

**PENGARUH MENONTON KONTEN YOUTUBE “KEPERCAYAAN
DIRI: FONDASI UTAMA PUBLIC SPEAKING” DI CHANNEL “MAYA
RACHMA” TERHADAP MOTIVASI BELAJAR DAN PENINGKATAN
KEMAMPUAN PUBLIC SPEAKING PADA SUBSCRIBER**

SKRIPSI

Disusun untuk memenuhi persyaratan menyelesaikan Pendidikan Strata 1 (S-1)

Fakultas Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Umi Alifiyah Kistin

(32802100096)

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM
SULTAN AGUNG SEMARANG**

2025

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Umi Alifiyah Kistin

Nim : 32802100096

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi yang saya susun dengan judul:

“Pengaruh Menonton Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di Channel Maya Rachma Terhadap Motivasi dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada Subscriber”

Saya menyatakan bahwa penelitian ini sepenuhnya adalah benar-benar hasil karya saya sendiri bukan hasil dari skripsi atau karya ilmiah orang lain. Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademis yang berlaku sebagai bentuk konsekuensi dari kecurangan yang saya lakukan. Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dapat digunakan sebagai mana mestinya.

Semarang, 25 September 2025

Yang Tertanda



Umi Alifiyah Kistin

Nim 32802100096

HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Menonton Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di Channel “Maya Rachma” Terhadap Motivasi Belajar dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber.

Nama Penyusun : Umi Alifiyah Kistin

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Telah Diperiksa dan Dinyatakan Sah Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan dan Memenuhi Mata Kuliah Skripsi.

Semarang, 25 September 2025

Menyetujui,

Dosen Pembimbing



Fikri Shofin Mubarak SE., M.I.Kom

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimarah, S.Sos, M.Si

NIK. 211109008

HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Pengaruh Menonton Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di Channel “Maya Rachma” Terhadap Motivasi Belajar dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber.

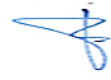
Nama Penyusun : Umi Alifiyah Kistin

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Komunikasi

Dinyatakan sah sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan Strata 1.

Dosen Penguji:

1. Ibu Trimanah S.Sos.,M.Si ()
2. Bpk Fikri Shofin Mubarak SE.M.I.Kom ()
3. Bpk Dr. Munarok S.Sos., M.Si ()

Mengetahui,

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



Trimanah, S.Sos,M.Si

NIK.211109007

Semarang, 25 September 2025

Peneliti



Umi Alifiyah Kistin

MOTTO

“Setiap pembicaraan adalah public speaking, baik kepada satu orang maupun seribu orang.”

(Roger Love)

“Cara membangun kepercayaan diri adalah dengan melakukan hal yang paling ditakuti, lalu mengumpulkan jejak-jejak keberhasilan dari pengalaman itu.”

(William Jennings Bryan)

“Tugas kita bukanlah untuk berhasil, tugas kita adalah untuk mencoba karena didalam mencoba itulah kita menemukan kesempatan untuk berhasil.”

(Buya Hamka)

“Allah tidak mengatakan hidup ini mudah, tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya Bersama kesulitan ada kemudahan.”

(Qs. Al-Insyirah : 5-6)

“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”

(Qs. Al-Baqarah : 286)

*“Perang telah usai, aku bisa pulang
kubaringkan panah dan berteriak MENANG!!”*

Nadin Amizah_

PERSEMBAHAN

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji bagi Allah SWT atas segala nikmat atas segala rahmat, kemudahan, dan kekuatan yang tak henti mengiringi setiap langkah dalam proses ini, sehingga penulis dapat menyelesaikan tugas akhir ini guna meraih gelar strata 1 dengan lancar.

Tiada lembar paling indah dalam laporan skripsi ini kecuali lembar persembahan.

Karya ini penulis persembahkan sebagai tanda bukti kepada orang tua tercinta, adik, keluarga, saudara, sahabat, dan teman teman yang selalu memberikan support untuk menyelesaikan skripsi ini.



KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT karena berkat rahmat, hidayah, serta karunia-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Pengaruh Konten YouTube ‘Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking’ terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada Subscriber”.

Shalawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan para sahabatnya hingga umatnya sampai akhir zaman. Skripsi ini disusun guna memenuhi salah satu syarat kelulusan gelar Strata Satu (S1) di jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang, dan dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis mendapat banyak sekali bantuan, bimbingan serta dukungan dari berbagai pihak, sehingga dalam kesempatan ini penulis juga bermaksud menyampaikan rasa terima kasih kepada :

1. Allah SWT yang telah memberikan kekuatan, keteguhan hati, dan kesehatan selama proses penyusunan skripsi ini.
2. Cinta pertama dan panutanku Bpk Pramono dan pintu surgaku Ibu Umbarwati rumah pertama tempatku kembali. Terimakasih atas usaha, pengorbanan yang telah diberikan pada anak perempuan pertamanya, serta dukungan baik dari moral dan materi, fasilitas yang nyaman, makanan yang enak, uang saku yang cukup, cinta yang tulus, dan doa yang tak pernah putus yang telah diberikan sepanjang perjalanan hidup penulis. Tanpa kasih sayang, kesabaran, dan pengorbanan bapak ibu, penulis tidak akan mampu berada pada titik ini. Segala keberhasilan yang penulis raih hari ini tidak lepas dari doa, kerja keras, dan

cinta beliau yang begitu besar. Semoga Allah senantiasa melimpahkan kesehatan, kebahagiaan, dan keberkahan untuk bapak ibu tercinta.

3. Ibu Trimamah, S.Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang.
4. Bapak Urip Mulyadi, M.I.Kom selaku ketua program Studi Ilmu Komunikasi dan dosen wali, terima kasih atas saran, nasehat, ilmu dan pengalaman berharga yang telah diberikan selama proses perkuliahan.
5. Bapak Fikri Shofin Mubarak, SE.,M.I.Kom, selaku dosen pembimbing saya yang telah meluangkan waktunya untuk bimbingan seminar sampai skripsi, terimakasih atas ilmu, dukungan, bimbingan, nasehat, hingga saran dan masukannya sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsinya.
6. Seluruh dosen prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang atas ilmu dan pengalaman yang telah diberikan.
7. Seluruh staff dan karyawan prodi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan studi Ilmu Komunikasi.
8. Adik penulis Aisyiyah Nadziroh, terima kasih atas segala bentuk dukungan dan kebersamaan yang telah diberikan selama ini. Meskipun mungkin kita tidak selalu dekat secara pribadi, kehadiranmu tetap menjadi bagian dari perjalanan hidup yang berarti.
9. Teruntuk keluarga besar penulis terima kasih yang sebesar-besarnya telah menjadi bagian penting dalam perjalanan hidup ini. Terima kasih atas doa, dukungan, serta kehangatan yang senantiasa penulis rasakan, baik dalam suka

maupun duka, kebersamaan, hingga pelajaran hidup yang saya terima dari keluarga besar menjadi bekal yang sangat berharga dalam langkah ke depan.

10. Teruntuk member Girls Earth (Alfiyah Rohmatun Nisa, Fiiyana Dhirotul Muna, Elva Fitri Nur Salsabila), terima kasih telah menjadi bagian penting dari setengah perjalanan hidup penulis, yang selalu ada di setiap jatuh bangunnya penulis, menyaksikan setiap proses kecil yang dijalani selama masa perkuliahan hingga saat ini. Terima kasih atas motivasi, dukungan, dan semangat yang kalian berikan tanpa henti, hadirnya kalian bukan hanya sekadar teman, melainkan keluarga yang selalu menguatkan dalam suka maupun duka, semoga Allah senantiasa melimpahkan kebahagiaan, kelancaran, dan keberkahan dalam setiap langkah perjalanan hidup kalian.

11. Teman angkatan 2021 dan sahabat seperjuangan Tesya Dwi Rahmawati yang telah menemani sejak awal perkuliahan (maba) hingga detik terakhir penyusunan skripsi ini, terima kasih atas segala dukungan, semangat, tawa, dan perjuangan bersama yang tidak akan pernah terlupakan. Meskipun kelak arah tujuan kita mungkin berbeda, semoga pertemanan ini tetap terjaga, dan semoga kebahagiaan selalu menyertai kita dalam setiap langkah kehidupan.

12. Para responden dan seluruh pihak yang telah membantu dalam pengumpulan data sehingga penelitian ini dapat terselesaikan

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih memiliki banyak kekurangan. Oleh karena itu, penulis sangat mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan ke depan. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembaca, serta menjadi kontribusi kecil dalam dunia pendidikan dan penelitian.

ABSTRACT

Pengaruh Menonton Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” Di Channel “Maya Rachma” Terhadap Motivasi Belajar Dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber

Umi Alifiyah Kistin

Maya Rachma merupakan sebuah *channel* youtube yang bersifat edukasi nonformal yang berfokus pada pengembangan keterampilan public speaking dan keterampilan komunikasi lainnya. Adapun permasalahan penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh konten public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten YouTube berjudul “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” yang ditayangkan pada *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber*. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivisme, dengan menggunakan teori S-O-R (*Stimulus Organisme Respons*) yang menjelaskan bahwa perubahan perilaku (*respons*) terjadi sebagai hasil dari interaksi antara (*stimulus*) yang diberikan dan bagaimana (*stimulus*) tersebut diproses oleh (*organisme*), di mana kualitas *stimulus* memiliki peran penting dalam memengaruhi *respons* yang muncul. Penelitian ini bersifat kuantitatif dengan hasil berupa angka yang diolah menggunakan program SPSS 25 dengan teknik analisis uji regresi linier sederhana selain itu, penyebaran kuesioner dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking berpengaruh terhadap minat belajar dan peningkatan kemampuan public speaking, hal ini dibuktikan dengan hasil uji regresi linier sederhana variabel motivasi belajar diperoleh t hitung (4,253) > t tabel (1,995) maka H_0 1 ditolak dan H_a 1 diterima, dan variabel peningkatan kemampuan public speaking dengan nilai t hitung (4,487) > t tabel (1,995) maka H_0 2 ditolak dan H_a 2 diterima karena nilai t hitung lebih besar dari t tabel. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori S-O-R (*Stimulus Organisme Respons*), yang menyatakan bahwa stimulus yang diberikan oleh *channel* Maya Rachma merupakan rangsangan positif dan menghasilkan respons positif pula. Respons yang muncul tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui perantara berupa motivasi belajar sebagai faktor internal yang berperan penting dalam membentuk perubahan perilaku. teori SOR membantu menjelaskan bahwa konten digital tidak hanya memberikan dampak secara instan, tetapi juga melalui proses internalisasi di dalam diri individu sebelum menghasilkan respons akhir berupa peningkatan kemampuan public speaking.

Kata Kunci: Youtube, Motivasi Belajar, Keterampilan Public Speaking, Teori S-O-R, Media Pembelajaran.

ABSTRACT

The Influence of Watching the YouTube Content 'Self-Confidence: The Main Foundation of Public Speaking' on the 'Maya Rachma' Channel on Learning Motivation and the Improvement of Public Speaking Skills Among Subscribers

Umi Alifiyah Kistin

Maya Rachma is a non-formal educational YouTube channel that focuses on developing public speaking and other communication skills. The research problem addressed in this study is the extent to which public speaking content on the Maya Rachma channel influences learning motivation and the improvement of public speaking abilities. The objective of this study is to examine the effect of a specific YouTube video titled “Self-Confidence: The Main Foundation of Public Speaking” on subscribers’ motivation to learn and their public speaking skill development. This study adopts a positivist paradigm, utilizing the Stimulus–Organism–Response (S-O-R) theory, which posits that behavioral change (response) is a result of interaction between a stimulus and the way it is processed by the organism. In this framework, the quality of the stimulus plays a critical role in determining the response. The research employs a quantitative approach, with data collected through questionnaires distributed via purposive sampling and analyzed using simple linear regression with SPSS version 25. The findings indicate that the “Self-Confidence: The Main Foundation of Public Speaking” video content significantly influences both learning motivation and the enhancement of public speaking skills. This is evidenced by the simple linear regression results, where the t-value for learning motivation (4.253) exceeds the t-table (1.995), and the t-value for public speaking skill improvement (4.487) also exceeds the t-table (1.995), leading to the acceptance of the alternative hypotheses. These results align with the S-O-R theory, indicating that the stimulus provided by the Maya Rachma channel acts as a positive trigger, generating a positive response through the intermediary of learning motivation. The study concludes that digital content, particularly educational videos, does not produce immediate behavioral change but operates through an internalization process within the individual, ultimately enhancing public speaking skills.

Keyword: YouTube, Learning Motivation, Public Speaking Skills, S-O-R Theory, Educational Media

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI.....	iv
MOTTO.....	v
PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
ABSTRACT	x
ABSTRACT	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR.....	xix
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	9
1.5 Batasan Masalah.....	10
1.6 Kerangka Teori.....	11
1.7 Definisi Konseptual.....	23
1.7.1 Media Sosial.....	23
1.7.2 Youtube.....	24
1.7.3 Konten Youtube Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking	24
1.7.4 Motivasi Belajar Public Speaking	25
1.7.5 Peningkatan Kemampuan Public Speaking.....	26
1.8 Definisi Operasional.....	28
1.9 Metode Penelitian.....	30
BAB II PROFIL OBJEK PENELITIAN.....	42
2.1 Sejarah Youtube	42
2.2 Logo	44

2.3	Misi Youtube.....	44
2.4	Pendiri dan Manajemen Youtube.....	44
2.5	Fungsi Youtube	46
2.6	Kategori Youtube.....	47
2.7	Kebijakan dan Keamanan Youtube.....	48
2.8	Channel Youtube Maya Rachma.....	50
2.9	Perkembangan Channel Youtube Maya Rachma.....	52
2.10	Subscriber	53
2.11	Ciri Khas Subscriber Channel Maya Rachma.....	55
BAB III TEMUAN HASIL PENELITIAN.....		57
3.1	Karakteristik Responden	57
3.2	Deskriptif Variabel Konten Youtube Channel Maya Rachma	63
3.3	Deskriptif Variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)	77
3.4	Deskriptif Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)	90
BAB IV PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN		104
4.1	Hasil	104
4.1.1	Uji Validitas	104
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	108
4.1.3	Analisis Regresi Linier Sederhana	110
4.2	Pembahasan	118
BAB V PENUTUP.....		128
5.1	Kesimpulan.....	128
5.2	Keterbatasan Penelitian	129
5.3	Saran.....	130
DAFTAR PUSTAKA		132
LAMPIRAN.....		135

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 State Of The Art	12
Tabel 1. 2 Definisi Operasional.....	29
Tabel 1. 3 Skala Likert	35
Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia.....	59
Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan	61
Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Maya Rachma	62
Tabel 3. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang yang Menonton Channel Youtube Maya Rachma.....	63
Tabel 3. 7 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Cara penyampaian materi dalam video edukasi di channel youtube Maya Rachma sangat mudah dipahami.	64
Tabel 3. 8 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Penjelasan materi yang diberikan pada channel youtube maya rachma sesuai dengan topik public speaking.....	65
Tabel 3. 9 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube Maya Rachma tidak menggunakan istilah-istilah asing yang sulit dipahami.	66
Tabel 3. 10 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah menonton channel youtube Maya Rachma saya merasa termotivasi.	67
Tabel 3. 11 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube Maya Rachma memberikan saya solusi atas kesulitan saya dalam public speaking.....	68
Tabel 3. 12 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya percaya bahwasanya seorang konten creator video edukasi public speaking sangat ahli dalam pembuatan video.....	69

Tabel 3. 13 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube maya rachma memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh channel edukasi public speaking yang lain.	70
Tabel 3. 14 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Durasi Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Tidak Terlalu Panjang Atau Terlalu Pendek.....	71
Tabel 3. 15 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Isi Materi Pada Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Disampaikan Secara Sistematis.	72
Tabel 3. 16 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setiap Bagian Materi Pada Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Dibahas Secara Seimbang.	73
Tabel 3. 17 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya Telah Menonton Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Lebih Dari Satu Kali.....	74
Tabel 3. 18 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya Menonton Ulang Video Kepercayaan Diri; Fondasi Utama Public Speaking Pada Bagian Bagian Terpenting.	75
Tabel 3. 19 Kategorisasi Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking di Channel Maya Rachma	77
Tabel 3. 20 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Merasa Tertarik Untuk Menonton Konten “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking.	78
Tabel 3. 21 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saat Menonton Channel Youtube “Maya Rachma” Saya Fokus Untuk Menyimak Isi Konten Tersebut.....	79
Tabel 3. 22 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Materi Yang Disampaikan Pada Channel “Maya Rachma” Sesuai Dengan Kebutuhan Saya Dalam Belajar Public Speaking.	80

Tabel 3. 23	Presentase Responden Berdasarkan Channel “Maya Rachma” Membantu Saya Memahami Hal-Hal Yang Saya Perlukan Untuk Meningkatkan Kemampuan Public Speaking.	81
Tabel 3. 24	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Memiliki Niat Untuk Meningkatkan Keterampilan Public Speaking Saya.	82
Tabel 3. 25	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Merasa Terdorong Untuk Mempraktikkan Materi Yang Ada Di Dalam Konten.	83
Tabel 3. 26	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Tidak Mudah Menyerah Ketika Menghadapi Kesulitan Dalam Belajar Public Speaking	84
Tabel 3. 27	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Mengulang Konten Tersebut Untuk Memahami Lebih Dalam.....	85
Tabel 3. 28	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Mencoba Menerapkan Materi Public Speaking Yang Sudah Ditonton Dalam Kehidupan Sehari-Hari.	86
Tabel 3. 29	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Termotivasi Untuk Mengikuti Saran Dan Masukan Yang Diberikan Maya Rachma Yang Dapat Meningkatkan Kemampuan Public Speaking.	87
Tabel 3. 30	Kategorisasi Variabel Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking Pada Subscriber	89
Tabel 3. 31	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Dapat Mengatur Waktu Saat Menyampaikan Materi	90
Tabel 3. 32	Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Bias Membuat Audiens Memahami Apa Yang Saya Sampaikan.	91

Tabel 3. 33 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Intonasi Suara Saya Menjadi Tidak Monoton.	92
Tabel 3. 34 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Bisa Memberikan Penekanan Pada Kata-Kata Penting.	93
Tabel 3. 35 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saat Menyampaikan Sesuatu Saya Bisa Berdiri Atau Duduk Dengan Tenang.	94
Tabel 3. 36 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Pada Saat Tampil Berbicara Didepan Umum Gerakan Tubuh Saya Sesuai Dan Tidak Berlebihan.	95
Tabel 3. 37 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Percaya Diri Saat Menggunakan Gerakan Tangan Untuk Menyampaikan Pesan	96
Tabel 3. 38 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Tetap Percaya Diri Dengan Kemampuan Saya, Meskipun Ada Kritik Dari Audiens.....	97
Tabel 3. 39 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Merasa Percaya Diri Untuk Berbicara Di Depan Banyak Orang.....	98
Tabel 3. 40 Berdasarkan Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Dapat Mengontrol Rasa Gugup Saat Tampil Di Depan Umum.....	99
Tabel 3. 41 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Mampu Menjaga Ekspresi Dan Bahasa Tubuh Saat Berbicara	100
Tabel 3. 42 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Tidak Panik Ketika Terjadi Hal Tak Terduga Saat Presentasi	101

Tabel 3. 43 Kategorisasi Variabel Terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber	103
Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking (X)	105
Tabel 4. 2 Uji Validitas Motivasi Belajar Public Speaking (Y1).....	106
Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)	107
Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking	109
Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)	109
Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)	109
Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linier Sederhana Konten Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking	111
Tabel 4. 8 Hasil Regresi Linier Sederhana Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking	115



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia 2	
Gambar 1. 2 Channel Youtube Maya Rachma.....	6
Gambar 1. 3 Teori SOR.....	20
Gambar 1. 4 Variabel Penelitian	22
Gambar 2. 1 Logo YouTube	44
Gambar 2. 2 Profile Maya Rachma	51
Gambar 2. 3 Perkembangan Channel Maya Rachma.....	53
Gambar 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	58
Gambar 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur	59
Gambar 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan.....	60
Gambar 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Maya Rachma ...	62



BAB I

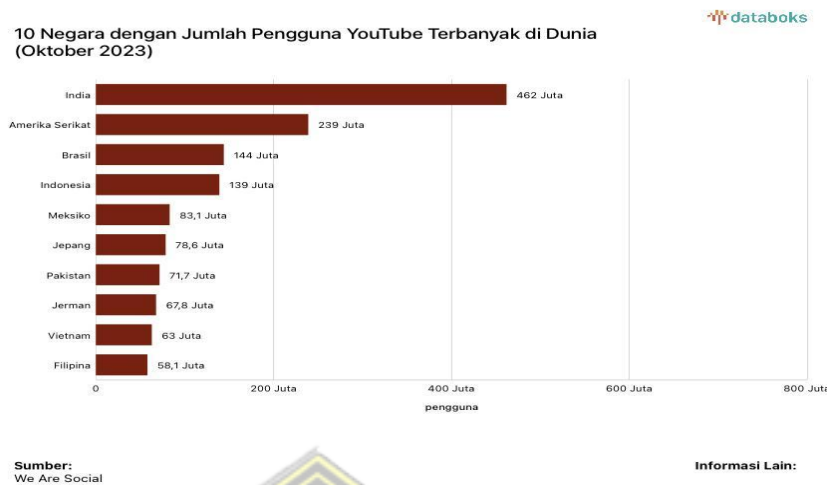
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di zaman media baru ini, arus digitalisasi menghadirkan banyak bentuk teknologi dengan jangkauan luas dan kecepatan tinggi dalam menyampaikan informasi kepada masyarakat. Perkembangan ini mengubah cara individu mengakses informasi, belajar, sekaligus berinteraksi dengan lingkungan sosialnya. Media baru memiliki pengaruh besar terhadap media sosial, terutama dalam teknologi, distribusi konten, dan interaksi pengguna. Media sosial menjadi salah satu produk digitalisasi yang paling dominan, tidak hanya berfungsi sebagai ruang hiburan, tetapi juga berkembang menjadi media distribusi konten edukasi dan pengembangan diri.

