan bahwa kemungkinan kosa kata baru yang di dengar memiliki arti yang kurang pantas di ucapkan.

3.4.2. Gaya Bicara

Tabel 3.17.

Persentase responden yang menyatakan bahwa sering mengikuti gaya bicara B-kent untuk di gunakan sehari-hari

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	8	8%	Setuju
Tidak Setuju	17	17%	
Netral	34	34%	
Setuju	38	38%	
Sangat Setuju	3	3%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 15 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 38% bila ditambahkan responden sebanyak 3% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 41% responden setuju bahwa sering mengikuti gaya bicara B-kent untuk digunakan sehari-hari. Keunikan dan cirri khas gaya bicara B-kent itu sendiri yang membuat para penontonya mengikuti gaya bicara agar dapat dikenal juga di lingkungan sekitarnya.

Tabel 3.18.

Persentase responden yang menyatakan bahwa berteriak atau berbicara dengan kencang saat mengobrol dengan orang lain

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	18	18%	Setuju
Tidak Setuju	16	16%	
Netral	29	29%	

Setuju	34	34%	
Sangat Setuju	3	3%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 16 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan setuju sebanyak 34% bila ditambahkan responden sebanyak 3% sangat setuju maka dapat diketahui sebanyak 37% responden setuju bahwa berteriak atau berbicara dengan kencang saat mengobrol dengan orang lain.

Tabel 3.19.

Persentase responden yang menyatakan bahwa berbicara dengan sesama teman menggunakan bahasa yang toxic yang di dapat dari konten B-kent

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	15	15%	Netral
Tidak Setuju	18	18%	
Netral	34	34%	
Setuju	29	29%	
Sangat Setuju	4	4%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 17 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas, mayoritas responden menyatakan netral sebanyak 34% bahwa berbicara dengan sesama teman menggunakan bahasa yang toxic yang di dapat dari konten B-kent

3.4.3. Rasa Hormat

Tabel 3.20.

Persentase responden yang menyatakan bahwa hilangnya rasa hormat dalam perilaku pada orang tua atau teman sebaya

Nilai	Jumlah	Persentase	Hasil Mayoritas
Sangat Tidak Setuju	28	28%	Netral
Tidak Setuju	21	21%	
Netral	31	31%	
Setuju	19	19%	
Sangat Setuju	1	1%	
Jumlah	100	100%	

Sumber: Kuesioner nomer 18 dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas, mayoritas responden menyatakan netral sebanyak 31% bahwa hilangnya rasa hormat dalam perilaku pada orang tua atau teman sebaya. Dalam konten B-kent sendiri tidak menunjukkan hilangnya rasa hormat ke siapapun dan membuat penonton dapat mengaplikasikan kosa kata yang baik di gunakan ke teman sebaya maupun orang yang lebih tua.

3.5 Interval kelas

Berdasarkan hasil penyebaran kuesioner kepada 100 orang, maka dapat ditarik kesimpulan tentang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap Dan Perilaku Gaya Bicara Siswa SMA Di Semarang terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA, maka akan digunakan rumus untuk menghitung interval sebagai berikut.

$$I = \frac{(A-B) + 1}{K}$$

Keterangan:

- I : Interval Kelas
 A : Skor Tertinggi
 B : Skor Terendah
 K : Jumlah kelas

3.5.1. Interval Kelas Variabel Konten Youtube B-kent (X)

Variabel konten youtube terbagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel pada penelitian ini memiliki 6 pertanyaan, dimana masing masing skor tertinggi adalah 30 dan terendah adalah 6. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{(A-B) + 1}{K}$$

$$I = \frac{(30-6) + 1}{3}$$

$$= 8$$

SKALA INTERVAL VARIABEL KONTEN YOUTUBE B-KENT (X)

Nilai		Jumlah	Presentase
Rendah	6 – 13	16	16%
Sedang	14 – 21	67	67%
Tinggi	22 – 30	17	17%
Total		100	100%

Tabel 3.21. Skala Interval variabel konten youtube

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah sebesar 16% nilai sedang 67% dan nilai tinggi sebesar 17%. Hal ini menunjukkan bahwa hasil variabel konten youtube terbilang sedang.