Berlandaskan Littlejohn dan Foss Media, internet termasuk Media baru terutama platform seperti YouTube, di mana pesatnya teknologi komunikasi dimanfaatkan dalam menyalurkan informasi ke penonton. Adanya termin media baru (*new media*) berhubungan dengan internet dalam keseharian (Anggraini & Musfialdy, 2020).

Platform YouTube telah menjadi elemen sangat penting dalam kehidupan sosial dan kreatif generasi muda. Di antara berbagai platform, YouTube menempati posisi penting sebagai sarana utama berbagi pengetahuan karena bersifat audio-visual, mudah diakses, serta memiliki daya tarik yang tinggi bagi generasi muda. Dengan beragam konten yang tersedia, YouTube mampu menarik perhatian pengguna dengan video-videonya yang bervariasi.



Gambar 1. 1 Indonesia Peringkat Keempat Pengguna YouTube Terbanyak Dunia

Sumber: Databoks diakses 4 Januari 2025 pukul 12.00 WIB

Menurut data dari Databoks, total pemakai YouTube di Indonesia sampai 139 juta per Oktober 2023. Tentu itu menjadikan Indonesia negara ke-4 pemakai YouTube paling banyak di dunia. Berdasarkan laporan terbaru We Are Social, total pemakai aktif bulanan YouTube dunia sampai 2,49 miliar di Oktober 2023, Google yang menjadi induk aplikasi ini berada di posisi ke-2 media social paling populer global setelah Facebook. Proporsi pemakai YouTube global di mana usianya 18 tahun ke atas kebanyakan laki-laki (54,4%), serta perempuan 45,6%.

Dalam era digital, YouTube sudah termasuk platform terpopuler di mana bertujuan menyebarluaskan informasi maupun menjadikan media sebagai pembelajaran. Channel YouTube “Maya Rachma” merupakan salah satu channel yang aktif membahas topik-topik terkait pengembangan diri, khususnya dalam keterampilan public speaking. Salah satu videonya yang

berjudul "Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking" telah mendapatkan perhatian dari banyak penonton karena dinilai inspiratif dan edukatif. Video ini secara khusus membahas pentingnya rasa percaya diri sebagai dasar dalam kemampuan public speaking, serta memberikan tips praktis yang dapat diterapkan oleh penonton.

Public Speaking merupakan proses berbicara di depan umum atau khalayak untuk menyampaikan informasi, menghibur, dan mempengaruhi audience. Public Speaking adalah sebuah kompetensi yang memadukan empat unsur: sains, keterampilan, seni, dan karakter (Zainal, 2022). Banyak orang mengatakan bahwa berbicara di depan umum merupakan suatu hal yang mudah, namun faktanya dalam melakukan public speaking sebagian orang mengalami kesulitan dikarenakan kurangnya rasa percaya diri terhadap kemampuan berkomunikasi.

Secara umum, Komunikasi merupakan sebuah sarana yang dilakukan oleh manusia untuk menyampaikan ide, pendapat, pandangan, maupun gagasan kepada sesama manusia dengan tujuan terjadinya kesepahaman kedua belah pihak mengenai pesan yang disampaikan. Sebagai makhluk sosial, kita tidak bisa menyampaikan pesan tanpa berkomunikasi (Vira & Reynata, 2022). Komunikasi mempunyai peran dalam segala aktivitas kehidupan manusia, baik itu dalam kehidupan individu, kelompok, sosial budaya, politik, ekonomi, kepercayaan, dan hubungan antar bangsa. Dengan komunikasi, seseorang dapat menyampaikan ide, gagasan, dan pendapat dengan jelas sehingga pendengarnya dapat mengerti.

Kepercayaan Diri ketika melaksanakan komunikasi merupakan unsur penting di mana mempengaruhi kesuksesan serta efek komunikasi individu di depan umum. Kemampuan menanggulangi rasa takut serta cemas ketika berbicara di depan umum tidak satu-satunya menjadi kunci agar menyalurkan informasi dengan efisien, tapi termasuk menjalin pamor serta pencitraan diri positif.

Kepercayaan Diri adalah fondasi utama untuk sukses dalam semua unsur hidup. Melalui rasa percaya diri tinggi, individu tak Cuma bisa menghadapi rintangan lebih baik tapi juga bisa membuat hubungan positif Bersama individu lain (Hamama, 2021). Kepercayaan diri termasuk aspek penting agar kemampuan public speaking meningkat.

Beberapa peneliti mengemukakan yakni pemakaian youtube untuk jadi media sumber pembelajaran menunjukkan hasil efek positif. Temuan studi Arham (2020) mengenai efektivitas penggunaan youtube sebagai media pembelajaran program studi Pendidikan Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Makassar ditemukan yakni kebanyakan responden menggunakan youtube agar bisa mengakses video keperluan mereka sebagai (1) media pembelajaran, (2) meningkatkan wawasan, (3) berkontribusi agar memperoleh informasi tentang tugas, (4) mengetahui kemajuan informasi, (5) mendalami materi, (6) dan mengetahui hal-hal teknis di mana jadi contoh bentuk nyata materi yang dipelajari. Youtube di nilai bermanfaat memberikan informasi tentang pendidikan karena materi yang disajikan berbentuk audiovisual di mana siswa bisa mengakses informasi tentang berbagai hal

teknis. Pemakai bisa mengetahui kebenaran informasi tanpa batas ruang serta waktu agar melihat dengan gratis. Relevan dengan hal tersebut, pengkajian milik Muzaki et al (2021) mengenai pemakaian media youtube sebagai media belajar Siswa Kelas XII MIPA di SMA Negeri 1 Tawangsari mengemukakan yakni pemakaian media youtube sebagai media pembelajaran siswa kelas XII MIPA di SMA Negeri 1 Tawangsari berhasil (1) menambah motivasi belajar siswa, (2) menambah aktivitas belajar siswa, (3) menambah kualitas diskusi, baik diskusi antar peserta didik, serta diskusi peserta didik bersama pendidik. Pemakaian media YouTube jadi media belajar terjadi selama masa pandemi Covid-19. Dimana pada masa tersebut diharuskan pembelajaran dilakukan secara daring yang secara tidak langsung mengharuskan pendidik memakai teknologi di pendidika. Teknologi maju pesat termasuk YouTube di mana bisa bermanfaat jadi media belajar agar memudahkan serta membuat siswa termotivasi agar belajar, kemudian hal ini membawa dampak positif pada kualitas pembelajaran.

Bersama perkembangan YouTube jadi media belajar maupun sumber belajar, tak sedikit *creator* YouTube berkompetisi untuk menyuguhkan konten-konten kreatif, tak cuman berfokus dalam bagian akademis (pengetahuan umum) tetapi juga konten berupa *tips and trick* untuk pengembangan *skill*.

Youtuber di mana memiliki konten mengenai edukasi maupun cara (*how to*) ialah salah satunya Maya Rachma. *Channel* “Maya Rachma” ada sejak 24 Desember 2012 di mana total subscriber 312.000 dan 38 unggahan video (socialblade.com). Maya Rachma merupakan dosen Ilmu Komunikasi di sebuah

Perguruan Tinggi Swasta di Indonesia, selain dosen, Maya Rachma juga aktif menjadi konten *creator* salah satunya di YouTube dengan konten edukasinya mengenai keterampilan public speaking.



Gambar 1. 2 Channel Youtube Maya Rachma

Sumber: youtube diakses 4 Januari 2025 pukul 12.12 WIB

Pada salah satu kontennya yang berjudul “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” mempunyai jumlah penonton sebanyak 52 ribu tayangan, dalam video tersebut, Maya Rachma menyampaikan materi secara sistematis dengan menekankan bahwa kepercayaan diri merupakan fondasi utama dalam keterampilan public speaking. Konten video ini membahas berbagai aspek penting, dimulai dari pemahaman dasar mengenai kepercayaan diri, faktor-faktor yang memengaruhinya, hingga strategi praktis untuk membangun dan memperkuat rasa percaya diri. Beberapa tips yang disampaikan antara lain mencakup teknik mengendalikan rasa gugup, pengaturan intonasi suara agar terdengar lebih meyakinkan, menjaga kontak

mata dengan audiens, serta melatih kepercayaan diri melalui tahapan latihan yang sederhana namun konsisten.

Melalui penyajian materi yang informatif dan aplikatif, video ini tak cuman menyalurkan pengetahuan teoretis, tapi juga memengaruhi minat belajar penonton. Selain itu, peningkatan kemampuan individu dalam public speaking juga menjadi indikator penting dalam mengukur efektivitas konten pengembangan diri dan keterampilan yang disajikan melalui media digital seperti YouTube.

Selain isi kontennya yang relevan, cara penyampaian Maya Rachma juga menjadi salah satu kekuatan utama, dengan menggunakan gaya bahasa yang komunikatif, lugas, dan mudah dipahami, sehingga pesan dapat diterima oleh berbagai kalangan, baik mahasiswa, pelajar, maupun profesional. Penyajiannya dikemas dengan visual yang sederhana namun jelas, intonasi suara yang tenang dan meyakinkan, serta penggunaan berbagai contoh nyata di keseharian. Struktur penyampaiannya runtut, dimulai dari pengenalan konsep, penjelasan inti materi, hingga tips aplikatif yang bisa langsung dipraktikkan. Hal ini membuat video tak cuman bersifat informatif, namun juga inspiratif serta aplikatif jadi media belajar berbasis digital.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi pengaruh konten YouTube "Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking" di channel "Maya Rahma" terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber*, khususnya terkait sejauh mana pengaruh dari konten tersebut terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public

speaking. Maka dari itu, pengkajian ini ditujukan bisa memberikan gambaran tentang efektivitas media digital untuk pengembangan *soft skill*, terutama di bidang komunikasi publik.

Namun, penelitian mengenai pengaruh konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Publik Speaking” pada channel ‘Maya Rahma’ terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan publik speaking sangat terbatas. Maka dari itu, pengkajian ini memiliki tujuan mengisi keterbatasan tersebut dan memberikan kontribusi terhadap pengetahuan tentang pengaruh konten YouTube dalam meningkatkan komunikasi publik mengenai pentingnya kepercayaan diri dalam public speaking.

Di pengkajian ini, peneliti memakai metode survei pada *subscriber channel* “Maya Rahma” untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten YouTube “Percaya Diri: Fondasi Utama Public Speaking” berpengaruh terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking.

Berlandaskan fenomena di atas membuat peneliti terdorong mengkaji studi berjudul: Pengaruh Konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” Di Channel “Maya Rachma” Terhadap Motivasi Belajar dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Apakah ada pengaruh konten youtube *kepercayaan diri fondasi utama public speaking* di channel “Maya Rachma” terhadap motivasi belajar pada *subscriber*?
2. Adakah pengaruh konten youtube *kepercayaan diri fondasi utama public speaking* di channel “Maya Rachma” terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber*?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian berdasarkan rumusan masalah di atas yaitu:

1. Untuk mengetahui pengaruh konten youtube *kepercayaan diri fondasi utama public speaking* di channel “Maya Rachma” terhadap motivasi belajar pada *subscriber*.
2. Untuk mengetahui pengaruh konten youtube *kepercayaan diri fondasi utama public speaking* di channel “Maya Rachma” terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Secara Akademis

Studi ini diharapkan bisa menyalurkan kontribusi wawasan mengenai pengaruh konten YouTube dalam meningkatkan kemampuan public speaking.

1.4.2 Secara Praktis

Temuan dari pengkajian ini ditujukan bisa menyalurkan wawasan lebih mengenai efektivitas meningkatkan kemampuan public speaking melalui konten YouTube dan memberikan rekomendasi peningkatan kualitas konten YouTube yang relevan dengan peningkatan kemampuan public speaking.

1.4.3 Secara Sosial

Hasil pengkajian ini ditujukan tidak hanya bermanfaat ke individu yang ingin meningkatkan kemampuan public speaking mereka, tetapi juga memberikan keuntungan strategis bagi perusahaan dalam mengembangkan sumber daya manusia dan meningkatkan kerja organisasi menyeluruh. Tak cuman itu, juga ditujukan dapat memberikan informasi pada masyarakat khususnya pelajar terutama subscriber akun “Maya Rachma” bahwa belajar public speaking tak cuman di bimbel ataupun instansi tapi juga dapat dimaksimalkan melalui memanfaatkan media massa termasuk YouTube yang jadi alternatif pembelajaran public speaking.

1.5 Batasan Masalah

Batas permasalahan dibutuhkan agar ruang lingkup pengkajian dibatasi sebab melalui pembatasan waktu, tempat serta teori. Di pengkajian ini penulis berfokus mengetahui pengaruh konten YiuTube kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber*.

1.6 Kerangka Teori

1.6.1 Paradigma Penelitian

Paradigma penelitian merupakan kerangka kognitif yang menjelaskan keterkaitan antara variabel yang diselidiki, secara bersamaan mencerminkan sifat dan kuantitas masalah yang memerlukan penyelesaian melalui penelitian, kerangka teoritis yang digunakan untuk merumuskan hipotesis, keragaman dan kuantitas hipotesis, dan metodologi statistik yang akan diterapkan (Prof.Dr.Sugiyono, 2019). Pemilihan paradigma penelitian menggambarkan keyakinan dasar yang mendasari penyelidikan dan mengarahkan proses penelitian yang komprehensif. Selanjutnya, paradigma penelitian menentukan masalah yang ditangani serta jenis penjelasan yang dianggap dapat diterima.

Di penelitian ini peneliti mengadopsi paradigma *positivisme*, yang berfungsi sebagai dasar konseptual untuk metodologi kuantitatif. Paradigma *positivisme* didasarkan pada kecenderungan untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang menjelaskan hubungan penyebab fenomena sosial sambil mengabaikan pengalaman subjektif individu. Ini menyiratkan bahwa para peneliti menganalisis gejala dan determinan sosial yang mempengaruhi perilaku manusia dari perspektif eksternal (Kasiyanto, 2016:1).

Positivisme menyalurkan standar keilmiahan di sejarah melalui kriteria yakni:

- a. Investigasi yang dilakukan secara metodologis ketat dan saling berhubungan secara sistematis.

- b. Hal ini mencakup kumpulan besar kebenaran bersama yang diartikulasikan secara umum.
- c. Metode ilmiah harus memiliki kapasitas untuk prediksi yang akurat, sehingga memungkinkan kontrol atas kejadian di masa depan.
- d. Ditandai objektivitas, menyiratkan bahwa setiap individu yang melakukan penelitian sejarah harus tetap tidak memihak dan tanpa bias pribadi atau keadaan ketika mengevaluasi bukti yang disajikan.

1.6.2 Penelitian Terdahulu

Penelitian sebelumnya (*State Of The Art*) sangat penting untuk dipertimbangkan dan digunakan sebagai bahan analisis dasar untuk meningkatkan wacana teoritis dan diskusi para peneliti dalam konteks studi yang diusulkan. Para penulis mereferensikan beberapa penelitian yang mempertahankan fokus tematik yang relevan sebagai sarana perbedaan dari penyelidikan saat ini. Beberapa judul penelitian yang dilakukan sebelumnya bersumber dari berbagai disiplin akademis untuk memperkuat universalitas masalah yang diangkat dan menegaskan bahwa mereka dapat diperiksa oleh sarjana mana pun yang terlibat dengan materi pelajaran yang sama.

Tabel 1. 1 *State Of The Art*

No	Nama	Judul Penelitian	Metodologi	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Alawi,	Pengaruh Konten YouTube	Metodologi yang digunakan	Temuan pengkajian menunjukkan bahwa konten YouTube "Bang

	Rosita Anggraini	“Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa Broadcast	dalam penelitian tersebut adalah paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan metode survei dengan jenis penelitian eksplanatif	Tutorial" memiliki pengaruh signifikan pada minat belajar mengedit video bagi mahasiswa Broadcast. Koefisien determinasi menunjukkan bahwa 73,1% variabel minat belajar dipengaruhi oleh konten YouTube tersebut. Studi juga menemukan bahwa konten tersebut mempunyai pengaruh moderat ke minat belajar mahasiswa dalam mengedit video. Penelitian menyimpulkan yakni konten "Bang Tutorial" ada pengaruh signifikan ke minat belajar
--	---------------------	--	---	---

				mahasiswa dalam mengedit video.
2.	Yuana Anisa	Peran Channel Youtube Sebagai Media Alternatif Untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika Dan Media Informasi Pada Tingkat Perguruan Tinggi	Metodologi yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah deskriptif kuantitatif. Pengukuran data menggunakan skala likert	Hasil penelitian tersebut menunjukkan 89, 74% mahasiswa sepakat dosen butuh melibatkan pemakaian YouTube jadi media social alternatif di pembelajaran kuliah, 83, 33% setuju youtube jadi area berdiskusi, 79, 92% sepakat yakni akses pemakaian youtube sangat mudah serta bisa jadi media informasi tentang perkuliahan, 64, 1% sepakat youtube bisa membantu saat penyelesaian tugas, 51, 28% sepakat youtube jadi media tambahan

				pembelajaran serta akses menambah menambah hubungan pertemanan.
3.	Shofi Wirigustya Salsabila	Pengaruh Youtube Fiki Naki Terhadap Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau	Metodologi yang digunakan dalam penelitian tersebut adalah kuantitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner (google form) dengan 5 opsi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh YouTube Fiki Naki ada pengaruh signifikan ke minat belajar Bahasa asing mahasiswa UIN Suska Riau. Hasil kontribusi persial variabel x ke 4 indikator, ada kontribusi tertinggi ada di indikator Perasaan Senang (Y1) di mana nilai 0,519 serta kontribusi terendah ada di indikator Perhatian (Y4) di mana nilai 0,374. Umumnya, variabel Pengaruh

			linear sederhana dengan pengujian hipotesis.	YouTube Fiki Naki (ΣX) terhadap (ΣY) dengan nilai $0,537 > 0,05$ ada pengaruhnya signifikan ke variabel Minat Belajar Bahasa. Dan variabel X ada pengaruhnya sebanyak 28,8% kemudian sisa 71,2% dipengaruhi faktor lainnya di mana tak diteliti di pengkajian ini.
--	--	--	--	--

Ada perbedaan pengkajian ini dibandingkan studi di table atas. Pengkajian berjudul “Pengaruh Konten YouTube “Bang Tutorial” Terhadap Minat Belajar Mengedit Video Pada Mahasiswa Broadcast” yang diteliti oleh Muhammad Alawi dan Rosita Anggraini, meneliti mengenai pengaruh konten tutorial ke minat belajar mengedit vidio pada Mahasiswa broadcast. Sedangkan dalam studi ini, meneliti mengenai pengaruh konten youtube kepercayaan diri fondasi utama public speaking terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber.