3.5.2. Interval Kelas Variabel Sikap (Y1)

Variabel sikap terbagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel pada penelitian ini memiliki 5 pertanyaan, dimana masing masing skor tertinggi adalah 25 dan terendah 5. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut :

$$I = \frac{(25-5)+1}{3}$$

$$= 7$$

SKALA INTERVAL VARIABEL SIKAP (YI)

Nilai		Jumlah	Presentase
Rendah	5 – 11	29	29%
Sedang	12 – 18	51	51%
Tinggi	19 – 25	20	20%
Total		100	100%

Tabel 3.22. Skala Interval variabel sikap

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah sebesar 29% nilai sedang 51% dan nilai tinggi sebesar 20%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel sikap terbilang sedang.

3.5.3. Interval Kelas Variabel Perilaku Gaya Bicara (Y2)

Variabel perilaku gaya bicara terbagi menjadi tiga kelas, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Variabel pada penelitian ini memiliki 7 pertanyaan, dimana masing masing skor tertinggi adalah 36 dan skor terendah adalah 7. Maka hasil penentuan kelas intervalnya adalah sebagai berikut:

$$I = \frac{(36-7)+1}{3}$$

$$= 10$$

SKALA INTERVAL VARIABEL PERILAKU GAYA BICARA (Y2)

Nilai		Jumlah	Presentase
Rendah	7 – 16	16	16%
Sedang	17 – 26	28	28%
Tinggi	27 – 36	56	56%
Total		100	100%

Tabel 3.23. Skala Interval variabel perilaku gaya bicara

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel di atas dapat diketahui jumlah responden dalam penelitian ini memiliki nilai rendah sebesar 16% nilai sedang 28% dan nilai tinggi sebesar 56%. Hal ini menunjukkan bahwa variabel perilaku gaya bicara terbilang tinggi.

3.6 Tabulasi Silang

3.6.1. Tabulasi Silang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap

Variabel	Sikap (Y1)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
konten youtube B-kent (X)	Tinggi	16	16%	39	39%	1	1%
	Sedang	1	1%	25	25%	2	2%
	Rendah	0	0%	2	2%	14	14%
Total		100%					

Tabel 3.24. Tabulasi silang X terhadap Y1

Tabel silang antara X terhadap Y1 menunjukkan bahwa pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara pada siswa ketegori tinggi-tinggi sebesar 16%, tinggi-sedang sebesar 39%, tinggi-rendah 1%, sedang- tinggi 1%, sedang- sedang 25%, sedang- rendah 2%, rendah-tinggi sebesar 0%, rendah – sedang sebesar 2%, rendah – rendah sebesar 14%.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA dengan garis linier yang tinggi - sedang. Jadi pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap siswa SMA hanya memiliki hubungan yang tinggi - sedang terhadap sikap siswa SMA.

3.6.2. Tabulasi Silang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku

Gaya Bicara

Variabel	Perilaku Gaya Bicara(Y2)						
		Tinggi		Sedang		Rendah	
		Jumlah	%	Jumlah	%	Jumlah	%
konten	Tinggi	18	18%	29	29%	9	9%
youtube	Sedang	2	2%	20	20%	6	6%
B-kent	Rendah	0	0%	3	3%	13	13%
(X)							
Total		100%					

Tabel 3.25. Tabulasi silang X terhadap Y2

Tabel silang antara X terhadap Y1 menunjukkan bahwa pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara pada siswa kategori tinggi-tinggi sebesar 18%, tinggi-sedang sebesar 29%, tinggi-rendah 9%, sedang- tinggi 2%, sedang- sedang 20%, sedang- rendah 6%, rendah-tinggi sebesar 0%, rendah – sedang sebesar 3%, rendah – rendah sebesar 13%.

Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh konten youtube B-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA dengan garis linier yang tinggi - sedang. Jadi pengaruh konten youtube B-kent terhadap perilaku gaya bicara siswa SMA hanya memiliki hubungan yang tinggi - sedang terhadap perilaku gaya bicara siswa SMA.

BAB IV

PEMBAHASAN

Pada bab ini peneliti akan menguji data menggunakan uji validitas dan uji realibilitas serta menganalisisnya menggunakan analisis regresi linear sederhana dan menghubungkan dengan teori

4.1 Uji Validitas

Uji validitas bertujuan untuk sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Dalam penelitian ini yang telah melalui proses panjang, uji validitas yaitu untuk menguji validitasnya data kuesioner. Apabila semua pada taraf signifikansi 5% (Azuar 2016:16) maka apabila $r_{hitung} > r_{tabel}$, maka dapat diartikan item kuesioner tersebut valid dan apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$, maka dapat dikatakan item kuesioner tersebut tidak valid. Berikut adalah pengujian validitas antar variabel dengan r_{tabel} 0,195

Dibawah ini merupakan hasil dari uji validitas yang telah diolah berdasarkan ketentuan-ketentuan tersebut.

Tabel 4.1.

Uji validitas pengaruh konten youtube B-kent

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

PENGARUH KONTEN YOUTUBE B-KENT (X)

Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlations	R tabel	Keterangan
X1.1	.1	0,195	Valid
X1.2	.663**	0,195	Valid
X1.3	.737**	0,195	Valid
X1.4	.663**	0,195	Valid

X1.5	.666**	0,195	Valid
X1.6	.607**	0,195	Valid

Tabel 4.2.

Uji validitas sikap siswa SMA di Semarang

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

SIKAP (Y1)

Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlations	R tabel	Keterangan
Y1.1	.688**	0,195	Valid
Y1.2	.636**	0,195	Valid
Y1.3	.353**	0,195	Valid
Y1.4	.288**	0,195	Valid
Y1.5	.407**	0,195	Valid

Tabel 4.3.

Uji validitas perilaku gaya bicarasiswa SMA di Semarang

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

PERILAKU GAYA BICARA SISWA SMA DI SEMARANG (Y2)

Item Pertanyaan	Corrected Item Total Correlations	R tabel	Keterangan
Y2.1	.408**	0,195	Valid
Y2.2	.389**	0,195	Valid
Y2.3	.599**	0,195	Valid

Y2.4	.511**	0,195	Valid
Y2.5	.426**	0,195	Valid
Y2.6	.492**	0,195	Valid
Y2.7	.266**	0,195	Valid

Tabel 4.4. Uji validitas perilaku gaya bicara

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

Berdasarkan tabel diatas 4.1 dapat dilihat bahwa r hitung memiliki lebih besar dari pada r tabel, maka dapat disimpulkan bahwa setiap pertanyaan di variabel X semua valid. Pada tabel 4.2 juga dapat dilihat bahwa r hitung lebih besar dari pada r tabel dan dapat disimpulkan juga bahwa setiap pertanyaan variabel Y1 semua valid. Lalu pada tabel 4.3 berdasarkan hasil yang telah di dapatkan dapat terlihat bahwa r hitung lebih besar daripada r tabel, dan maka dapat di simpulkan bahwa setiap pertanyaan di variabel Y2 semua valid.

Setelah mengetahui hasil dari uji validitas, kita juga melakukan uji reliabilitas untuk mengetahui tingkat konsistensi instrument dalam mengukur apa yang seharusnya diukur dengan baik.