Ada perbedaan pengkajian ini dibandingkan studi sebelumnya. Pengkajian berjudul “Peran Channel Youtube Sebagai Media Alternatif Untuk Membantu Proses Pembelajaran Matematika Dan Media Informasi Pada Tingkat Perguruan Tinggi” yang diteliti oleh Yuana Anisa berfokus pada analisis dampak pemakaian saluran YouTube jadi media sosial alternatif ketika pembelajaran matematika, sedangkan dalam pengkajian ini terfokus pada peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber.

Di pengkajian berjudul “Pengaruh Youtube Fiki Naki Terhadap Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau” yang diteliti oleh Shofi Wirigustya Salsabila. Ada perbedaan penelitian tersebut dengan pengkajian ini, yakni objek dari pengkajian yang penulis teliti, objek pengkajian peneliti yakni subscriber pada channel Maya Rachma. Sementara di pengkajian sebelumnya ialah Mahasiswa UIN Suska Riau.

1.6.3 Teori Penelitian

1.6.3.1 Teori S-O-R

Di studi ini kerangka teoritis yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response). Tahun 1953 menandai dimulainya persimpangan antara psikologi dan ilmu komunikasi. Konvergensi ini disebabkan oleh titik fokus bersama psikolog dan sarjana komunikasi, yaitu jiwa manusia yang mencakup sikap, pendapat, perilaku, kognisi, kasih sayang, dan tindakan. Respon yang ditimbulkan oleh stimulus dicirikan sebagai reaksi khas terhadap stimulus tertentu. Akibatnya, seseorang dapat mengantisipasi dan

mengevaluasi keselarasan antara pesan yang disampaikan dan respons yang sesuai dari komunikator (Muhamad, 2021:38).

Prinsip dasar dari teori ini sangat mudah; ia berpendapat bahwa respons merupakan reaksi individu setelah menerima stimulus dari media. Dengan demikian, seseorang dapat memprediksi atau menilai dinamika relasional antara pesan media massa dan reaksi audiens, menunjukkan bahwa efek yang dihasilkan mewakili reaksi tertentu terhadap stimulus (Gamal, 2023:37). Kerangka teoritis ini didasarkan pada asumsi mendasar, yang menyatakan bahwa perubahan sikap yang dialami oleh seorang individu adalah fungsi dari kualitas rangsangan, yang bermanifestasi sebagai berbagai pesan yang diarahkan kepada individu. Teori ini menyoroti bahwa pesan memiliki kapasitas untuk menghasut motivasi atau menumbuhkan semangat dalam diri seseorang, sehingga memfasilitasi asimilasi cepat dari pesan yang disampaikan dan perubahan selanjutnya dalam sikap atau perilaku komunikator.

Model teoritis ini mencakup tiga komponen penting yakni:

- a. Pesan (*stimulus, S*)
- b. Komunikan (*organism, O*)
- c. Efek (*response, R*)

Kerangka kerja ini menjelaskan bahwa media massa memiliki pengaruh signifikan pada dinamika masyarakat. Pernyataan ini didukung oleh pengamatan bahwa keterlibatan publik dengan media

massa, terutama YouTube, sangat tinggi; paparan harian yang berkepanjangan terhadap informasi identik melalui YouTube kemungkinan akan menimbulkan efek yang diantisipasi.

Respons dapat dianggap sebagai perilaku yang dapat diamati yang secara tidak langsung dipengaruhi oleh rangsangan tetapi dimediasi oleh faktor kontekstual yang ada dalam organisme manusia. Konten kepercayaan dari fondasi utama berbicara di depan umum dalam saluran YouTube Maya Rachma (*stimulus*), yang mencakup elemen visual, audio, dan lainnya, dapat mengaktifkan peralatan sensorik pemirsa. Selanjutnya, konten kepercayaan dari fondasi utama berbicara di depan umum di YouTube dalam saluran Maya Rachma dipahami, diakui, dan memulai proses kesadaran, sehingga menarik pelanggan (*organisme*) untuk terlibat dengan konten, menghasilkan minat dalam menguasai berbicara di depan umum (*respons*).

Oleh karena itu, keadaan internal organisme manusia dapat disimpulkan dari rangsangan dan respons yang dihasilkan yang diamati oleh pengamat. Dengan kata lain, organisme dikonseptualisasikan sebagai kotak hitam yang hanya dapat disimpulkan melalui rangsangan yang memicu respons. Rangsangan dapat didefinisikan sebagai fenomena yang dirasakan melalui panca indera kita, yang mungkin termasuk gelombang suara atau objek sikap lainnya.

Sikap terdiri dari komponen kognitif, afektif, dan konatif (komponen perilaku). Hovland dan rekan-rekannya menyelidiki faktor-

faktor penentu yang mempengaruhi komunikasi persuasif. Premis dasar yang mendasari penyelidikan Hovland adalah pernyataan bahwa dampak komunikasi tertentu, yang dimanifestasikan sebagai perubahan sikap, bergantung pada sejauh mana ia diperhatikan, dipahami, dan diinternalisasi. Ini dijelaskan di bagian berikut:



Dari visual di atas, kita dapat melihat bagaimana alur model komunikasi tersebut berperan dalam pengembangan sikap. Dalam artian, setiap aksi pasti ada respon serta komunikasi. Perlu juga diperhatikan supaya sikap berubah, stimulus di mana diberikan wajib sesuai tiga aspek yakni atensi, pengertian, serta menerima.

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

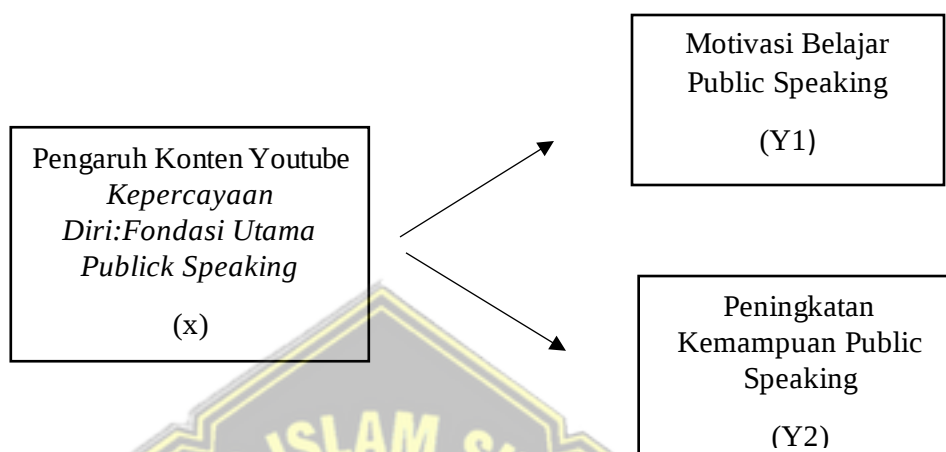
1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan dari konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking pada media youtube di *channel* Maya Rachma.
2. Organism yang dimaksud adalah motivasi belajar *subscriber* yang meningkat setelah terpapar konten.
3. Respon atau efek yang dimaksud adalah peningkatan kemampuan public speaking.

Teori Stimulus Organisme Respons (S-O-R) menerangkan dampak yang ada ke penerima di mana jadi hasil komunikasi. Ukuran pengaruh dan wujud pengaruh itu ada ditentukan oleh isi sajian stimulus. Di pengkajian ini, peneliti mengimplementasikan teori di atas serta mengaplikasikannya ke studi ini.

1.6.4 Kerangka Pemikiran

Uma Sekaran, dalam karya seminalnya berjudul “Penelitian Bisnis” (1992), mengartikulasikan bahwa kerangka kognitif merupakan model konseptual yang menggambarkan keterkaitan teori dengan berbagai faktor yang dianggap masalah kritis. Dalam kerangka kognitif, ada jalur logis kognisi yang memfasilitasi pembangunan kerangka pemikiran yang berpuncak pada kesimpulan yang diartikulasikan sebagai hipotesis. Akibatnya, kerangka kognitif dapat ditafsirkan sebagai sintesis yang menjelaskan interkoneksi antara variabel yang berasal dari beragam teori yang diartikulasikan sebelumnya. Berdasarkan teori-teori yang disebutkan di atas, analisis kritis dan sistematis

terjadi, sehingga menghasilkan sintesis keterkaitan variabel yang sedang diselidiki (Prof.Dr.Sugiyono, 2019:95).



Gambar 1. 4 Variabel Penelitian

1.6.5 Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan Sugiyono (2019:99), hipotesis dipahami sebagai respons sementara terhadap artikulasi masalah penelitian, dimana perumusan masalah penelitian disampaikan dalam bentuk pernyataan deklaratif. Dikatakan bahwa meskipun jawaban yang diusulkan adalah baru dan didasarkan pada konstruksi teoritis relatif, itu tetap tidak berdasar oleh bukti empiris yang berasal dari pengumpulan data. Hipotesis di pengkajian ini yakni :

Ho1 : Tidak terdapat pengaruh antara konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar public speaking.

Ha1 : Terdapat pengaruh konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar public speaking.

Ho2 : Tidak terdapat pengaruh antara konten antara konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan public speaking.

Ha2 : Terdapat pengaruh konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan public speaking.

1.7 Definisi Konseptual

Definisi konseptual dalam penelitian merupakan arti dari konsep-konsep yang digunakan, yang dijadikan pedoman dalam penelitian untuk membatasi masalah variabel yang akan diukur. Definisi konseptual ini akan memudahkan peneliti dalam mengoperasionalkan konsep di lapangan, sehingga tujuan dan arah penelitian tidak menyimpang. Adapun definisi konseptual dalam penelitian ini adalah :

1.7.1 Media Sosial

Media sosial sebagai gabungan dari perangkat lunak yang memudahkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus khusus saling bekerja sama ataupun berinteraksi. Media sosial memiliki kekuatan pada user-generated content (UGC) konten dibuat pengguna, bukan editor seperti pada lembaga media massa. Media sosial merupakan platform media yang berfokus pada keberadaan pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas dan berkolaborasi. Maka dari itu, media sosial dapat dilihat sebagai media (fasilitator) online yang memperkuat relasi antara pengguna pun sebagai ikatan sosial. Dengan media sosial, berbagai aktivitas dua arah dapat

dilakukan dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual, dan audiovisual. Media sosial diawali dengan tiga hal, yaitu Sharing, Collaborating, dan Connecting (Sari et al., 2018).

1.7.2 Youtube

YouTube berfungsi sebagai platform digital yang memfasilitasi penyebaran berbagai konten multimedia secara online. Melalui rangkaian kontennya yang luas, YouTube berhasil memikat perhatian pengguna dengan banyak video yang beragam. Pembuat konten terus berusaha untuk menyegarkan penawaran video mereka untuk meningkatkan keterlibatan pemirsa dengan saluran mereka. Platform ini memberi penggunanya kesempatan untuk ekspresi diri melalui produksi konten video, sambil mematuhi parameter dan peraturan yang ditetapkan oleh YouTube. Dalam lanskap digital kontemporer, YouTube telah muncul sebagai salah satu platform paling umum untuk penyebaran informasi dan pemanfaatan media sebagai sumber daya pendidikan. Saluran YouTube “Maya Rahma” telah mengumpulkan popularitas yang cukup besar sebagai saluran pembelajaran yang didedikasikan untuk eksplorasi topik berbicara di depan umum.

1.7.3 Konten Youtube Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking

Konten rasa percaya diri fondasi terpenting public speaking merupakan sebuah konten tips atau edukasi untuk belajar public speaking di media sosial Youtube. Di era globalisasi, Youtube seringkali dijadikan alternatif belajar-mengajar. Menurut Sianipar Youtube jadi media pembelajaran punya surveillance ataupun motif informasi, sebab video di mana diupload di dalam

Youtube dapat memuat pesan di mana hendak diberikan bisa diterima (masyarakat/orang yang menonton) (Hisar et al, 2023:60). Seorang youtuber dengan konten pembelajaran harus mempunyai kredibilitas dengan menyampaikan pesan video menarik, mudah dipahami, serta penonton menerimanya.

Dalam komunikasi, kredibilitas menentukan keberhasilan suatu proses komunikasi. Khalayak bisa lebih bisa dipengaruhi individu lain di mana punya kredibilitas. Dalam public speaking, dapat dipercaya merupakan termasuk kunci utama di mana wajib dipunyai komunikator. Berdasarkan teori kredibilitas sumber menurut Hovlan, Janis, and Kelley, terdapat tiga komponen yang dapat membangun kredibilitas seorang individu, yaitu keahlian, kepercayaan, dan daya tarik. Keahlian ialah Kesan di mana komunikator membentuknya mengenai keterampilan komunikator di mana kaitannya ke topik di mana sedang diobrolkan. Kepercayaan ialah persepsi komunikan terhadap komunikator di mana berhubungan ke karakternya. Sementara itu, daya tarik adalah kemampuan komunikator untuk menarik minat, keinginan, atau ketertarikan komunikan. (Yovelin & Paramita, 2023).

1.7.4 Motivasi Belajar Public Speaking

Motivasi belajar ialah suatu motivasi intrinsik (dorongan asalnya dari diri) serta ekstrinsik (dorongan luar diri) yang mengarahkan, memberi energi, dan mempertahankan perilaku belajar seseorang sehingga terjadi upaya belajar yang terarah dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan pembelajaran (Sardiman, 2018). Motivasi belajar didefinisikan sebagai kekuatan yang

mendorong seseorang untuk beraktivitas dalam mencapai prestasi belajar, baik yang berasal dari factor internal (minat, keinginan, kebutuhan) maupun factor eksternal (lingkungan belajar, dorongan social, dan media pembelajaran).

Dalam konteks pendidikan berbasis digital, motivasi belajar dapat muncul melalui media baru seperti YouTube. Menurut penelitian Firdaus & Astuti (2020), konten edukatif di platform YouTube berkontribusi dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa karena dianggap lebih menarik, mudah dipahami, dan relevan dengan kebutuhan akademik maupun keterampilan praktis. Hal ini sejalan dengan temuan Arham (2020) bahwa media sosial berbasis video mampu meningkatkan keterlibatan dan motivasi mahasiswa dalam proses pembelajaran.

Dengan demikian, motivasi belajar di pengkajian ini diartikan yakni dorongan psikologis yang muncul pada subscriber setelah menonton konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di channel Maya Rachma, yang berfungsi sebagai penggerak untuk meningkatkan semangat, perhatian, dan keseriusan dalam mempelajari serta mempraktikkan keterampilan public speaking.

1.7.5 Peningkatan Kemampuan Public Speaking

Istilah “peningkatan” berasal dari gagasan level, yang menandakan lapisan atau strata entitas yang kemudian membentuk array. Level dapat menunjukkan peringkat, kelas, dan klasifikasi. Istilah peningkatan mengacu pada metode atau upaya yang dilakukan untuk mencapai keterampilan atau kemampuan yang ditingkatkan. Pada dasarnya, peningkatan menandakan

transformasi hasil dari inferior ke superior, atau transisi dari ketidakmampuan ke kemampuan. Berdasarkan eksposisi sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa perbaikan mewakili upaya yang dilakukan oleh individu untuk memfasilitasi peningkatan dalam proses, sehingga membuatnya lebih mudah diakses.

Kemampuan berasal dari kata akar “mampu,” yang menunjukkan kapasitas untuk melakukan atau melaksanakan tugas. Kemampuan juga dapat diartikan sebagai kemahiran untuk melaksanakan tindakan dengan cepat, akurat, dan teliti. Menurut Robbin, kemampuan mencakup kapasitas individu untuk melakukan beragam tugas dalam konteks profesional. Selanjutnya, Robbin mengartikulasikan bahwa kemampuan merupakan kemampuan atau potensi individu untuk menguasai keterampilan yang diperlukan untuk melaksanakan berbagai tugas dalam pengaturan profesional atau evaluasi tindakan individu.

Dengan demikian, peningkatan kemampuan dapat ditafsirkan sebagai transformasi yang menghasilkan peningkatan kapasitas untuk menguasai keterampilan dan bekerja secara efektif dalam peran profesional.

Public speaking merupakan proses berbicara di depan umum maupun khalayak agar bisa memberikan informasi, memberikan hiburan, serta memberikan pengaruh pada penonton. Public speaking termasuk kompetensi di mana menggabungkan 4 unsur yakni sains, keterampilan, kesenian, serta karakter (Zainal, 2022). Banyak orang mengatakan bahwa berbicara di depan umum merupakan suatu hal yang mudah, namun faktanya dalam melakukan

public speaking sebagian. Sebagian individu mempunyai kesulitan sebab kurang kepercayaan diri pada keterampilan komunikasinya.

1.8 Definisi Operasional

Operasional variabel pada studi pengaruh konten YouTube "kepercayaan diri fondasi utama public speaking" di *channel* "Maya Rachma" terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada *subscriber* ada tiga (3) variabel, yaitu:

1.8.1 Variabel X : Konten Youtube Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking

Studi ini memiliki variabel bebas yakni pengaruh konten kepercayaan diri fondasi utama *public speaking* di YouTube serta variabel ini mempunyai lima indikator yakni :

1. Isi Konten Mudah di Pahami.
2. Relevansi Konten dengan Kebutuhan Audience.
3. Kualitas Konten.
4. Durasi Konten dan Struktur Penyampaian Materi.
5. Frekuensi Penayangan

(Pratama & Hermanu, 2022)

1.8.2 Variabel Y1 : Motivasi Belajar Public Speaking

Di studi ini variabel Y1 adalah motivasi belajar public speaking, melalui variabel tersebut ada lima indikator yakni :

1. Perhatian & Minat
2. Kebutuhan & Relevansi

3. Niat & Dorongan
4. Ketekunan (Persistence)
5. Tindakan lanjutan

1.8.3 Variabel Y2 : Peningkatan Kemampuan Public Speaking

Studi ini mempunyai variabel terikat (Y2) yakni peningkatan kemampuan public speaking di mana dipersonalisasi meliputi lima indikator yaitu :

1. Kemampuan Menyusun dan Menyampaikan Materi,
 2. Artikulasi dan Intonasi saat Berbicara,
 3. Kemampuan Mengontrol Bahasa Tubuh,
 4. Kepercayaan Diri saat Tampil Didepan Umum.
 5. Pengendalian Diri
- (Novitasari, 2023)

Tabel 1. 2 Definisi Operasional

Variabel	Indikator	Skala
Konten Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking (X)	Isi Konten Mudah di Pahami	Likert
	Relevansi Konten dengan Kebutuhan Audience	
	Kualitas Konten	
	Durasi Konten dan Struktur Penyampaian Materi	

	Frekuensi Penayangan	
Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)	Perhatian & Minat	Likert
	Kebutuhan & Relevansi	
	Niat & Dorongan	
	Ketekunan (Persistence)	
	Tindakan lanjutan	
Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)	Kemampuan Menyusun dan Menyampaikan Materi	Likert
	Artikulasi dan Intonasi saat Berbicara	
	Kemampuan Mengontrol Bahasa Tubuh	
	Kepercayaan Diri saat Tampil Didepan Umum	
	Pengendalian Diri	

1.9 Metode Penelitian

1.9.1 Tipe Penelitian

Pada stud ini memakai metode survei melalui jenis penelitian eksplanatif. Sugiyono (2019) mengemukakan yakni penelitian eksplnatif maupun kasual dilaksanakan bertujuan menemukan kejelasan mengenai sebuah

kejadian maupun gejala yang ada membuktikan adanya keterkaitan dipengaruhi mempengaruhi serta sebab akibat.