4.2 Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah tingkat konsistensi instrument dalam mengukur apa yang seharusnya diukur. Instrument yang reliabel adalah instrument yang memberikan hasil yang konsisten. Seperti samanya halnya dengan validitas, instrument reliabilitas juga memerlukan uji secara statistik (Edi Suryadi, 2019:187). Kriteria penilaian uji reliabilitas adalah apabila hasil koefisien Alpha lebih besar dari pada 0,60 maka kuesioner disebut reliable sedangkan apabila hasil koefisien Alpha lebih kecil dari pada 0,60 maka kuesioner disebut tidak reliabel.

Tabel 4.4.**Uji Reliabilitas**

Sumber : Diolah dari hasil penelitian

HASIL UJI RELIABILITAS

No	Variabel	Nilai Alpha	CronbachAlpha	Keterangan
1	Konten Youtube	.905	0,60	Reliabel
2	Sikap	.805	0,60	Reliabel
3	Perilaku Gaya Bicara	.932	0,60	Reliabel

Dapat dilihat pada tabel di atas bahwa menunjukkan nilai alpha pada masing-masing variabel adalah lebih besar dari koefisien alpha cronbach yaitu 0,60. Maka dapat di simpulkan bahwa instrument penelitian yang digunakan untuk mengukur pengaruh konten youtube,sikap, dan perilaku gaya bicara siswa SMA dapat dikatakan reliabel atau dapat dipercaya. Setelah mengetahui hasil dari uji reliabilitas selanjutnya kita menganalisis menggunakan regresi linier sederhana.

4.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Hal ini dapat diketahui dengan melihat perhitungan sebagai berikut:

$$\text{Rumus : } Y = a + bX$$

Keterangan :

Y = Variabel Dependen yang diprediksi

X = Variabel Independen yang mempunyai nilai tertentu

a = Nilai intercept

b = Koefisien Variabel Independen

4.3.1. Regresi Sederhana Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap

Tabel 4.5.

Hasil Uji Regresi pada Pengaruh Konten Youtube B-kent

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.758 ^a	.574	.570	2.67775

a. Predictors: (Constant), konten youtube b-kent

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel sikap sebesar 0,758. Dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,574 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel bebas Konten Youtube B-kent terhadap variabel terikat Sikap adalah sebesar 57,4%.

4.3.2. Regresi Sederhana Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku Gaya Bicara

Tabel 4.6.

Hasil Uji Regresi pada Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku Gaya Bicara

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.681 ^a	.463	.458	4.81973

Besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel perilaku gaya bicara sebesar 0,681. Dan output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,463 yang mengandung pengertian bahwa besarnya pengaruh variabel bebas Konten Youtube terhadap variabel terikat perilaku gaya bicara adalah sebesar 46,3%

Setelah mengetahui hasil dari regresi linier sederhana selanjutnya kita melakukan pengujian dengan uji t yang dimana uji t digunakan untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat.

4.4. Uji t

Pengujian hipotesis menguji uji t untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat secara parsial dengan ketentuan angka sig $< \alpha = 0,05$. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 di tolak dan H_1 diterima dan jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak.

Tabel 4.7.

Uji Digital Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap Siswa SMA Di Semarang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	T tabel
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.478	1.043		3.334	.001	1.98422
Konten youtube B-kent	.569	.049	.758	11.497	.000	

a. Dependent Variable sikap

Nilai konstanta sebesar 3.478 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel sikap adalah sebesar 3.478. sedangkan koefisien regresi penagruh konten youtube b-kent sebesar 0,569. Menyaqtakan bahwa setiap perubahan 1% nilai pengaruh konten youtube b-kent terhadap sikap bertambah sebesar 0,569. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa ada penagruh variabel X terhadap Y1 adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukan bahwa t hitung > t tabel, yaitu 11.497 lebih besar dari t tabel 1,98422 yang artinya Ho ditolak dan H1 di terima. Serta $\text{sig} < \alpha$ yaitu .000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas pengaruh konten youtube b-kent memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sikap.

Uji Digital Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Perilaku gaya Bicara Siswa SMA di Semarang

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.	T tabel
	B	Std. Error	Beta			
1 (Constant)	3.570	1.878		1.901	.060	1.98422
Konten youtube B-kent	.819	.089	.681	9.197	.000	

a. Dependent Variable perilaku gaya bicara

Nilai konstanta sebesar 3.570 mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel perilaku gaya bicara adalah sebesar 3.570. sedangkan koefisien regresi pengaruh konten youtube b-kent sebesar 0,819. Menyatakan bahwa setiap perubahan 1% nilai pengaruh konten youtube b-kent terhadap perilaku gaya bicara bertambah sebesar 0,569. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa terdapat pengaruh variabel X terhadap Y2 adalah positif.

Hasil dari tabel diatas menunjukkan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 9.197 lebih besar dari t_{tabel} 1,98422 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 di terima. Serta $sig < \alpha$ yaitu .000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas pengaruh konten youtube b-kent memiliki pengaruh terhadap variabel terikat perilaku gaya bicara.

4.4.Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian, yang menggunakan alat pengumpul kuesioner serta analisis data yang menggunakan sebuah aplikasi SPSS versi 22, maka selanjutnya peneliti akan menghubungkan hasil dari penelitian yang sudah di olah menggunakan teori supaya dapat memberikan jawaban tujuan dari penelitian ini.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori kegunaan dan gratifikasi (Uses and Gratification Theory). Dimana teori ini menyatakan bahwa orang secara

aktif mencari media tertentu dan muatan tertentu untuk menghasilkan sesuatu tertentu.

Pada pernyataan orang secara aktif mencari informasi atau media tertentu yang dimana dapat menghasilkan sesuatu yang dianggap menghibur bagi penikmatnya, dalam penelitian ini dapat dihubungkan pada variabel pengaruh konten youtube b-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang. jadi penonton konten B-kent merasa memiliki perubahan sikap dan perilaku gaya bicara setelah menonton konten youtube B-kent.

Perhitungan variabel ini dibuktikan pada uji t yakni Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap menunjukan bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 11.497 lebih besar dari t_{tabel} 1,98422 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 di terima. Serta $sig < \alpha$ yaitu .000 lebih kecil dari 0,05 hal ini membuktikan bahwa variabel bebas pengaruh konten youtube b-kent memiliki pengaruh terhadap variabel terikat sikap, dan memiliki hasil yang telah terbukti pada teori yang telah di sebutkan.

dalam pernyataan khalayak atau orang secara tanggap mecari muatan tertentu untuk menghasilkan sesuatu tertentu dalam penelitian ini dapat dihubungkan ke dalam variabel pengaruh konten youtube b-kent terhadap perilaku gaya bicara.

Perhitungan variabel ini di buktikan dari uji t bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, yaitu 9.197 lebih besar dari t_{tabel} 1,98422 yang artinya H_0 ditolak dan H_1 di terima. Serta $sig < \alpha$ yaitu .000 lebih kecil dari 0,05 yang membuktikan bahwa variabel bebas pengaruh konten youtube b-kent memilki pengaruh terhadap variabel terikat perilaku gaya bicara.

Adapun asumsi-asumsi dasar yang terdapat dalam pendekatan uses and gratification menurut Katz, Blumer dan Gurevitch (Morisaan 2013) adalah:

1. Khalayak dianggap aktif yang dimana artinya sebagian penting dari penggunaan diasumsikan mempunyai tujuan

2. Dalam proses komunikasi massa banyak inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak.
3. Media massa harus bersaing dengan sumber sumber yang ada untuk memberikan kepuasan kebutuhanya: kebutuhan yang dipenuhi media hanya bagian dari rentangan kebutuhan orang yang lebih luas. Kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media sangat bergantung pada perilaku orang atau khalayak yang bersangkutan.
4. Banyak tujuan pemilihan media massa sisimpulkan dari data yang telah diberikan anggota khalayak: yang dimana meiliki arti orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi tertentu.
5. Penelitian tentang arti cultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak

Inti dari teori uses and gratifications adalah khlayak pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khalayak akan terpenuhi. Maka dapat dikatakan khalayakn akan menggunakan media (uses) tertentu sesuai dengan kebutuhan masing-masing untuk mendapatkan apa yang mereka butuhkan(gratification).