1.9.2 Populasi Dan Sample

1.9.2.1 Populasi

Corper, Donald, R; Schindler, Pamela S; 2003 mengemukakan yakni *“Population is the total collection of element about which we wish to make some inference... A population element is the subject on which the measurement is being taken. It is the unit of study”*. Populasi merupakan keseluruhan elemen di mana bisa jadi wilayah generalisasi. Elemen populasi ialah semua subyek di mana bisa dilaksanakan pengukuran di mana termasuk unit pengkajian. Di topik ini populasi ialah wilayah umum di mana ada objek/subjek di mana memiliki kuantitas serta karakteristik khusus di mana suda ditentukan peneliti agar dipelajari serta kemudian menarik kesimpulan (Prof.Dr.Sugiyono, 2019). Populasi pengkajian ini merupakan subscriber channel YouTube Maya Rachma total 312.000 subscriber.

1.9.2.2 Sample

Sampel artinya total serta karakteristik di mana dipunyai populasi pengkajian. Sampel diambil dari populasi wajib representative/mewakili (Prof.Dr.Sugiyono, 2019).

Sampel pengkajian ini yakni subscriber channel Maya Rachma. Sebab populasi diketahui pasti jadi total sampel dihitung memakai rumus Slovin, yakni :

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

n: ukuran sampel

N: ukuran populasi

e: tingkat kesalahan sampel (ampling eror)

Ukuran sampel pada penegkajian ini adalah :

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

$$n = \frac{312.000}{1 + 312.000(0,01)^2}$$

$$n = \frac{312.000}{3.12} = 96,98 \text{ (dibulatkan menjadi 100)}$$

Dengan demikian, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini adalah sebanyak 100 responden.

1.9.3 Sumber Data

1.9.3.1 Data Primer

Data primer merupakan data di mana diperoleh langsung dari sumber pertama atau asli. Data yang digunakan di pengkajian ini ialah data dari hasil pengisian kuesioner oleh subscriber channel Youtube Maya Rachma.

1.9.3.2 Data Skunder

Data sekunder ialah data didapat dari sumber di mana sudah telah ada sebelumnya, yang didapatkan dari buku, jurnal, media online, internet, dan skripsi.

1.9.4 Teknik Pengumpulan Data

Proses pengumpulan data di mana akan dilaksanakan di pengkajian ini yakni:

1.9.4.1 Kuesioner (Angket)

Kuesioner yaitu Teknik penghimpunan data di mana dilaksanakan melalui menyalurkan pertanyaan atau pernyataan tertulis pada subjek agar mendapat jawaban.

1.9.4.2 Editing

Editing yakni proses melaksanakan cek serta koreksi data yang sudah ada, tujuannya agar tak ada kesalahan di pencatatan lapangan dan bersifat koreksi.

1.9.5 Teknik Sampling

Di pengkajian ini, peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* yaitu teknik penghimpunan data dengan memilih sampel yang sudah dipertimbangkan dengan kriteria yang diterapkan berdasarkan tujuan penelitian (Prof.Dr.Sugiyono, 2019:129). Kriteria dalam penelitian ini adalah orang yang menonton video *channel* Maya Rachma dan subscriber *channel* youtube Maya Rachma.

1.9.6 Analisis Data

Teknik analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden atau sumber data lain terkumpul. Kegiatan dalam analisis data adalah pengelompokan data berdasarkan variabel dan jenis responden, mentabulasi data berdasarkan variabel dari seluruh responden, menyajikan semua variable

pengkajian, menghitung agar menjawab permasalahan, serta menghitung agar hipotesis di mana diajukan akan diuji. Analisis di mana dipakai di studi ini yakni:

1.9.6.1 Analisis Regresi Linier

Dalam perjalanan analisis ini, metodologi regresi linier langsung digunakan untuk menjelaskan dampak signifikan dari variabel independen (X) pada variabel dependen (Y). Analisis regresi berfungsi sebagai alat prediktif, memungkinkan estimasi nilai variabel dependen bergantung pada perubahan variabel independen. Rumus regresi linier sederhana yakni:

$$y = a + bX$$

Keterangan:

y = subyek dalam variabel dependen yang diprediksi

a = harga Y ketika harga x = 0 (harga konsisten)

b = koefisien regresi, yang menandakan tingkat kenaikan atau penurunan variabel dependen sebagai respons terhadap variasi variabel independen.

Ketika koefisien positif (+), kemiringan garis naik, sedangkan koefisien negatif (-) menunjukkan kemiringan menurun.

X= subyek di variabel independent di mana memiliki nilai tertentu.
(Prof.Dr.Sugiyono, 2019).

1.9.6.2 Skala Pengukuran

Dalam penyelidikan ini, variabel dikuantifikasi menggunakan skala Likert. Skala Likert adalah alat psikometrik yang digunakan untuk menilai

sikap, pendapat, dan persepsi individu atau kelompok mengenai fenomena sosial (Prof.Dr.Sugiyono, 2019:146). Melalui penerapan skala Likert, variabel yang menarik dioperasionalkan menjadi indikator tertentu, memungkinkan responden untuk memberikan jawaban dengan menanggapi pertanyaan yang telah dirumuskan sebelumnya yang selaras dengan indikator yang ditetapkan. Setiap indikator dalam instrumen yang menggunakan skala Likert memiliki kontinum mulai dari nilai tertinggi hingga terendah. Skala Likert menawarkan beberapa keuntungan, termasuk komposisi yang mudah dan kemudahan responden dapat memahami penerapannya. Dalam konteks skala Likert, setiap respons diberi bobot nilai tertentu, yakni:

Tabel 1. 3 Skala Likert

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

1.9.7 Tahapan Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan melalui sejumlah tahapan yang tersusun secara sistematis guna mendapat kepastian temuan yang diperoleh bisa dipertanggungjawabkan dengan ilmiah. Adapun proses tahapan penelitian disajikan sebagai berikut:

1.9.7.1 Identifikasi masalah

Peneliti mengamati bahwa banyak orang yang merasa kesulitan pada saat berbicara didepan umum, karena kurangnya rasa percaya diri pada saat berbicara di depan umum. Sementara itu, konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” pada channel Maya Rachma memiliki jumlah viwers yang paling tinggi diantara konten lainnya dan dianggap potensial menjadi media pembelajaran.

1.9.7.2 Perumusan Tujuan dan Manfaat

Tujuan pengkajian difokuskan agar mengetahui bagaimana konten youtube tersebut berpengaruh ke motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber.

1.9.7.3 Kajian Teori dan Penelitian Terdahulu

Peneliti di fase ini melakukan telaah teori-teori relevan, seperti teori Stimulus–Organism–Response (SOR), serta meninjau hasil-hasil penelitian terdahulu yang mendukung pembangunan kerangka pemikiran di pengkajian ini. Penelitian ini memakai teori SOR (Stimulus–Organism–Response) untuk memahami proses konten digital dapat memengaruhi perilaku penonton. Dalam hal ini, stimulusnya adalah video YouTube berjudul 'Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking'. Organism mengacu pada para subscriber atau penonton channel Maya Rachma yang menyaksikan video tersebut. Sementara itu, respons yang diharapkan adalah meningkatnya motivasi belajar serta kemampuan public speaking penonton setelah terpapar konten tersebut. Teori

ini membantu menjelaskan bagaimana media dapat mendorong perubahan dalam cara berpikir dan belajar seseorang.

1.9.7.4 Penyusunan Instrumen Penelitian

Pada tahap penyusunan instrumen penelitian, peneliti merancang kuesioner sebagai alat ukur utama yang difokuskan untuk mengidentifikasi dan mengevaluasi perubahan tingkat motivasi belajar serta kemampuan public speaking para subscriber. Instrumen ini disusun secara sistematis dengan mempertimbangkan indikator-indikator yang relevan, sehingga mampu menggambarkan pengaruh konten video YouTube yang ditonton terhadap aspek kognitif dan keterampilan komunikasi responden. Kuesioner dirancang agar mudah dipahami oleh responden, namun tetap mampu menghasilkan data yang valid dan reliabel untuk dianalisis lebih lanjut.

1.9.7.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

Setelah kuesioner selesai disusun, peneliti melakukan proses tabulasi menggunakan Excel terhadap data yang diperoleh dari hasil pengisian kuesioner oleh responden. Selanjutnya, dilakukan uji validitas agar dilaksanakan pengukuran sampai mana instrument tersebut bisa mengukur di mana seharusnya diukur, serta uji reliabilitas guna memastikan konsistensi dan kestabilan hasil pengukuran. Kedua uji ini penting dilakukan agar instrumen penelitian yang digunakan benar-benar akurat dan dapat diandalkan dalam menggambarkan variabel yang diteliti. Adapun alat yang digunakan yaitu SPSS versi 25.

1.9.7.6 Penentuan Populasi dan Sampel

Populasi di studi ini mencakup seluruh subscriber channel youtube Maya Rachma, yang termasuk audiens aktif dari konten-konten yang disajikan di platform tersebut. Untuk memperoleh data yang relevan dan sesuai dengan fokus penelitian, peneliti memakai teknik purposive sampling, yakni metode mengambil sampel berlandaskan pertimbangan atau kriteria khusus di mana sudah ditentukan. Dalam hal ini, sampel yang dipilih adalah para subscriber dan orang yang menonton video berjudul 'Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking'. Pemilihan ini didasarkan pada asumsi bahwa individu yang telah menyaksikan konten tersebut memiliki pengalaman langsung terhadap stimulus di mana diteliti, kemudian bisa menyalurkan informasi lebih tepat mengenai pengaruhnya terhadap motivasi belajar dan kemampuan public speaking.

1.9.7.7 Pengumpulan Data

Penghimpunan data di pengkajian ini memakai kuesioner disebar ke subscriber di mana memenuhi kriteria yang telah ditetapkan sebelumnya. Untuk menjangkau responden secara lebih luas dan efektif, kuesioner disebar melalui berbagai platform media sosial yang digunakan oleh Maya Rachma sebagai sarana interaksi dengan audiens. Saluran distribusi tersebut meliputi Insta Story dan kolom komentar di akun Instagram, story pada WhatsApp, kolom komentar pada video TikTok dan YouTube channel Maya Rachma, serta melalui pesan pribadi yang dikirimkan kepada following Maya Rachma, baik di Instagram maupun TikTok. Strategi ini dipilih untuk memaksimalkan jangkauan penyebaran kuesioner sekaligus memastikan bahwa responden

benar-benar merupakan bagian dari audiens aktif yang telah menonton konten yang menjadi fokus penelitian.

1.9.7.8 Analisis Data

Di pengkajian, analisis dilakukan memakai metode regresi linier sederhana agar bisa diketahui pengaruh variabel bebas terhadap motivasi belajar serta keterampilan public speaking secara simultan. Proses analisis dilakukan dengan bantuan software SPSS versi 25. Sebelum melaksanakan uji regresi linier sederhana, peneliti melaksanakan serangkaian uji pendahuluan (pra-uji) dulu guna memastikan kelayakan data untuk dianalisis lebih lanjut. Uji pendahuluan tersebut meliputi uji validitas dan reliabilitas untuk menilai ketepatan serta konsistensi instrumen penelitian, serta uji asumsi klasik yang terdiri atas uji normalitas, linearitas, heteroskedastisitas, dan multikolinearitas. Setelah seluruh uji pendahuluan menunjukkan hasil memenuhi kriteria analisis, barulah dilakukan pengujian regresi linier sederhana secara menyeluruh dengan menggunakan SPSS 25.

1.9.7.9 Interpretasi Hasil

Hasil analisis data kemudian diinterpretasikan dengan merujuk pada teori SOR (*Stimulus Organism Response*) guna memberikan pemahaman jauh mendalam tentang mekanisme pengaruh temuan. Di konteks pengkajian ini, *stimulus* berupa konten youtube yang disajikan melalui *channel* Maya Rachma yang berfungsi sebagai pemicu awal yang memengaruhi *organisme*, yaitu para subscriber yang menonton konten tersebut, *respons* yang dimunculkan tidak terjadi secara langsung, melainkan melalui perantara berupa motivasi belajar

sebagai faktor internal yang berperan penting dalam membentuk perubahan perilaku. Dengan demikian, teori SOR membantu menjelaskan bahwa konten digital tidak hanya memberikan dampak secara instan, tetapi juga melalui proses internalisasi di dalam diri individu sebelum menghasilkan respons akhir berupa peningkatan kemampuan public speaking.

1.9.7.10 Penyusunan Laporan Penelitian

Tahap akhir di proses pengkajian ini yakni pembuatan laporan studi ke bentuk skripsi yang disusun sistematis sebagaimana pedoman penulisan ilmiah di mana berlaku di universitas. Penyusunan laporan ini meliputi semua fase pengkajian dari latar belakang, perumusan permasalahan, tinjauan Pustaka, metode, temuan serta pembahasan, hingga kesimpulan dan saran, dengan tujuan untuk mendokumentasikan proses serta temuan penelitian secara utuh, jelas, dan dapat dipertanggungjawabkan secara akademik.

1.9.8 Validitas

Menurut Sugiyono (2019: 175) validitas artinya alat ukur di mana dipakai agar memperoleh ataupun mengukur data. Valid artinya instrument itu bisa dipakai mengukur segala yang hendak diukur. Masing-masing variable bisa dianggap valid jika nilai r hitung $\geq r$ table. Agar diketahui validitas, pengkajian ini memakai rumus korelasi product momen sebagai berikut :

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{n\sum X^2 - (\sum X)^2} \sqrt{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2}}$$

Keterangan :

r = koefisien product moment

n = jumlah individu dalam sampel

X = skor setiap item

Y = skor total seluruh item

(Aziz, 2021:12)

1.9.9 Reliabilitas

Reliabilitas berfungsi sebagai angka indeks yang mencerminkan tingkat konsistensi yang ditunjukkan oleh instrumen pengukuran saat menilai gejala yang identik. Pengurangan kesalahan pengukuran berkorelasi dengan peningkatan keandalan alat pengukur, dan sebaliknya, peningkatan kesalahan menunjukkan berkurangnya keandalan. Uji reliabilitas, atau disebut sebagai evaluasi kepercayaan hasil pengukuran, didasarkan pada prinsip bahwa kuesioner dianggap dapat diandalkan jika koefisien alfa yang dihasilkan melebihi 0,60. Sebaliknya, jika koefisien alfa menghasilkan nilai di bawah 0,60, kuesioner diklasifikasikan sebagai tidak dapat diandalkan. Metodologi evaluatif ini terutama berlaku ketika instrumen pengukuran menggunakan likert atau skala ordinal

BAB II

PROFIL OBJEK PENELITIAN

2.1 Sejarah Youtube

YouTube adalah platform berbagi video online yang luas yang dapat diakses oleh beragam demografi, mencakup individu dari masa kanak-kanak hingga dewasa. Platform ini memfasilitasi penyebaran lebih dari dua miliar video setiap hari, sehingga mengamankan posisinya sebagai situs unggulan untuk berbagi video online. YouTube menghasilkan pendapatan melalui penjualan iklan yang ditampilkan di beranda dan di dalam konten videonya.

YouTube menempati peringkat di antara platform berbagi video terbesar secara global, setelah didirikan pada 14 Februari 2005, oleh Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim, yang semuanya sebelumnya adalah karyawan PayPal. Hanya setahun setelah berdirinya, YouTube mengalami pertumbuhan pesat, dengan 65.000 unggahan video baru terjadi setiap bulan, yang berpuncak pada total 100.000 pada Juli 2006. Ekspansi luar biasa ini memungkinkan YouTube naik ke salah satu dari lima situs web paling sering dikunjungi di Alexa.com, secara signifikan melampaui MySpace.com. Pada bulan Juni 2006, platform YouTube berkelana ke ranah pemasaran dan periklanan melalui kolaborasi dengan NBC (Chandra, 2017).

Seiring waktu, popularitas global YouTube secara konsisten meningkat. Lonjakan popularitas ini menarik perhatian Google, yang mengakuisisi saham platform YouTube pada Oktober 2006 untuk transaksi senilai \$1,65 miliar. Setelah diakuisisi oleh Google, YouTube mengalami pertumbuhan substansial

dan mencapai periode stabilitas internasional. Pada awal pendiriannya, platform video YouTube mengumpulkan pengakuan dari majalah PC World, yang menunjuknya sebagai salah satu dari sepuluh produk terbaik pada tahun 2006, mencerminkan kemajuan pesat dalam teknologi, fitur, dan keterlibatan pengguna. Beberapa inovasi penting yang dilakukan youtube antara lain:

- Pengenalan Youtube Partner Program (YPP) pada tahun 2007 yang memungkinkan kreator memperoleh pendapatan dari iklan.
- Dukungan terhadap berbagai format video berkualitas tinggi seperti HD, 4K, dan 8K.
- Peluncuran fitur Youtube Live untuk streaming langsung.
- Hadirnya YouTube Premium sebagai layanan berbayar bebas iklan dan konten eksklusif.
- Peluncuran YouTube Shorts pada tahun 2020 sebagai respon terhadap tren video pendek.

Hingga saat ini, YouTube telah menjadi salah satu platform terbesar di dunia dengan lebih dari 2 miliar pengguna aktif per bulan, serta berperan penting dalam ranah hiburan, pendidikan, pemasaran digital, hingga pengembangan diri.

2.2 Logo



Gambar 2. 1 Logo YouTube

Sumber: <https://images.app.goo.gl/DDTADFBsd9wagsd9>

(diakses 20 April 2025, pukul 00.43 WIB)

2.3 Misi Youtube

Keterangan terkait misi youtube adalah sebagai berikut:

1. Misi kami adalah memberikan kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang.
2. Kami yakin setiap orang berhak menyampaikan pendapat, dan dunia akan menjadi tempat yang lebih baik jika kita bersedia mendengar, berbagi, dan membangun komunitas melalui kisah-kisah yang kita miliki.

2.4 Pendiri dan Manajemen Youtube

Youtube didirikan oleh tiga mantan karyawan paypal yaitu Steve Chen, Chad Hurley, dan Jawed Karim. Ketiganya punya latar belakang di bidang teknologi dan bisnis digital. Steve Chen menjabat sebagai Cheif Technology Officer (CTO) di masa awal berdirinya Youtube, ia bertanggung jawab atas aspek teknis termasuk pengembangan sistem pengunggahan dan pemutaran youtube. Chad Hurlay merupakan CEO pertama youtube dan memberikan

kontribusi besar dalam desain antarmuka pengguna (user interface) sederhana serta mudah digunakan. Jawed Karim, meskipun tidak terlibat aktif dalam manajemen sehari-hari, ialah pengunggah pertama video di youtube berjudul “Me at the Zoo”. Kontribusinya lebih banyak pada sisi ide dan insipari platfrom.

Setelah diakuisisi oleh Google, youtube mengalami berbagai transformasi manajerial. Salah satu sosok penting yang memimpin youtube selama hampir satu dekade adalah Susan Wojcicki, yang menjabat sebagai CEO dari tahun 2014 hingga 2023. Di bawah kepemimpinannya, YouTube memperkenalkan berbagai fitur seperti YouTube Premium, YouTube Kids, YouTube Music, hingga sistem monetisasi kreatif. Pada tahun 2023, kepemimpinan youtube berpindah ke tangan Neal Mohan, di mana sebelumnya sebagai Chief Product Officer.

Neal dikenal sebagai sosok yang berada di balik pengembangan fitur seperti YouTube Shorts dan sistem rekomendasi yang lebih cerdas. Sebagai CEO saat ini, Neal membawa fokus pada penguatan dukungan terhadap kreator, keamanan konten, serta ekspansi youtube dalam ekosistem digital global yang semakin kompetitif. Yang menjadi daya tarik besar bagi pengguna dari berbagai kalangan. Selain dua nama besar tersebut, ada juga Robert Kyncl, mantan Chief Business Officer youtube yang berperan dalam menjalin kemitraan dengan industri musik dan hiburan. Kontribusinya memperluas kerja sama antara youtube dan pihak ketiga yang akhirnya memperkaya jenis konten yang tersedia di platform.

2.5 Fungsi Youtube

Dalam era digital saat ini, youtube telah berkembang menjadi platform multifungsi yang memberikan dampak signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, mulai dari pendidikan, hiburan, penyebaran informasi, komunikasi, hingga kegiatan ekonomi. Berikut adalah beberapa fungsi utama Youtube dalam konteks kehidupan modern:

1. Edukasi

Youtube berfungsi sebagai sarana pembelajaran yang fleksibel serta mudah diakses oleh siapa pun. Platform ini menyediakan berbagai video edukatif, seperti tutorial, kuliah daring, hingga diskusi ilmiah yang mendukung proses belajar mandiri (self-directed learning) dan pembelajaran sepanjang hayat (lifelong learning).

2. Hiburan

Bagi sebagian besar penggunanya, Youtube merupakan sumber hiburan utama. Beragam konten seperti musik, vlog, film pendek, permainan video, dan komedi tersedia secara bebas dan dapat disesuaikan dengan minat pengguna, menjadikannya media hiburan yang personal dan fleksibel.

3. Informasi

Youtube juga memainkan fungsi sebagai penyedia informasi yang cepat dan mudah dijangkau. Banyak kanal berita serta institusi resmi yang memanfaatkan platform ini untuk menyampaikan informasi aktual. Selain

itu, masyarakat umum pun dapat berkontribusi dalam menyebarkan informasi melalui video.

4. Komunikasi dan Sosial

Dengan adanya fitur komentar dan obrolan langsung (live chat), Youtube memungkinkan interaksi dua arah antara pembuat konten dan audiensnya. Ini menciptakan ruang komunikasi sosial yang terbuka, dinamis, serta memungkinkan pertukaran pendapat dan gagasan.

5. Ekonomi dan Bisnis

Platform ini membuka peluang ekonomi bagi para kreator melalui fitur monetisasi. Di samping itu, Youtube juga dimanfaatkan dalam aktivitas pemasaran digital untuk mempromosikan produk atau membangun personal branding secara efektif.

6. Pengembangan Diri dan Kreativitas

Youtube menjadi medium ekspresi bagi individu untuk menunjukkan ide, keterampilan, serta kreativitas. Banyak pengguna yang memanfaatkannya sebagai wadah untuk berbagi pengalaman, opini, maupun karya seni sebagai bentuk aktualisasi diri.

2.6 Kategori Youtube

Youtube mempunyai berbagai memakai video, mulai dari video perilaku pribadi penggunanya, hingga video-video di mana tak sering kita lihat di televisi. Umumnya, klasifikasi di youtube yakni:

1. *Way & Style* (Cara dan Gaya)
2. *Music* (Musik)

3. *Education* (Pengetahuan)
4. *Entertainment* (Hiburan)
5. *Comedy* (Komedi)
6. *Film & Animation* (Film dan Animasi)
7. *Traveling & Places* (Perjalanan dan Tempat)
8. *News & Politics* (Berita dan Politik)
9. *Pets & Animals* (Binatang dan Binatang Peliharaan)
10. *Science & Technology* (Ilmu Pengetahuan dan Teknologi)
11. *Sports* (Olahraga)
12. *Autos & Vehicles* (Otomotif dan Kendaraan)
13. *Gadgets & Games* (Peralatan dan Permainan)

Berbagai macam kategori yang digambarkan sebelumnya memungkinkan pengguna untuk memilih konten berdasarkan preferensi mereka tanpa perlu mempertimbangkan video spesifik yang ingin mereka tonton dalam setiap kategori. Fasilitas ini dikaitkan dengan penyediaan fitur mesin pencari YouTube yang membantu pengguna menemukan video yang ingin mereka tonton.

2.7 Kebijakan dan Keamanan Youtube

YouTube menerapkan serangkaian kebijakan dan langkah-langkah keamanan yang mengatur akses ke platformnya, sehingga memungkinkan pengguna untuk terlibat dengan beragam komunitas secara global. Kepercayaan dan tanggung jawab sangat penting karena jutaan pengguna berpartisipasi dalam ekosistem ini. Konten yang tersedia di YouTube tidak didukung secara

universal, karena beberapa materi bertentangan dengan pedoman komunitas yang ditetapkan. Pengguna diberikan kemampuan untuk menggunakan fitur pelaporan untuk menandai konten yang dianggap tidak pantas. Materi yang dilaporkan menjalani pemeriksaan langsung oleh staf YouTube, yang tersedia untuk ditinjau 24 jam sehari, tujuh hari seminggu.

YouTube telah melembagakan serangkaian peraturan umum yang dirancang untuk melindungi pengguna dari potensi komplikasi. Berikut ini beberapa aturan dasarnya, yakni:

1. Konten seksual atau ketelanjangan,
2. Konten yang merugikan atau berbahaya,
3. Konten yang mengandung kebencian,
4. Konten kekerasan atau vulgar,
5. Peniruan Identitas,
6. Membahayakan anak,
7. Kebijakan tambahan,
8. Pelecehan dan cyberbullying,
9. Spam, metadata yang menyesatkan dan scam,
10. Ancaman,
11. Hak Cipta,
12. Privasi.

2.8 Channel Youtube Maya Rachma

Channel YouTube Maya Rachma adalah sebuah platform edukasi nonformal yang berfokus pada pengembangan keterampilan public speaking dan keterampilan komunikasi lainnya. *Channel* ini dikelola oleh Maya Rachma, seorang Dosen Ilmu Komunikasi di salah satu perguruan tinggi swasta di Indonesia. Selain menjadi Dosen, Maya Rachma juga memiliki pengalaman sebagai Jurnalis televisi, dan pernah bekerja sebagai News Reporter di TvOne (2011–2016) dan News Producer di SCTV (2017–2020). Maya Rachma juga meraih gelar S2 dalam bidang Media Management di University of Glasgow Skotlandia dengan beasiswa LPDP, dan saat ini Maya Rachma kembali melanjutkan pendidikan S3nya di universitas yang sama.

Channel youtube Maya Rachma secara aktif membagikan tips, teknik, dan contoh praktik seputar public speaking dalam berbagai konteks, seperti menjadi pembawa acara formal, moderator, maupun narasumber dengan *subscriber* mencapai 312 ribu dengan total tayangan 72 juta.

Menurut Nasution (2019), media digital seperti YouTube memiliki potensi besar sebagai sarana pembelajaran karena sifatnya yang mudah diakses, fleksibel, dan interaktif. Maya Rachma memanfaatkan keunggulan ini dengan menyajikan konten pembelajaran berbasis pengalaman praktis yang dikemas secara komunikatif dan menarik. Berikut ini detail channel Maya Rachma yang diambil dari situs www.socialblade.com.



Gambar 2. 2 Profile Maya Rachma

Sumber: www.socialblade.com, diakses 20 April 2025 pukul 14.58 WIB

Channel Maya Rachma di buat pada 24 Desember 2012 oleh seorang praktisi komunikasi dan akademisi, yang bernama Maya Rachma. *Channel* Maya Rachma berada di rank 1,357 di kategori edukasi, total upload 38 video dengan pendapatan perbulan mencapai \$222-\$3.6k. *Channel* Maya Rachma mempunyai dua (2) *playlist* video dengan judul:

- 1) Video Series: Kursus Public Speaking, dengan jumlah total 9 video.

Konten yang disajikan pada Video Series: Kursus Public Speaking pada channel Maya Rachma memiliki fungsi sebagai media edukasi. Materi yang diunggah mencakup teori public speaking, strategi mengatasi gugup, tips penyampaian pesan yang efektif, hingga contoh konkret praktik berbicara di depan umum.

- 2) Belajar jadi Mc dengan jumlah total 3 video.

Konten yang disajikan pada video Belajar menjadi Mc pada channel Maya Rachma berfungsi sebagai media edukasi dengan materi yang diunggah mencakup tips dan teknik menjadi seorang Mc yang professional.

Materi yang disajikan pada channel Maya Rachma mencakup aspek verbal, vokal, dan visual dalam public speaking. Ketiga aspek ini sejalan dengan teori *3V Communication* oleh Albert Mehrabian (1971), yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh 7% kata-kata, 38% intonasi suara, dan 55% bahasa tubuh. Dengan menyajikan ketiga aspek ini secara praktis, channel ini membantu audiens memahami pentingnya komunikasi secara menyeluruh.

2.9 Perkembangan Channel Youtube Maya Rachma

Channel Maya Rachma tidak hanya menyajikan konten satu arah, tetapi juga membangun komunikasi dua arah dengan audiens melalui kolom komentar, live chat, dan sesi tanya jawab. Interaktivitas ini memperkuat fungsi sosial channel, di mana terjadi pertukaran ide, pengalaman, serta saling berbagi informasi di antara kreator dan audiens.

Channel YouTube Maya Rachma memiliki sejumlah kelebihan yang membuatnya berbeda dengan channel edukasi lainnya, khususnya dalam bidang public speaking. Salah satu keunikan utama adalah adanya evaluasi langsung kepada audiens melalui link soal yang diberikan setelah penyampaian materi. Evaluasi ini bertujuan untuk mengukur seberapa jauh audiens paham ke materi di mana sudah diberikan. Fitur evaluasi menjadi nilai tambah yang jarang ditemukan di channel edukasi lain, sehingga dapat meningkatkan keunikan dan kredibilitas channel Maya Rachma.

Perkembangan channel Maya Rachma sangat pesat, ini diketahui melalui gambar 2.3 dibawah ini

Date	Subscribers	Views	Videos	Estimated Earnings
Mon 2025-04-07	+1K 311K	+1,977 961,628	-- 38	\$0 - \$8
Tue 2025-04-08	-- 311K	+2,167 963,795	-- 38	\$1 - \$9
Wed 2025-04-09	-- 311K	+2,355 966,150	-- 38	\$1 - \$9
Thu 2025-04-10	-- 311K	+3,007 969,157	-- 38	\$1 - \$12
Fri 2025-04-11	-- 311K	+3,117 972,274	-- 38	\$1 - \$12
Sat 2025-04-12	-- 311K	+3,417 975,691	-- 38	\$1 - \$14
Sun 2025-04-13	-- 311K	+3,105 978,796	-- 38	\$1 - \$12
Mon 2025-04-14	-- 311K	+3,496 982,292	-- 38	\$1 - \$14
Tue 2025-04-15	-- 311K	+3,435 985,727	-- 38	\$1 - \$14
Wed 2025-04-16	-- 311K	+3,974 989,701	-- 38	\$1 - \$16
Thu 2025-04-17	-- 311K	+3,984 993,685	-- 38	\$1 - \$16
Fri 2025-04-18	+1K 312K	+3,196 996,881	-- 38	\$1 - \$13
Sat 2025-04-19	-- 312K	+3,467 1,000,348	-- 38	\$1 - \$14
Sun 2025-04-20	-- 312K	+1,963 1,002,311	-- 38	\$0 - \$8
Daily Average	+100	+2,414	+0	\$1 - \$10

Gambar 2. 3 Perkembangan Channel Maya Rachma

Sumber: www.socialblade.com, diakses pada 20 April 2025 pukul 15.40

WIB

Dari gambar diatas menunjukkan bahwa *channel* Maya Rachma mulai merintis naik dengan jumlah *subscriber* dan *views* yang semakin bertambah setiap harinya dan juga tidak hanya *subscriber* dan *views* yang bertambah tetapi juga pendapatan yang juga ikut bertambah. Hal ini membuktikan bahwa *channel* edukasi tidak kalah eksistensinya dari *channel-channel* hiburan lainnya.

2.10 Subscriber

Subscriber di Bahasa Indonesia diartikan sebagai pelanggan, tetapi *subscribe* berarti langganan. Maka *subscriber* youtube ialah pengguna youtube untuk berlangganan semua konten di *channel* tertentu. Ketika kita sudah *mensubscribe channel* milik Maya Rachma, kita akan mendapatkan pemberitahuan setiap ada konten video terbaru dari *channel* Maya Rachma.

Konsumen online (berbasis internet), subscriber bisa memperoleh kelebihan dari segi pencarian informasi sampai pembelian, yakni:

1. Kemudahan, yaitu adanya informasi produk atau jasa secara mendalam yang dapat diakses oleh konsumen kapanpun dan dimanapun.
2. Desain Situs, yaitu konsumen mendapatkan pengalaman memperoleh informasi yang melalui cara yang menarik dan dapat diakses secara cepat.
3. Keinformatifan, yaitu konsumen dapat melakukan pemilihan informasi
4. Keamanan, yaitu kekhawatiran konsumen dapat teratasi dengan keamanan secara teknologi yang diberikan, seperti privasi.
5. Komunikasi, yaitu keterbukaan informasi yang diberikan dan adanya saluran untuk melakukan interaksi dan memberikan respon. (Ishak, 2012)

Dalam hal ini subscriber channel Maya Rachma sudah mencapai angka 312k. Berdasarkan data dari Sprout Social, pengguna YouTube di Indonesia didominasi oleh kelompok usia 25–34 tahun (21,7%) dan 35–44 tahun (18,5%). Mengingat konten Maya Rachma yang berfokus pada keterampilan komunikasi profesional, besar kemungkinan bahwa mayoritas subscribarnya berasal dari kelompok usia ini. Selain itu, distribusi gender pengguna YouTube secara global menunjukkan proporsi yang hampir seimbang antara pria (54%) dan wanita (46%), yang kemungkinan juga tercermin dalam demografi subscriber channel ini.

2.11 Ciri Khas Subscriber Channel Maya Rachma

Setiap channel youtube memiliki ciri khas subscriber yang berbeda-beda, berikut ini terdapat ciri khas subscriber channel Maya Rachma berdasarkan observasi.

1. Pelajar atau Mahasiswa.

Mayoritas subscriber channel Maya Rachma berstatus sebagai pelajar.

2. Berdiskusi

Subscriber channel Maya Rachma cenderung memiliki minat yang kuat dalam pengembangan diri, khususnya dalam bidang komunikasi dan public speaking. Hal ini didukung oleh latar belakang Maya Rachma sebagai dosen Ilmu Komunikasi dan mantan jurnalis televisi, yang memberikan kredibilitas pada konten yang disajikan. Selain itu, penggunaan evaluasi melalui link soal setelah penyampaian materi menunjukkan bahwa audiens channel ini memiliki motivasi tinggi untuk belajar secara aktif dan mandiri.

3. Perilaku Konsumsi Konten

Dengan rata-rata durasi video sekitar 11 menit, subscriber channel ini menunjukkan preferensi terhadap konten yang mendalam namun tetap ringkas. Engagement rate sebesar 4,12% menunjukkan tingkat interaksi yang cukup baik, meskipun masih ada ruang untuk peningkatan. Hal ini mengindikasikan bahwa audiens tidak hanya

menonton secara pasif, tetapi juga terlibat melalui likes, komentar, dan partisipasi dalam evaluasi yang disediakan.



BAB III

TEMUAN HASIL PENELITIAN

Dibab III (tiga), peneliti akan menjelaskan tentang data yang diperoleh melalui kuesioner yang diberikan kepada subscriber *channel* youtube Maya Rachma yang telah bersedia menjadi responden penelitian. Data yang disajikan dalam bentuk tabel-tabel menggambarkan perbandingan presentase jawaban responden dari berbagai pilihan jawaban yang telah tersedia. Temuan yang diperoleh melalui kuesioner tersebut akan dijabarkan secara deskriptif dengan menggunakan tabel frekuensi.

3.1 Karakteristik Responden

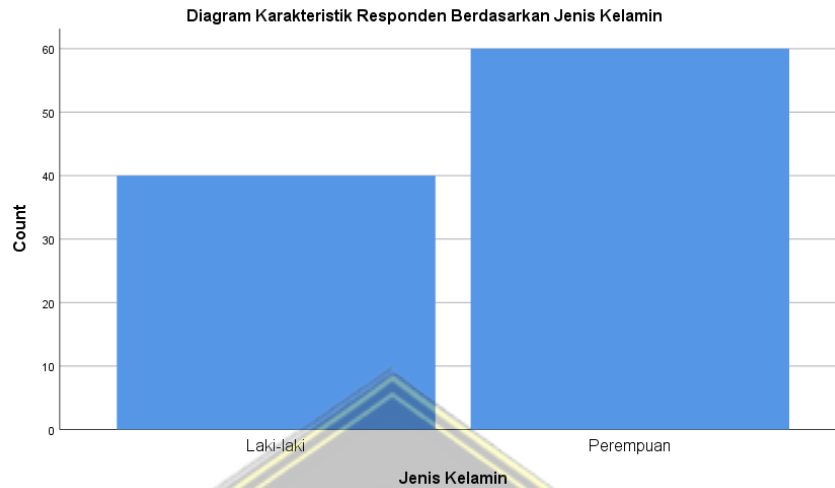
3.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, diketahui bahwa responden umumnya berjenis kelamin Perempuan dengan presentase sebesar 60%, hal ini dapat dilihat melalui data tabel berikut :

Tabel 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin
Jenis Kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-laki	40	40.0	40.0	40.0
	Perempuan	60	60.0	60.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber: Hasil Output SPSS 2025



Sumber: Hasil Output SPSS 2025

Gambar 3. 1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan tabel dan gambar 3.1 dapat disimpulkan bahwa responden dengan jenis kelamin Perempuan sebanyak 60 responden atau 60% sedangkan responden dengan jenis kelamin Laki-laki berjumlah 40 responden atau 40%.

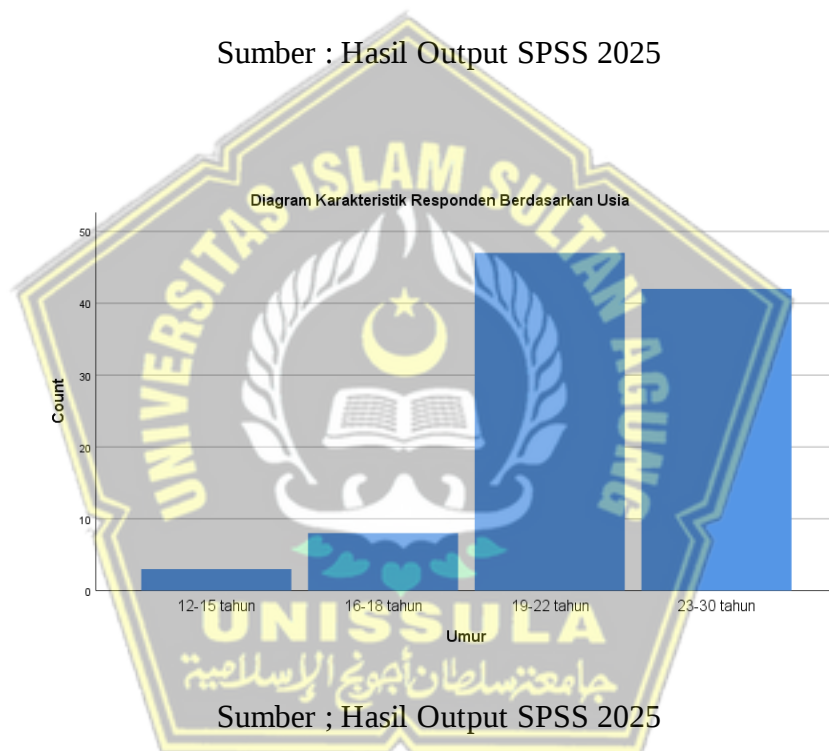
3.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Berdasarkan hasil pengumpulan data menggunakan kuesioner, peneliti melakukan pengelompokan responden berdasarkan kelompok usia dengan rentang usia responden 14 tahun sampai 30 tahun keatas, hal ini dilakukan peneliti agar dapat memudahkan dalam melakukan pengelompokan usia dan pengolahan data, berikut data hasil pengolahan menggunakan SPSS untuk karakteristik responden berdasarkan usia, dapat dilihat melalui data tabel dibawah ini :

Tabel 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

		Umur			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-15 tahun	3	3.0	3.0	3.0
	16-18 tahun	8	8.0	8.0	11.0
	19-22 tahun	47	47.0	47.0	58.0
	23-30 tahun	42	42.0	42.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS 2025



Sumber ; Hasil Output SPSS 2025

Gambar 3. 2 Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

Berdasarkan tabel dan gambar 3.2 menunjukkan bahwa karakteristik responden tertinggi di dominasi usia antara 19 – 22 tahun sebanyak 47 responden atau 47%, sedangkan jumlah responden terendah dengan usia 12 – 15 tahun sebanyak 3 responden atau 3%.