Dari hasil tersebut dapat diketahui bahwa sosial media youtube dapat menjadi alasan seseorang untuk mengkonsumsi suatu hal, informasi disampaikan oleh pihak konten creator (B-kent) sebagai komunikator yang memiliki nilai untuk dapat dipercaya serta memiliki keahlian mampu mempengaruhi penonton konten youtube b-kent sehingga terjadi tindakan berupa mengkonsumsi hal yang disampaikan tersebut.

BAB V

PENUTUP

Bab ini berisikan mengenai kesimpulan dan saran yang di hasilkan dari sebuah penelitian tentang Pengaruh Konten Youtube B-kent Terhadap Sikap Dan Perilaku Gaya Bicara Siswa SMA di Semarang.

5.1 Kesimpulan

Hasil dari penelitian ini yang menunjukan adanya pengaruh konten youtube b-kent terhadap sikap dan perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang hal tersebut dapat dibuktikan dari hasil:

1. Hasil hipotesis penelitian H1 menyatakan bahwa adanya pengaruh konten oleh akun B-kent terhadap sikap siswa SMA di Semarang. Hal ini dapat dilihat dengan pernyataan responden yang setuju B-kent memainkan game yang menarik dan memiliki kemampuan dalam bermain game, memainkan game yang sedang digandrungi oleh para anak remaja, serta memberikan pemahaman tentang strategi permainan dalam game tersebut. Hal ini juga di dukung dengan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel pengaruh konten youtube sebesar 0,758. Dari output tersebut di peroleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,574 yang dimana memiliki arti bahwa besarnya pengaruh variabel bebas konten youtube B-kent terhadap variabel terikat sikap adalah sebesar 57,4% sehingga dapat dikatakan bahwa hipotesis 1 dapat dinyatakan terbukti.
2. Hasil hipotesis pada penelitian H2 menyatakan bahwa adanya pengaruh konten youtube dari akun B-kent terhadap perilaku gaya bicara siswa SMA di Semarang. Hal ini di buktikan dengan pernyataan oleh responden yang setuju bahwa B-kent memiliki ciri khas dalam

pembawaan bicaranya yang terdengar negative, ucapan atau kata kata yang dilontarkan B-kent bersifat toxic(kasar)

Hal ini juga di dukung dengan besarnya nilai korelasi dari perhitungan regresi linier sederhana besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) pada variabel pengaruh konten youtube sebesar 0,681. Dari output tersebut di peroleh koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,463 yang dapat diartikan bahwa besarnya pengaruh variabel bebas konten youtube b-kent terhadap variabel terikat perilaku gaya bicara adalah sebesar 46,3% sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis 2 dinyatakan terbukti.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas maka, peneliti dapat memberikan saran sebagai berikut :

1. Bagi Chanel Youtube B-kent

Disarankan terhadap pemilik chanel B-kent diharapkan dapat memberikan influens yang positif bagi para penontonya, yang dimana dapat membangun ke kreatifitasan anak-anak muda untuk menjadi sukses dalam usia muda.

2. Bagi Subscriber Chanel B-kent

Di harapkan dapat memilah ucapan,sikap maupun perilaku konten creator tersebut yang dimana bagi subscribers di harapkan mampu menerima sisi baik dan positif dan membuang hal hal negative yang ada dalam konten tersebut.