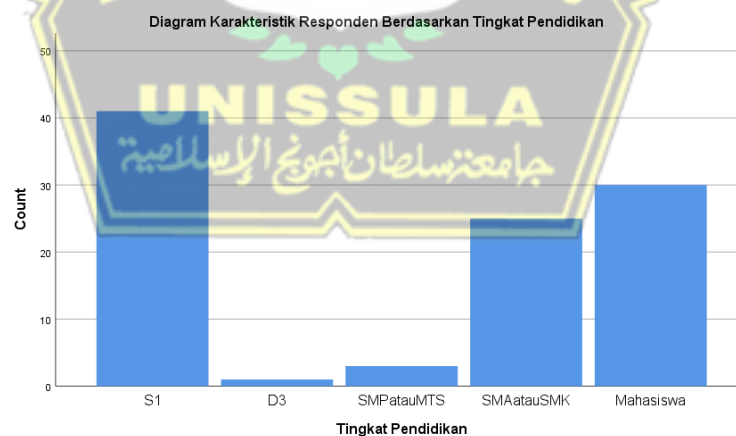
3.1.3 Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti melakukan kasifikasi responden berdasarkan pendidikan SMA/SMK, SMP/MTS, Mahasiswa, Sarjana, dan Diploma dengan olah data sebagai berikut ;

Tabel 3. 3 Karakteristik Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

		Tingkat Pendidikan			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	S1	41	41.0	41.0	41.0
	D3	1	1.0	1.0	42.0
	SMPatauMTS	3	3.0	3.0	45.0
	SMAatauSMK	25	25.0	25.0	70.0
	Mahasiswa	30	30.0	30.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS 2025



Sumber : Hasil Output SPSS 2025

Gambar 3. 3 Karakteristk Responden Berdasarkan Tingkat Pendidikan

Berdasarkan tabel dan gambar 3.3 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan tingkat pendidikan, didapatkan hasil tertinggi didominasi

oleh tingkat pendidikan Sarjana sebanyak 41 responden atau 41% dan Mahasiswa sebanyak 30 responden atau 30% , adapun nilai terendah di dominasi oleh tingkat pendidikan D3 (Diploma) dengan jumlah 1 responden atau 1%.

3.1.4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Berdasarkan hasil pengumpulan data, peneliti melakukan kasifikasi responden berdasarkan pekerjaan dengan hasil olah data sebagai berikut :

Tabel 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

		Pekerjaan			Cumulative Percent
		Frequency	Percent	Valid Percent	
Valid	Wirausaha	1	1.0	1.0	1.0
	Guru	4	4.0	4.0	5.0
	Karyawan	32	32.0	32.0	37.0
	Pelajar atau Mahasiswa	50	50.0	50.0	87.0
	Host Live	1	1.0	1.0	88.0
	PNS	2	2.0	2.0	90.0
	Buruh	1	1.0	1.0	91.0
	Wiraswasta	6	6.0	6.0	97.0
	Marketing	1	1.0	1.0	98.0
	Humas	1	1.0	1.0	99.0
	Tidak Bekerja	1	1.0	1.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber ; Hasil Output SPSS 2025

Berdasarkan tabel 3.4 menunjukkan bahwa karakteristik responden berdasarkan pekerjaan, didapatkan hasil tertinggi didominasi oleh tingkat Pelajar/Mahasiswa dengan jumlah 50 responden atau 50%, dan hasil terendah dengan jumlah 1 responden atau 1% dihasilkan oleh tingkat Wirausaha, Host Live, Buruh, Marketing, Humas, dan Tidak bekerja.

3.1.5 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Maya Rachma

Berdasarkan pengolahan data karakteristik responden berdasarkan subscriber diperoleh sebagai berikut :

Tabel 3. 5 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Maya Rachma

		Subscriber			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	96	96.0	96.0	96.0
	Tidak	4	4.0	4.0	100.0
	Total	100	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Output SPSS 2025



Sumber : Hasil Output SPSS 2025

Gambar 3. 4 Karakteristik Responden Berdasarkan Subscriber Maya Rachma

Berdasarkan tabel dan gambar 3.5, dapat disimpulkan bahwa jumlah responden tertinggi adalah *subscriber channel* youtube Maya Rachma dengan total 96 responden atau 96%.

3.1.6 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang Yang Menonton Channel Maya Rachma

Berdasarkan hasil penelitian dan pengolahan data, diketahui bahwa 100 responden atau 100% umumnya orang yang menonton channel youtube maya rachma dengan tabel dibawah ini :

Tabel 3. 6 Karakteristik Responden Berdasarkan Orang yang Menonton Channel Youtube Maya Rachma

		Org yang Menonton			
		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Iya	100	100.0	100.0	100.0

Sumber : Hasil Output SPSS 2025

3.2 Deskriptif Variabel Konten Youtube Channel Maya Rachma

Konten tutorial Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking merupakan sebuah konten yang membahas tentang edukasi atau tips untuk belajar *public speaking* di media sosial youtube. Variabel dalam penelitian ini disajikan berdasarkan dua belas pertanyaan yang berasal dari lima indikator yaitu isi konten mudah dipahami, relevansi konten dengan kebutuhan audience, kualitas konten, durasi konten dan struktur penyampaian materi, dan frekuensi penayangan. Persepsi dari variabel *channel* Maya Rachma dapat dilihat dari uraian jawaban responden yang akan disajikan dalam tabel-tabel berikut ini:

Tabel 3. 7 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Cara penyampaian materi dalam video edukasi di channel youtube Maya Rachma sangat mudah dipahami.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Setuju
2.	Tidak Setuju	14	14%	
3.	Netral	18	18%	
4.	Setuju	37	37%	
5.	Sangat Setuju	26	26%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel 3.7 kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 37 responden atau 37% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 26 responden atau 26%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 18 responden atau 18%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 14 responden atau 14%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dari hasil tabel diatas ditarik kesimpulan bahwa responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*cara penyampaian materi dalam video edukasi di channel youtube Maya Rachma sangat mudah dipahami*”

Tabel 3. 8 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Penjelasan materi yang diberikan pada channel youtube maya rachma sesuai dengan topik public speaking.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju & Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	0	0%	
3.	Netral	10	10%	
4.	Setuju	43	43%	
5.	Sangat Setuju	43	43%	
	Total	100	100	

Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.8, dapat dilihat bahwa responden terbagi dalam dua kategori dominan, yaitu Setuju dan Sangat Setuju, yang masing-masing memperoleh frekuensi 43 responden atau 43%, Sementara itu terdapat 10 responden atau 10% yang memilih Netral, dan responden yang memilih kategori tidak setuju berjumlah 0 responden atau 0%, serta 4 responden atau 4% yang menjawab Sangat Tidak Setuju. Meskipun persentase pada kedua kategori tersebut sama besar, hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memberikan respon positif terhadap pernyataan “*Penjelasan materi yang diberikan pada channel youtube maya rachma sesuai dengan topik public speaking*”.

Tabel 3. 9 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube Maya Rachma tidak menggunakan istilah-istilah asing yang sulit dipahami.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	8	8%	
4.	Setuju	36	36%	
5.	Sangat Setuju	51	51%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.9, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 51 responden atau 51% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 36 responden atau 36%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 8 responden atau 8%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan “*Channel youtube Maya Rachma tidak menggunakan istilah-istilah asing yang sulit dipahami*”.

Tabel 3. 10 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah menonton channel youtube Maya Rachma saya merasa termotivasi.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	8	8%	
3.	Netral	13	13%	
4.	Setuju	38	38%	
5.	Sangat Setuju	40	40%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.10 kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 40 responden atau 40% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 38 responden atau 38%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 13 responden atau 13%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 8 responden atau 8%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan sangat setuju dengan pernyataan “*Setelah menonton channel youtube Maya Rachma saya merasa termotivasi*”.

Tabel 3. 11 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube Maya Rachma memberikan saya solusi atas kesulitan saya dalam public speaking.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	13	13%	
4.	Setuju	44	44%	
5.	Sangat Setuju	34	34%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.11, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 44 responden atau 44% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 34 responden atau 34%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 13 responden atau 13%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Channel youtube Maya Rachma memberikan saya solusi atas kesulitan saya dalam public speaking*”.

Tabel 3. 12 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya percaya bahwasanya seorang konten creator video edukasi public speaking sangat ahli dalam pembuatan video.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	8	8%	
4.	Setuju	61	61%	
5.	Sangat Setuju	24	24%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan pada hasil tabel 3.12, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 61 responden atau 61% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 24 responden atau 24%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 8 responden atau 8%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Saya percaya bahwasanya seorang konten creator video edukasi public speaking sangat ahli dalam pembuatan video*”.

Tabel 3. 13 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Channel youtube maya rachma memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh channel edukasi public speaking yang lain.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	13	13%	
4.	Setuju	42	42%	
5.	Sangat Setuju	35	35%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.13, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 42 responden atau 42% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 35 responden atau 35%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 13 responden atau 13%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Channel youtube maya rachma memiliki ciri khas yang tidak dimiliki oleh channel edukasi public speaking yang lain*”.

Tabel 3. 14 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Durasi Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Tidak Terlalu Panjang Atau Terlalu Pendek.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak Setuju	6	6%	
3.	Netral	7	7%	
4.	Setuju	58	58%	
5.	Sangat Setuju	27	27%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.14, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 58 responden atau 58% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 27 responden atau 27%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 7 responden atau 7%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Durasi video kepercayaan diri: fondasi utama public speaking tidak terlalu Panjang atau terlalu pendek*”

Tabel 3. 15 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Isi Materi Pada Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Disampaikan Secara Sistematis.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
2.	Tidak Setuju	9	9%	
3.	Netral	10	10%	
4.	Setuju	42	42%	
5.	Sangat Setuju	36	36%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.15, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 42 responden atau 42% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 36 responden atau 36%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 10 responden atau 10%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 9 responden atau 9%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Isi materi pada video kepercayaan diri: fondasi utama public speaking disampaikan secara sistematis*”.

Tabel 3. 16 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setiap Bagian Materi Pada Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Dibahas Secara Seimbang.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	10	10%	
3.	Netral	9	9%	
4.	Setuju	36	36%	
5.	Sangat Setuju	40	40%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.16, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi 40 responden atau 40% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 36 responden atau 36%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 9 responden atau 9%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 10 responden atau 10%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dari hasil tabel diatas ditarik kesimpulan bahwa responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Setiap bagian materi pada video kepercayaan diri: fondasi utama public speaking dibahas secara seimbang*”.

Tabel 3. 17 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya Telah Menonton Video Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking Lebih Dari Satu Kali

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak Setuju	11	11%	
3.	Netral	7	7%	
4.	Setuju	58	58%	
5.	Sangat Setuju	22	22%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.17, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 58 responden atau 58% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 22 responden atau 22%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 7 responden atau 7%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 11 responden atau 11%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dari hasil tabel diatas ditarik kesimpulan bahwa responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Saya telah menonton video kepercayaan diri: fondasi utama public speaking lebih dari satu kali*”.

Tabel 3. 18 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saya Menonton Ulang Video Kepercayaan Diri; Fondasi Utama Public Speaking Pada Bagian Bagian Terpenting.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	5	5%	
4.	Setuju	46	46%	
5.	Sangat Setuju	41	41%	
	Total	100	100	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.18, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 46 responden atau 46% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 41 responden atau 41%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 5 responden atau 5%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dari hasil tabel diatas ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Saya menonton ulang video kepercayaan diri; fondasi utama public speaking pada bagian bagian terpenting*”.

3.2.1 Kategorisasi Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking di Channel Maya Rachma

Untuk mengetahui persepsi responden terhadap konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma, dilakukan katagorisasi berdasarkan rumus temuan-temuan skor total dari kuesioner penelitian, maka dapat ditarik kesimpulan tentang konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma, menurut responden penelitian dengan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I = Interval Kelas

R = Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K = Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 12 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah :

- Jumlah pernyataan = 12 pernyataan
- Skor maksimal = 60
- Skor minimal = 12
- Jumlah kategori (kelas) = 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{60 - 12}{3} = 16$$

Dengan demikian rentang kategori skor responden adalah sebagai berikut:

Skor 12 – 27 = kategori rendah

Skor 28 – 43 = kategori sedang

Skor 44 – 60 = kategori tinggi

Setelah dilakukan perhitungan terhadap 100 responden, diperoleh data distribusi sebagai berikut:

Tabel 3. 19 Kategorisasi Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking di Channel Maya Rachma

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1.	12 – 27	Rendah	0	0%
2.	28 – 43	Sedang	22	22%
3.	44 – 60	Tinggi	78	78%
	Total		100	100%

Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan tabel diatas, dapat diketahui bahwa 78 responden atau 78% dalam penelitian ini memiliki nilai tinggi diantara 44 – 60, sedangkan 22 responden atau 22% berada di tingkat skala interval sedang yang memiliki nilai 28 – 43, dan tidak ada responden yang memiliki tingkat skala interval rendah dengan nilai 12 – 27. Kesimpulannya bahwa sebanyak 78 responden dari 100 responden konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma mempunyai skala interval dengan nilai tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki ketertarikan terhadap konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma.

3.3 Deskriptif Variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)

Motivasi belajar adalah suatu dorongan internal maupun eksternal dalam diri individu yang menimbulkan semangat, arah, serta ketekunan untuk melakukan

aktivitas belajar guna mencapai tujuan tertentu. Motivasi belajar berfungsi sebagai penggerak yang memberikan energi, mengarahkan, serta mempertahankan perilaku belajar agar tetap konsisten hingga tercapainya hasil yang diinginkan.

Tabel 3. 20 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Merasa Tertarik Untuk Menonton Konten "Kepercayaan Diri: Fondasi Utama *Public Speaking*."

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak Setuju	3	3%	
3.	Netral	8	8%	
4.	Setuju	51	51%	
5.	Sangat Setuju	37	37%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan hasil tabel 3.20, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 51 responden atau 51% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 37 responden atau 37%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 8 responden atau 8%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan "*Setelah menonton*

channel youtube "Maya Rachma" saya merasa tertarik untuk menonton konten "kepercayaan diri: fondasi utama public speaking.

Tabel 3. 21 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Saat Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Fokus Untuk Menyimak Isi Konten Tersebut.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	6%	
3.	Netral	6	6%	
4.	Setuju	47	47%	
5.	Sangat Setuju	42	42%	
	Total	100	100%	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan data pada Tabel 3.21, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 47 responden atau 47%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 42 responden atau 42%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 6 orang atau 6%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 5 responden atau 5%, dan 'sangat tidak setuju' diperoleh nihil (kosong). Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 22 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Materi Yang Disampaikan Pada Channel “Maya Rachma” Sesuai Dengan Kebutuhan Saya Dalam Belajar Public Speaking.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	9	9%	
4.	Setuju	52	52%	
5.	Sangat Setuju	32	32%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS 25

Berdasarkan data pada Tabel 3.22, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 52 responden atau 52%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 32 responden atau 32%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 9 orang atau 9%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 5 responden atau 5%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 2 responden atau 2%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 23 Presentase Responden Berdasarkan Channel “Maya Rachma” Membantu Saya Memahami Hal-Hal Yang Saya Perlukan Untuk Meningkatkan Kemampuan Public Speaking.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	4	4%	
3.	Netral	8	8%	
4.	Setuju	51	51%	
5.	Sangat Setuju	33	33%	
	Total	100	100%	

Sumber : Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.23, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 51 responden atau 51%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 33 responden atau 33%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 8 orang atau 8%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 4 responden atau 4%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 4 responden atau 4%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 24 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Memiliki Niat Untuk Meningkatkan Keterampilan Public Speaking Saya.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	7	7%	
3.	Netral	11	11%	
4.	Setuju	43	43%	
5.	Sangat Setuju	35	35%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.24, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 43 responden atau 43%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 35 responden atau 35%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 11 orang atau 11%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 7 responden atau 7%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 4 responden atau 4%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 25 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Merasa Terdorong Untuk Mempraktikkan Materi Yang Ada Di Dalam Konten.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
2.	Tidak Setuju	2	2%	
3.	Netral	4	4%	
4.	Setuju	57	57%	
5.	Sangat Setuju	34	34%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.25, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 57 responden atau 57%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 34 responden atau 34%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 4 orang atau 4%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 2 responden atau 2%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 3 responden atau 3%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 26 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Tidak Mudah Menyerah Ketika Menghadapi Kesulitan Dalam Belajar Public Speaking

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	6	6%	
3.	Netral	9	9%	
4.	Setuju	41	41%	
5.	Sangat Setuju	40	40%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.26, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 41 responden atau 41%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 40 responden atau 40%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 9 orang atau 9%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 6 responden atau 6%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 4 responden atau 4%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 27 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Mengulang Konten Tersebut Untuk Memahami Lebih Dalam

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak Setuju	7	7%	
3.	Netral	8	8%	
4.	Setuju	53	53%	
5.	Sangat Setuju	31	31%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.27, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 53 responden atau 53%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 31 responden atau 31%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 8 orang atau 8%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 7 responden atau 7%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 1 responden atau 1%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 28 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Mencoba Menerapkan Materi Public Speaking Yang Sudah Ditonton Dalam Kehidupan Sehari-Hari.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Setuju
2.	Tidak Setuju	9	9%	
3.	Netral	15	15%	
4.	Setuju	38	38%	
5.	Sangat Setuju	33	33%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.28, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 38 responden atau 38%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 33 responden atau 33%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 15 orang atau 15%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 9 responden atau 9%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 5 responden atau 5%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

Tabel 3. 29 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel “Maya Rachma” Saya Termotivasi Untuk Mengikuti Saran Dan Masukan Yang Diberikan Maya Rachma Yang Dapat Meningkatkan Kemampuan Public Speaking.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%	Setuju
2.	Tidak Setuju	3	3%	
3.	Netral	11	11%	
4.	Setuju	42	42%	
5.	Sangat Setuju	41	41%	
	Total	100	100%	

Sumber: Hasil Olah Data SPSS25

Berdasarkan data pada Tabel 3.29, kategori dengan jumlah responden tertinggi adalah 'setuju', yakni sebanyak 42 responden atau 42%. Selanjutnya, kategori 'sangat setuju' berada di urutan kedua dengan 41 responden atau 41%. Sementara itu, responden yang memilih jawaban 'netral' berjumlah 11 orang atau 11%, diikuti oleh 'tidak setuju' sebanyak 3 responden atau 3%, dan 'sangat tidak setuju' sebanyak 3 responden atau 3%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju terhadap pernyataan yang diberikan.

3.3.1 Kategorisasi Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)

Untuk mengetahui tingkat motivasi belajar public speaking pada responden, dilakukan pengelompokan skor berdasarkan total jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I = Interval Kelas

R = Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K = Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 10 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah:

- Jumlah Pernyataan = 10 pernyataan
- Skor maksimal = 50
- Skor minimal = 10
- Jumlah kategori (kelas) = 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{50 - 10}{3} = 13$$

Dengan demikian rentang kategori responden adalah sebagai berikut:

Skor 10 – 23 = kategori rendah

Skor 24 – 37 = kategori sedang

Skor 38 – 50 = kategori tinggi

Setelah dilakukan perhitungan terhadap 100 responden, diperoleh data distribusi sebagai berikut:

Tabel 3. 30 Kategorisasi Variabel Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking Pada Subscriber

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1.	10 – 23	Rendah	0%	0%
2.	24 – 37	Sedang	20	20%
3.	38 – 50	Tinggi	80	80%
	Total		100	100%

Sumber: data primer yang diolah menggunakan spss 25

Berdasarkan data pada tabel di atas, diketahui bahwa sebagian besar responden berada dalam kategori tinggi (rentang skor 38–50), yaitu sebanyak 80 responden atau setara dengan 80%. Hal ini menunjukkan bahwa para subscriber atau penonton channel YouTube Maya Rachma merasa termotivasi untuk mempelajari public speaking setelah menonton konten berjudul 'Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking'. Sementara itu, sebanyak 20 responden atau 20% termasuk dalam kategori sedang, dan tidak terdapat satu pun responden yang masuk dalam kategori rendah. Temuan ini mengindikasikan bahwa secara keseluruhan, konten yang disajikan memberikan pengaruh positif terhadap motivasi belajar public speaking, terutama dalam aspek-aspek seperti niat, dorongan internal, minat, serta kebutuhan untuk mengembangkan kemampuan berbicara di depan umum.

3.4 Deskriptif Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)

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

Tabel 3. 31 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Dapat Mengatur Waktu Saat Menyampaikan Materi

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Setuju
2.	Tidak Setuju	9	9%	
3.	Netral	9	9%	
4.	Setuju	48	48%	
5.	Sangat Setuju	34	34%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.31, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 48 responden atau 48% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 34 responden atau 34%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 9 responden atau 9%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 9 responden

atau 9%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*Setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya dapat mengatur waktu saat menyampaikan materi*”.

Tabel 3. 32 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Bias Membuat Audiens Memahami Apa Yang Saya Sampaikan.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	4	4%	
3.	Netral	12	12%	
4.	Setuju	43	43%	
5.	Sangat Setuju	37	37%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.32, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 43 responden atau 43% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 37 responden atau 37%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 12 responden atau 12%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan

bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya bias membuat audiens memahami apa yang saya sampaikan*”.

Tabel 3. 33 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Intonasi Suara Saya Menjadi Tidak Monoton.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak Setuju	2	2%	
3.	Netral	10	10%	
4.	Setuju	53	53%	
5.	Sangat Setuju	34	34%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.33, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 53 responden atau 53% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 34 responden atau 34%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 10 responden atau 10%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah*

menonton channel youtube "Maya Rachma" intonasi suara saya menjadi tidak monoton”

Tabel 3. 34 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Bisa Memberikan Penekanan Pada Kata-Kata Penting.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	0	0%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	5	5%	
3.	Netral	12	12%	
4.	Setuju	40	40%	
5.	Sangat Setuju	43	43%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.34, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 43 responden atau 43% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 40 responden atau 40%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 12 responden atau 12%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 0 responden atau 0%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya bisa memberikan penekanan pada kata-kata penting*”.

Tabel 3. 35 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saat Menyampaikan Sesuatu Saya Bisa Berdiri Atau Duduk Dengan Tenang.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Setuju
2.	Tidak Setuju	8	8%	
3.	Netral	14	14%	
4.	Setuju	55	55%	
5.	Sangat Setuju	21	21%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.35, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 55 responden atau 55% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 21 responden atau 21%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 14 responden atau 14%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 8 responden atau 8%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saat menyampaikan sesuatu saya bisa berdiri atau duduk dengan tenang*”.

Tabel 3. 36 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Pada Saat Tampil Berbicara Didepan Umum Gerakan Tubuh Saya Sesuai Dan Tidak Berlebihan.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	4	4%	
3.	Netral	12	12%	
4.	Setuju	49	49%	
5.	Sangat Setuju	31	31%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.36, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 49 responden atau 49% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 31 responden atau 31%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 12 responden atau 12%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" pada saat tampil berbicara didepan umum gerakan tubuh saya sesuai dan tidak berlebihan*”.

Tabel 3. 37 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Percaya Diri Saat Menggunakan Gerakan Tangan Untuk Menyampaikan Pesan

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Setuju
2.	Tidak Setuju	6	6%	
3.	Netral	11	11%	
4.	Setuju	47	47%	
5.	Sangat Setuju	32	32%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.37, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 47 responden atau 47% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 32 responden atau 32%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 11 responden atau 11%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 6 responden atau 6%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan Setelah menonton channel youtube ".

Tabel 3. 38 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Tetap Percaya Diri Dengan Kemampuan Saya, Meskipun Ada Kritik Dari Audiens

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	2	2%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	3	3%	
3.	Netral	5	5%	
4.	Setuju	67	67%	
5.	Sangat Setuju	23	23%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.38, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 67 responden atau 67% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 23 responden atau 23%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 5 responden atau 5%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 2 responden atau 2%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan *"Setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya tetap percaya diri dengan kemampuan saya, meskipun ada kritik dari audiens"*.

Tabel 3. 39 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Merasa Percaya Diri Untuk Berbicara Di Depan Banyak Orang.

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	4	4%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	7	7%	
3.	Netral	16	16%	
4.	Setuju	32	32%	
5.	Sangat Setuju	41	41%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.39, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 41 responden atau 41% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 32 responden atau 32%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 16 responden atau 16%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 7 responden atau 7%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 4 responden atau 4%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya merasa percaya diri untuk berbicara di depan banyak orang*”.

Tabel 3. 40 Berdasarkan Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Dapat Mengontrol Rasa Gugup Saat Tampil Di Depan Umum

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	1	1%	Setuju
2.	Tidak Setuju	9	9%	
3.	Netral	11	11%	
4.	Setuju	53	53%	
5.	Sangat Setuju	26	26%	
	Total	100	100%	

Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.40, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 53 responden atau 53% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 26 responden atau 26%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 11 responden atau 11%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 9 responden atau 9%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 1 responden atau 1%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya dapat mengontrol rasa gugup saat tampil di depan umum*”.

Tabel 3. 41 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Mampu Menjaga Ekspresi Dan Bahasa Tubuh Saat Berbicara

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	5	5%	Setuju
2.	Tidak Setuju	3	3%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	42	42%	
5.	Sangat Setuju	33	33%	
	Total	100	1005	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.41, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 42 responden atau 42% adalah setuju, kemudian diikuti oleh kategori sangat setuju dengan jumlah responden sebanyak 33 responden atau 33%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 17 responden atau 17%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 5 responden atau 5%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya mampu menjaga ekspresi dan bahasa tubuh saat berbicara*”.

Tabel 3. 42 Tabel Presentase Responden Berdasarkan Setelah Menonton Channel Youtube "Maya Rachma" Saya Tidak Panik Ketika Terjadi Hal Tak Terduga Saat Presentasi

No	Tanggapan Responden	Frekuensi	Presentase (%)	Hasil Mayoritas
1.	Sangat Tidak Setuju	3	3%	Sangat Setuju
2.	Tidak Setuju	3	3%	
3.	Netral	17	17%	
4.	Setuju	36	36%	
5.	Sangat Setuju	41	41%	
	Total	100	100%	

Sumber: data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Berdasarkan hasil tabel 3.42, kategori yang mempunyai responden dengan jumlah tertinggi sebanyak 41 responden atau 41% adalah sangat setuju, kemudian diikuti oleh kategori setuju dengan jumlah responden sebanyak 36 responden atau 36%, sedangkan responden dengan jawaban netral sebanyak 17 responden atau 17%, sementara responden yang memberikan jawaban tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dan responden yang memberikan jawaban sangat tidak setuju sebanyak 3 responden atau 3%, dari hasil tabel diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa mayoritas responden menyatakan setuju dengan pernyataan “*setelah menonton channel youtube "Maya Rachma" saya tidak panik ketika terjadi hal tak terduga saat presentasi*”.

3.4.1 Kategorisasi Terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber (Y2)

Untuk mengetahui Tingkat kemampuan public speaking pada responden, dilakukan pengelompokan skor berdasarkan total jawaban responden dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$I = \frac{R}{K}$$

Keterangan:

I = Interval Kelas

R = Rentang, yaitu skor tertinggi – skor terendah

K = Jumlah Kelas

Secara keseluruhan variabel terpaan program terdiri dari 12 pernyataan dengan perhitungan interval kelas untuk variabel ini adalah :

- Jumlah pernyataan = 12 pernyataan
- Skor maksimal = 60
- Skor minimal = 12
- Jumlah kategori (kelas) = 3

$$I = \frac{R}{K} = \frac{60 - 12}{3} = 16$$

Dengan demikian rentang kategori skor responden adalah sebagai berikut:

Skor 12 – 27 = kategori rendah

Skor 28 – 43 = kategori sedang

Skor 44 – 60 = kategori tinggi

Setelah dilakukan perhitungan terhadap 100 responden, diperoleh data distribusi sebagai berikut:

Tabel 3. 43 Kategorisasi Variabel Terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking Pada Subscriber

No	Skor	Kategori	Frekuensi	Presentase (%)
1.	12 – 27	Rendah	0	0%
2.	28 – 43	Sedang	21	21%
3.	44 – 60	Tinggi	79	79%
	Total		100	100%

Sumber : data primer yang diolah menggunakan SPSS, 2025

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden berada pada kategori tinggi, (44 – 60) sebanyak 79 responden atau 79% yang menunjukkan bahwa *subscriber* atau orang yang menonton *channel* Maya Rachma mengalami peningkatan kemampuan public speaking setelah menyaksikan konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di channel Maya Rachma. Sementara, 21 responden atau 21% berada pada kategori sedang, dan tidak terdapat responden yang berada pada kategori rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa secara umum, konten yang disajikan memiliki pengaruh positif terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber, terutama dalam aspek kemampuan menyusun dan menyampaikan materi, artikulasi dan intonasi saat berbicara, kemampuan mengontrol bahasa tubuh, kepercayaan diri saat tampil didepan umum, dan pengendalian diri.

BAB IV

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Pada bab ini peneliti akan membahas tentang pengaruh konten youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di channel “Maya Rachma” terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking, penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dimana data hasil yang didapatkan berupa numeric atau angka. Dalam proses pengolahan dan analisis data yang dilakukan peneliti yaitu dengan menggunakan software SPSS, data yang dikumpulkan berupa kuesioner dengan responden merupakan *subscriber channel* youtube Maya Rachma dan orang yang menonton konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma, jumlah responden yang berhasil didapatkan sebanyak 100 responden. Penilaian responden menggunakan skala nilai *likert* 1 sampai dengan 5 dimana nilai skalanya sebagai berikut:

- 1 : Sangat Tidak Setuju
- 2 : Tidak Setuju
- 3 : Netral
- 4 : Setuju
- 5 : Sangat Setuju

4.1 Hasil

4.1.1 Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019) menunjukkan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek dengan data yang dikumpulkan oleh peneliti. Uji validitas ini dilakukan untuk mengukur apakah data yang didapat setelah penelitian

merupakan data yang valid atau tidak, dengan menggunakan alat ukur yang digunakan (kuesioner). Pada uji validitas ini dilakukan pada 30 responden dengan menggunakan korelasi produk moment atau *bivariate pearson* yang mana hasil dari uji tersebut akan didapatkan hasil r hitung dan akan dibandingkan dengan r tabel.

Apabila r hitung $>$ r tabel maka kuesioner akan dinyatakan valid, dan apabila r hitung $<$ r tabel maka kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid (Ghazali, 2016).

Dalam penelitian ini jumlah sample (n) = 30 sehingga r tabel dari df (*degree of freedom*) = $n - 2 = 28$ dengan probabilitas atau tingkat kepercayaan 0,05 atau 5% adalah 0,361. Uji validitas menggunakan teknik korelasi pearson product moment, dengan membandingkan nilai r hitung setiap item terhadap nilai r tabel sebesar 0,361.

Tabel 4. 1 Uji Validitas Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking (X)

No	Pernyataan	N	r- tabel (5%)	r- hitung	Sig. (2- tailed)	Keterangan
1	X1.1	30	0,361	0,429	0,018	Valid
2	X1.2	30	0,361	0,528	0,003	Valid
3	X1.3	30	0,361	0,696	0,000	Valid
4	X1.5	30	0,361	0,549	0,002	Valid
5	X1.6	30	0,361	0,419	0,021	Valid
6	X1.7	30	0,361	0,413	0,023	Valid
7	X1.8	30	0,361	0,504	0,005	Valid
8	X1.10	30	0,361	0,473	0,008	Valid

9	X1.11	30	0,361	0,464	0,010	Valid
10	X1.12	30	0,361	0,646	0,000	Valid
11	X1.13	30	0,361	0,569	0,001	Valid
12	X1.14	30	0,361	0,508	0,004	Valid

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS.2025

Dari tabel 4.1 Uji validitas instrumen penelitian pada variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking semua pernyataan diatas diperoleh memiliki nilai signifikansi dibawah 0,05 dan nilai r hitung lebih besar dari r tabel 5% sebesar 0,361. Nilai tertinggi r hitung pada variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking (X) ada pada pernyataan ke-3 dengan nilai r hitung sebesar 0,696, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada tabel 4.1 dinyatakan valid 100%.

Tabel 4. 2 Uji Validitas Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)

No	Pernyataan	N	r- tabel (5%)	r- hitung	Sig. (2-tailed)	Keterangan
1	Y1.1	30	0,489	0,361	0,006	Valid
2	Y1.2	30	0,470	0,361	0,009	Valid
3	Y1.4	30	0,444	0,361	0,014	Valid
4	Y1.6	30	0,510	0,361	0,004	Valid
5	Y1.7	30	0,486	0,361	0,006	Valid
6	Y1.9	30	0,439	0,361	0,015	Valid
7	Y1.10	30	0,472	0,361	0,008	Valid
8	Y1.11	30	0,433	0,361	0,017	Valid
9	Y1.13	30	0,458	0,361	0,011	Valid

10	Y1.14	30	0,370	0,361	0,044	Valid
----	-------	----	-------	-------	-------	-------

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS

Berdasarkan tabel 4.2 Hasil uji validitas instrumen penelitian pada variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1) yang diolah menggunakan SPSS 25, diperoleh hasil dengan membandingkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan dengan nilai r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis item pernyataan yang diuji, pada pernyataan ke-6 mempunyai nilai r hitung tertinggi sebesar 0,510, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada tabel 4.2 dinyatakan valid 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa item instrumen pada variabel Y1 memenuhi syarat validitas dan layak digunakan dalam penelitian.

Tabel 4. 3 Uji Validitas Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)

No	Pernyataan	N	r- tabel (5%)	r- hitung	Sig. (2- tailed)	Keterangan
1	Y2.2	30	0,361	0,441	0,015	Valid
2	Y2.3	30	0,361	0,497	0,005	Valid
3	Y2.5	30	0,361	0,584	0,001	Valid
4	Y2.6	30	0,361	0,403	0,027	Valid
5	Y2.7	30	0,361	0,385	0,036	Valid
6	Y2.8	30	0,361	0,442	0,014	Valid
7	Y2.9	30	0,361	0,473	0,008	Valid
8	Y2.10	30	0,361	0,483	0,007	Valid
9	Y2.12	30	0,361	0,398	0,029	Valid

10	Y2.13	30	0,361	0,528	0,003	Valid
11	Y2.14	30	0,361	0,376	0,041	Valid
12	Y2.15	30	0,361	0,680	0,000	Valid

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS.2025

Berdasarkan tabel 4.3 Hasil uji validitas instrumen penelitian pada variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2) dilakukan dengan membandingkan nilai r hitung pada setiap item pernyataan dengan nilai r tabel sebesar 0,361. Berdasarkan hasil analisis item pernyataan yang diuji, pada pernyataan ke-12 mempunyai nilai r hitung tertinggi sebesar 0,680, dengan hasil nilai r hitung lebih besar dari r tabel maka dapat dinyatakan bahwa pernyataan-pernyataan pada tabel 4.2 dinyatakan valid 100%. Hasil ini menunjukkan bahwa item instrumen pada variabel Y2 memenuhi syarat validitas dan layak digunakan dalam penelitian.

4.1.2 Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas kuesioner dilakukan untuk mengukur konsistensi dari suatu pernyataan untuk mengetahui derajat stabilitas alat ukur. Pengujian reliabilitas ini menggunakan rumus *alpha cronbach*. Uji reliabilitas *alpha cronbach* bertujuan untuk melihat apakah kuesioner memiliki konsistensi jika pengukuran terhadap kuesioner tersebut dilakukan secara berulang-ulang.

Dasar pengambilan keputusan untuk uji reliabilitas menurut (Sujarweni, 2014) kuesioner dikatakan reliabel apabila nilai *Cronbach Alpha* lebih dari 0.60, sehingga dalam pengujian dengan 30 responden didapatkan bahwa :

Tabel 4. 4 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking

Cronbach's Alpha	N of Items
0.769	12

Sumber: Output Hasil SPSS.2025

Berdasarkan tabel 4.4 nilai *cronbach alpha* variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking adalah 0,769, menurut (Sujarweni, 2014) kuesioner dikatakan reliabel jika nilai *cronbach alpha* lebih dari 0,6 maka dapat ditarik kesimpulan bahwa kuesioner tersebut reliabel dengan jumlah (*N of Items*) sebesar 12 item/indikator.

Tabel 4. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1)

Cronbach's Alpha	N of Items
0,645	10

Sumber: Output Hasil SPSS 2025

Berdasarkan tabel 4.5 nilai *cronbach's alpha* variabel motivasi belajar public speaking adalah 0,645, nilai tersebut lebih besar dari standar reliabelitas 0,60 sehingga dapat dinyatakan variabel tersebut reliabel dengan jumlah (*N of Items*) sebanyak 10 item/indikator.

Tabel 4. 6 Hasil Uji Reliabelitas Variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.699	12

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS.2025

Berdasarkan tabel uji reliabilitas variabel peningkatan kemampuan public speaking diatas dapat kita lihat bahwa nilai uji reliabilitas *cronbach alpha* adalah 0,699 lebih besar dari standar reliabilitas 0,60 sehingga variabel tersebut dapat dinyatakan reliabel dengan jumlah (*N of Items*) sebanyak 12 item/indikator.

4.1.3 Analisis Regresi Linier Sederhana

Uji regresi linier sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen. Dalam penelitian ini, variabel independen (X) adalah Konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking”, variabel dependen (Y1) adalah Motivasi Belajar dan variabel dependen (Y2) adalah Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada subscriber. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk melihat seberapa besar variasi dalam model regresi yang dapat menjelaskan pengaruh variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y), melalui pengujian signifikansi koefisien regresi. Pada penelitian ini, hasil perhitungan diperoleh dengan nilai koefisien regresi atas analisis konten youtube kepercayaan diri: fondasi utama public speaking terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking.

4.1.3.1 Pengaruh Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di Channel Maya Rachma Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh variabel konten 'Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking' di channel Maya Rachma (X) terhadap variabel Motivasi Belajar (Y1), melalui serangkaian analisis yang mencakup uji koefisien determinasi, uji regresi linier sederhana, dan uji t (uji

signifikansi). Pengujian dilakukan dengan menggunakan software SPSS, dan hasil rekapitulasi diperoleh sebagai berikut:

Tabel 4. 7 Hasil Regresi Linier Sederhana Konten Kepercayaan Diri Fondasi Utama Public Speaking Terhadap Motivasi Belajar Public Speaking

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten Youtube ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Motivasi Belajar

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.458 ^a	.210	.199	3.990

a. Predictors: (Constant), Konten Youtube

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	287.933	1	287.933	18.090	.000 ^b
	Residual	1082.353	68	15.917		
	Total	1370.286	69			

a. Dependent Variable: Motivasi Belajar

b. Predictors: (Constant), Konten Youtube

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	24.039	3.849		6.245	.000
	Konten Youtube	.342	.080	.458	4.253	.000

a. Dependent Variable: Motivasi Belajar

Berdasarkan hasil olah data perhitungan menggunakan software SPSS variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking (X) dengan variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1) diperoleh hasil sebagai berikut:

- Pada output bagian pertama (Variabel *Entered/Removed*) adalah penjelasan tentang variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking di *channel* Maya Rachma sebagai variabel independent dan variabel Motivasi Belajar Public Speaking (Y1) sebagai variabel dependent dengan menggunakan metode enter.
- Pada tabel output kedua (Model *Summary*) menjelaskan besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,458 serta koefisien determinasi diketahui nilai R Square yaitu 0,210, artinya bahwa konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar public speaking sebesar 21,0%, sedangkan sisanya yakni 79,0% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
- Uji F pada tabel output ketiga (ANOVA) menjelaskan bahwa nilai f hitung = 18,090 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap motivasi belajar public speaking.