3. Bagi peneliti Selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan bisa membuat pembaruan maupun memnabhakan dari penelitian ini seperti pembaruan teori, variabel yang dimana nantinya akan di gunakan dan analisa data yang digunakan agar hasil penelitian selanjutnya lebih bervariasi dan lebih baik lagi.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Arianti Gusmia. (2017). Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path
- Arikunto,S.(2013). Prosedur penelitian: Suatu Pendekatan Praktik. Jakarta:RinekaCipta
- Azwar, Saefudin.(2016). Sikap Manusia. Yogyakarta:Pustaka Belajar
- Damiati,Dkk. ISBN.(2017). (hal:36)
- Dantes,Nyoman.(2012). Metode Penelitian. Yogyakarta:ANDI
- Edi suryadi, Deni Darmawan, Ajeng Mulyadi(Metode penelitian komunikasi dengan pendekatan kuantitatif 2019)
- Efendy,Onong Uchyana.(2012). Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya. Bandung:Remaja Rosdakarya
- Mardiastika, E. (2012). Analisis pengaruh kualitas layanan, kulaitas film, efek komunikas, dan persepsi harga terhadap sikap menonton dan implikasinya terhadap minat menonton.
- Siswanta.(2015). Informasi Kesehatan di Media Online. Vol.13. No. 3, (hal:210-223)
- Sugiyono. 2015. Meteode penelitian pendidikan (pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D). penerbit CV. Alfabeta: Bandung
- Sugiyono. 2013. Metode penelitian pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Samosir Timoria Farnsiska. (2019). Efektivitas Youtube Sebagai Media Pembelajaran Mahasiswa(studi kasus di fakultas FISIP Universitas Bengkulu)
- Septian Ade. (2020). Pengaruh review film pada akun twiter @watchmenID terhadap kepuasan dan minat menonton pengikut @watchmenID

Winda Fronika. (2019). Pengaruh Media Sosial Terhadap Sikap remaja.(Sekolah Tinggi Sandi Negara)

Wasit Iskandar dan Dadang Sunendar. Strategi Pembelajaran Bahasa.cet 4,Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.2013.

JOURNAL

<http://journal-old.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905/1063>

<http://repository.umy.ac.id/bitstream/handle/123456789/23373/6.%20BAB%20II.pdf?sequence=6&isAllowed=y>

<http://www.fisip.undip.ac.id/>

<https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurnakomunikasi/article/view/10929/10518>

<https://eprints.uny.ac.id/>

<http://repositori.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/28075/160904108.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

<http://e-journal.uajy.ac.id/12036/3/MTF021452.pdf>

[https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/12/Jurnal%20kas%20\(12-11-14-02-04-52\).pdf](https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/wp-content/uploads/2014/12/Jurnal%20kas%20(12-11-14-02-04-52).pdf)

<https://jurnal.untirta.ac.id/index.php/jpsd/article/view/1037/2686>

[https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse/article/download/5861/3269#:~:text=Menurut%20Siregar%20\(2016%3A138\),suatu%20objek%20atau%20fenomena%20tertentu.](https://ejournal.bsi.ac.id/ejurnal/index.php/ijse/article/download/5861/3269#:~:text=Menurut%20Siregar%20(2016%3A138),suatu%20objek%20atau%20fenomena%20tertentu.)

<http://e-jurnal.stikes-isfi.ac.id/index.php/JIIS/article/view/110/92>

<https://jurnalmanajemen.petra.ac.id/index.php/man/article/view/19227>

https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=AEZQDAAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA1&dq=psikologi+komunikasi&ots=P9Chimnh04&sig=PZtlCon0uA36uEMZiR8hguKcQvk&redir_esc=y#v=onepage&q=psikologi%20komunikasi&f=false

<https://journal.untar.ac.id/index.php/jmishumsen/article/view/1035/938>

ONLINE

<https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-separuh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial>

www.komunikasipraktis.com/2019/05/pengertian-konten

<https://dosensosiologi.com/>

[https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4865/Maria+Ulfah%](https://kominfo.go.id/index.php/content/detail/4865/Maria+Ulfah%20)

<https://www.komunikasipraktis.com/2019/05/>

<https://semarangkota.bps.go.id/statictable/2017/08/10/84/penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin-di-kota-semarang-hasil-sp>