- d) Pada tabel output terakhir (Coefficient) menjelaskan nilai constant (a) sebesar 28,338 sedangkan nilai peningkatan kemampuan public speaking (b) sebesar 0,422. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 24.039 + 0,342X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 24,039 dan koefisien regresi X sebesar 0,342 yang dapat diartikan bahwa setiap 1% nilai konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking maka motivasi belajar public speaking bertambah sebesar 0,342. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan public speaking adalah positif.

- e) Pada uji signifikansi (uji t) variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada tabel 4.7 diketahui nilai t hitung sebesar 4,253 lebih besar dari t tabel sebesar 1,995, sehingga dapat diartikan bahwa variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking berpengaruh terhadap motivasi belajar public speaking, dimana nilai t tabel sebesar 1,995 diperoleh dengan mencari nilai df (*degree of freedom*) terlebih dahulu dengan menggunakan rumus :

$$df = n - 2$$

diperoleh $df = 70 - 2 = 68$, dimana n adalah jumlah responden yaitu 70. Sehingga berdasarkan nilai t tabel dengan signifikansi 0,5% atau 0,05 nilai t tabel untuk df sebesar 68 adalah 1,995.

f) Menentukan Hipotesis :

H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, artinya variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat

H_a diterima apabila $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ artinya variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y).

nilai $t \text{ hitung}$ (4,253) $> t \text{ tabel}$ (1,995), maka H_0 ditolak dan H_a diterima karena nilai $t \text{ hitung}$ lebih besar dari nilai $t \text{ tabel}$, yang artinya terdapat pengaruh antara konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking (X) berpengaruh terhadap motivasi belajar public speaking (Y_1).

4.1.3.2 Pengaruh Konten Youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di Channel Maya Rachma Terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking.

Untuk menganalisis pengaruh antara variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma (X) terhadap peningkatan kemampuan public speaking (Y_2), menggunakan analisis yang meliputi: uji koefisien determinasi, uji koefisien regresi linier sederhana, dan uji t (uji signifikansi). Pengujian tersebut dilakukan dengan menggunakan software SPSS, dan diperoleh rekapitulasi sebagai berikut :

**Tabel 4. 8 Hasil Regresi Linier Sederhana Konten Kepercayaan Diri:
Fondasi Utama Public Speaking Terhadap Peningkatan Kemampuan Public
Speaking**

Variables Entered/Removed^a

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	Konten Youtube ^b	.	Enter

a. Dependent Variable: Peningkatan Kemampuan Public Speaking

b. All requested variables entered.

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.478 ^a	.228	.217	4.672

a. Predictors: (Constant), Konten Youtube

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	439.367	1	439.367	20.133	.000 ^b
	Residual	1484.004	68	21.824		
	Total	1923.371	69			

a. Dependent Variable: Peningkatan Kemampuan Public Speaking

b. Predictors: (Constant), Konten Youtube

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	28.388	4.507		6.298	.000
	Konten Youtube	.422	.094	.478	4.487	.000

a. Dependent Variable: Peningkatan Kemampuan Public Speaking

Sumber: Hasil Output Uji Validitas SPSS.2025

Berdasarkan hasil olah data perhitungan menggunakan software SPSS variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking (X) dengan variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2) diperoleh hasil sebagai berikut:

- a) Pada tabel output bagian pertama (*Variable Entered/Removed*) adalah penjelasan tentang variabel Konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking di *channel* Maya Rachma sebagai variabel independent dan variabel Peningkatan Kemampuan Public Speaking (Y2) sebagai variabel dependent dengan menggunakan metode enter.
- b) Pada tabel output kedua (*Model Summary*) menjelaskan besarnya nilai korelasi yaitu sebesar 0,478 serta *koefisien determinasi* diketahui nilai R Square yaitu 0,228, yang berarti bahwa konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di *channel* Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan public speaking sebesar 22,8%, sedangkan sisanya yakni 77,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian.
- c) Uji F pada tabel output ketiga (ANOVA) menjelaskan bahwa nilai f hitung = 20,133 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, yang berarti terdapat pengaruh antara variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama *public speaking* di *channel* Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan *public speaking*.
- d) Pada tabel output terakhir (Coefficient) menjelaskan nilai constant (a) sebesar 28,338 sedangkan nilai peningkatan kemampuan public speaking (b) sebesar 0,422. Sehingga persamaan regresinya dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 28,338 + 0,422X$$

Berdasarkan persamaan tersebut dapat dilihat bahwa konstanta sebesar 28,338 dan koefisien regresi X sebesar 0,422 yang dapat diartikan bahwa setiap 1% nilai konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking maka peningkatan kemampuan public speaking bertambah sebesar 0,422. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel Maya Rachma terhadap peningkatan kemampuan public speaking adalah positif.

- e) Pada uji signifikansi (uji t) variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking terhadap peningkatan kemampuan public speaking pada tabel 4.6 diketahui nilai t hitung sebesar 4,487 lebih besar dari t tabel sebesar 1,995, sehingga dapat diartikan bahwa variabel konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan public speaking, dimana nilai t tabel sebesar 1,995 diperoleh dengan mencari nilai df (*degree of freedom*) terlebih dahulu dengan menggunakan rumus :

$$df = n - 2$$

diperoleh $df = 70 - 2 = 68$, dimana n adalah jumlah responden yaitu 70. Sehingga berdasarkan nilai t tabel dengan signifikansi 0,5% atau 0,05 nilai t tabel untuk df sebesar 68 adalah 1,995.

- f) Menentukan Hipotesis :

- a. H_0 diterima apabila $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$, artinya variabel bebas tidak memengaruhi variabel terikat

b. H_{a2} diterima apabila $t_{hitung} > t_{tabel}$ artinya variabel bebas (X) memengaruhi variabel terikat (Y).

nilai t_{hitung} (4,487) $> t_{tabel}$ (1,995), maka H_{o1} ditolak dan H_{a1} diterima karena nilai t_{hitung} lebih besar dari nilai t_{tabel} , yang artinya terdapat pengaruh antara konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking (X) berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan public speaking (Y2).

g) Koefisien Determinasi

Dalam penelitian ini nilai koefisien determinasi (*R Square*) diperoleh sebesar 0,228 menunjukkan bahwa konten “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” di *channel* Maya Rachma berkontribusi sebesar 22,8% terhadap peningkatan kemampuan public speaking. Sementara itu, sisanya yaitu 77,2% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.2 Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten youtube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada *subscriber*. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, yaitu teknik *non-probability sampling* yang di mana peneliti memilih subjek berdasarkan pertimbangan tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian dengan jumlah sampel yang diambil sebanyak 100 responden yang merupakan orang yang menonton konten *channel* youtube Maya Rachma dan *subscriber channel* Maya Rachma.

Dalam penelitian ini sampel yang diambil adalah 100 responden dengan beberapa karakteristik responden sebagai berikut :

1. Karakteristik responden berdasarkan Jenis Kelamin dengan hasil yang diperoleh sebanyak 60 responden perempuan atau 60% dan 40 responden laki-laki atau 40%.
2. Karakteristik responden berdasarkan Usia diperoleh dengan rentang usia sebagai berikut :
 - 12 – 15 tahun sebanyak 3 responden atau 3%
 - 16 – 18 tahun sebanyak 8 responden atau 8%
 - 19 -22 tahun sebanyak 47 responden atau 47%
 - 23 – 30 tahun sebanyak 42 responden atau 42%
3. Karakteristik responden berdasarkan Pendidikan diperoleh dengan hasil Mahasiswa sebanyak 30 responden atau 30%, SMA/SMK sebanyak 25 responden atau 25%, SMP/MTS sebanyak 3 responden atau 3%, D3 sebanyak 1 responden atau 1%, dan S1 sebanyak 42 responden atau 41%.
4. Karakteristik responden berdasarkan Pekerjaan dengan hasil Guru sebanyak 4 responden atau 4%, Karyawan sebanyak 32 responden atau 32%, Pelajar/Mahasiswa sebanyak 50 responden atau 50%, PNS sebanyak 2 responden atau 2%, Wiraswasta sebanyak 6 responden atau 6%, adapun Wirausaha, Marketing, Humas, Host Live, Buruh, dan Tidak Bekerja masing-masing sebanyak 1 responden atau 1%.
5. Karakteristik responden berdasarkan Subscriber channel youtube Maya Rachma diperoleh dengan hasil 96 responden atau 96% merupakan subscribe

channel Maya Rachma, dan sisanya 4 responden atau 4% bukan subscriber channel Maya Rachma.

6. Karakteristik responden berdasarkan Orang Yang Menonton youtube channel Maya Rachma memperoleh hasil sebanyak 100 responden atau 100% merupakan orang yang menonton konten Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking.

Pembahasan diperoleh berdasarkan hasil analisis kuantitatif yang berasal dari hasil pengolahan data menggunakan aplikasi SPSS. Metode penelitian kuantitatif diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism, yang dapat digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, adapun teknik pengambilan sampel pada penelitian ini menggunakan *purposive sampling*, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian kuesioner, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan, dengan jenis penelitian yang diambil adalah penelitian lapangan (*field research*). Penelitian lapangan merupakan penelitian yang data dan informasinya diperoleh dari kegiatan lapangan (Supardi, 2005).

Upaya untuk mengetahui adanya pengaruh konten "Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking" sebagai variabel X terhadap Motivasi Belajar dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking sebagai variabel Y dilakukan melalui pendekatan ilmiah dengan menyebarkan angket kepada 30 responden yang merupakan subscriber dan orang yang menonton konten tersebut. Instrumen penelitian berupa angket disusun dalam format Google Form yang terdiri atas 30

pernyataan, dengan rincian 15 butir untuk variabel X dan 15 butir untuk variabel Y. Seluruh pernyataan disusun berdasarkan kisi-kisi instrumen yang telah ditetapkan sebelumnya.

Penyebaran angket dilakukan secara daring melalui platform media sosial seperti YouTube, Watshap, Instagram, dan TikTok. Setelah data terkumpul, dilakukan uji validitas dan reliabilitas menggunakan aplikasi SPSS versi 25. Dari hasil uji validitas terhadap variabel X Konten Kepercayaan Diri fondasi Utama Public Speaking, sebanyak 12 dari 15 pernyataan dinyatakan valid, sementara 3 lainnya dianggap tidak valid dan pernyataan yang dinyatakan tidak valid tidak dilibatkan dalam analisis lanjutan. Adapun hasil dari variabel Y1 Motivasi Belajar Public Speaking, dari 15 pernyataan terdapat 10 pernyataan yang dapat dinyatakan valid, begitu juga dengan variabel Y2 Peningkatan Kemampuan Public Speaking, di mana 12 pernyataan dinyatakan valid dan 3 lainnya dieliminasi dari tahap analisis selanjutnya.

Selanjutnya, uji reliabilitas menunjukkan bahwa instrumen variabel X konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking memiliki nilai reliabilitas sebesar 0,769, untuk variabel Y1 motivasi belajar diperoleh nilai reliabilitas sebesar 0,645 dan variabel Y2 peningkatan kemampuan public speaking sebesar 0,699. Ketiga nilai tersebut melebihi batas minimal reliabilitas sebesar 0,60, sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan layak digunakan dalam penelitian. Setelah data dinyatakan valid dan reliabel, dilakukan serangkaian uji lanjutan, yaitu: uji normalitas, uji linearitas, uji heteroskedastisitas, uji multikolinearitas, analisis regresi linier sederhana, dan uji hipotesis.

Pada uji normalitas, data dikatakan berdistribusi normal apabila nilai signifikansi yang diperoleh lebih besar dari 0,05, dalam penelitian ini diperoleh sebesar 0,200, yang dapat diartikan lebih besar dari batas 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa distribusi data memenuhi asumsi normalitas.

Kemudian, uji linearitas menunjukkan bahwa terdapat hubungan linear antara variabel X konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking dan motivasi belajar public speaking, dibuktikan dengan nilai signifikansi sebesar 0,198 > 0,05 sehingga dapat diartikan bahwa data memenuhi syarat linearitas. Sementara hasil uji linieritas pada variabel X konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking dan Y2 peningkatan kemampuan public speaking, diperoleh nilai signifikansi sebesar 0,257, yang juga lebih besar dari 0,05. Hal tersebut dapat diartikan bahwa data keduanya telah memenuhi syarat linearitas. Selanjutnya, data yang telah memenuhi syarat normalitas dan linearitas kemudian diuji melalui analisis regresi linier sederhana. Berdasarkan hasil pengujian, diperoleh persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y = 24,039 + 0,342X$$

$$Y = 28,338 + 0,422X$$

Artinya, tanpa pengaruh dari variabel X (konten YouTube), nilai dasar (konstan) dari variabel Y1 (motivasi belajar) diperoleh 24,039 dan Y2 (kemampuan public speaking) diperoleh 28,338. Sementara itu, setiap peningkatan skor pada variabel X sebesar 1%, akan meningkatkan kedua variabel Y dengan masing masing nilai variabel Y1 (motivasi belajar) diperoleh 0,342 dan nilai variabel Y2 (peningkatan kemampuan public speaking) diperoleh 0,422.

Pengujian hipotesis dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara kedua variabel. Hasil uji variabel X dan variabel Y sebagai variabel X konten youtube kepercayaan diri fondasi utama public speaking terhadap variabel Y1 motivasi belajar public speaking mempunyai nilai signifikan sebesar $0,000 < 0,05$, serta nilai t hitung sebesar $4,253 > t \text{ tabel } 1,995$, sedangkan variabel konten youtube kepercayaan diri fondasi utama public speaking terhadap peningkatan kemampuan public speaking menunjukkan nilai signifikansi sebesar $0,000$, yang jauh lebih kecil dari $0,05$, serta nilai t hitung sebesar $4,487$ yang lebih besar dari t tabel sebesar $1,995$. Dengan demikian, hipotesis dalam penelitian ini diterima.

Dari hasil analisis tersebut dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari konten “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” terhadap Motivasi Belajar dan Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada subscriber. Hasil analisis regresi linear sederhana menunjukkan nilai *R Square* pada variabel konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking sebesar $0,210$, sementara pada variabel konten kepercayaan diri fondasi utama public speaking terhadap peningkatan kemampuan public speaking sebesar $0,288$, yang berarti konten YouTube “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” memberikan kontribusi sebesar $21,0\%$ terhadap Motivasi Belajar dan kontribusi sebesar $28,8\%$ terhadap Peningkatan Kemampuan Public Speaking pada subscriber. Dengan demikian, masih terdapat $79,0\%$ dan $77,2\%$ faktor lain yang turut memengaruhi motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Meskipun angka 21,0% dan 28,8% tidak tergolong tinggi, namun menurut Sugiyono (2019), nilai koefisien determinasi dalam rentang 0,20–0,40 dikategorikan sebagai pengaruh yang lemah namun tetap bermakna. Hal tersebut menunjukkan bahwa konten edukatif di YouTube seperti yang disampaikan oleh Maya Rachma dapat memberikan dampak positif awal, khususnya dalam menumbuhkan kesadaran, motivasi, dan pemahaman dasar tentang public speaking.

4.2.1 Penerapan Teori SOR (*Stimulus Organisme Respon*)

Dalam pembahasan ini, peneliti akan mengaitkan hasil penelitian dengan teori yang digunakan sebagai dasar analisis, guna menjawab tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Adapun tujuan dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh konten kepercayaan diri: fondasi utama public speaking di channel maya rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber.

Penelitian ini menggunakan teori SOR (*Stimulus Organism Response*), yang menjelaskan perubahan perilaku seseorang (*respon*) terjadi sebagai akibat dari rangsangan (*stimulus*) yang diterima dan diproses oleh individu (*organisme*). Teori ini menekankan bahwa kualitas stimulus yang diterima memiliki peran penting dalam memengaruhi respons yang ditunjukkan oleh individu.

Teori SOR (*Stimulus Organism Response*) dikembangkan oleh Woodworth (1929) untuk menjelaskan hubungan antara rangsangan luar (*stimulus*), proses internal individu (*organism*), dan *respons* yang ditimbulkan. Dalam penelitian ini, konten youtube berperan sebagai *stimulus* yang mendorong timbulnya motivasi belajar (*organism*), yang kemudian meningkatkan kemampuan public speaking

(*response*), khususnya dalam hal kepercayaan diri, struktur penyampaian dan penyusunan, artikulasi dan intonasi, bahasa tubuh, pengendalian diri dan kemampuan tampil di depan umum.

Dalam kerangka teori ini, konten youtube bertindak sebagai stimulus eksternal yang memberikan informasi dan motivasi. Ketika stimulus ini diterima oleh individu (*organism*), maka akan terjadi proses kognitif dan afektif yang mendorong perubahan perilaku (*response*). Hasil analisis menunjukkan bahwa konten YouTube yang berfokus pada kepercayaan diri berpengaruh signifikan terhadap motivasi belajar. Semakin berkualitas dan relevan konten yang ditonton, semakin tinggi pula dorongan internal mahasiswa untuk mempelajari public speaking. Hal ini sejalan dengan penelitian Wahyuningsih (2023) yang menemukan bahwa penggunaan youtube efektif membangun kepercayaan diri dalam public speaking sehingga memunculkan dorongan belajar lebih besar.

Motivasi belajar terbukti berpengaruh positif terhadap kemampuan public speaking. Seseorang dengan motivasi yang lebih tinggi cenderung lebih aktif berlatih, berani mencoba, dan konsisten meningkatkan performa berbicara di depan umum. Motivasi belajar merupakan penggerak utama yang menentukan intensitas usaha belajar seseorang. Selain melalui motivasi belajar, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa konten youtube secara langsung berpengaruh terhadap peningkatan kemampuan public speaking. Hal ini sejalan dengan temuan Arham (2020) dan Muzaki et al. (2021) yang menjelaskan bahwa media YouTube efektif sebagai sarana belajar keterampilan berbicara karena memberikan contoh konkret, visual, dan praktis yang mudah diikuti oleh mahasiswa/siswa. Dengan demikian,

konten youtube tidak hanya berfungsi sebagai sumber hiburan dan informasi, tetapi juga sebagai media pembentukan kepercayaan diri dan keterampilan komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa konten edukatif di media sosial dapat menjadi stimulus dalam pembelajaran modern, terutama apabila dikhususkan untuk membangun kepercayaan diri dan memotivasi subscribarnya. Paparan konten pengembangan diri melalui media digital memiliki korelasi terhadap peningkatan *soft skill* siswa. Meski bukan satu-satunya faktor, konten tersebut tetap menjadi pemicu penting dalam perubahan kemampuan individu.

Temuan ini menegaskan bahwa konten edukatif di YouTube, terutama yang berkaitan dengan pengembangan diri seperti public speaking, memiliki kontribusi terhadap motivasi dan peningkatan kompetensi individu. Namun, pengaruh tersebut belum sepenuhnya kuat karena kemampuan public speaking juga sangat dipengaruhi oleh praktik langsung, pengalaman, bimbingan, dan pelatihan secara berulang.

Dengan demikian, konten YouTube dapat dijadikan sebagai salah satu sumber belajar awal (*starter stimulus*), tetapi tidak dapat sepenuhnya menggantikan pelatihan langsung. Pengembangan kemampuan public speaking memerlukan pendekatan yang menyeluruh, seperti keterlibatan pengalaman, partisipasi aktif, serta interaksi sosial. Sebagai contoh, setelah menyimak konten, individu disarankan untuk melanjutkannya dengan mengikuti pelatihan public speaking, terlibat dalam diskusi komunitas, atau mempraktikkannya secara langsung melalui presentasi kelompok maupun kompetisi pidato

Penelitian ini mengungkapkan bahwa teori SOR (*stimulus organism respond*) dinyatakan berpengaruh bagi responden penelitian ini. Teori SOR dapat dibuktikan melalui penelitian yang telah dibuat, bahwa *stimulus* yang diberikan oleh *channel* Maya Rachma merupakan *stimulus* positif dan serta memberikan respon yang positif. Respon yang diberikan oleh *organism* atau komunikan dari *channel* Maya Rachma berupa peningkatan kemampuan public speaking. Hal ini dipengaruhi oleh kualitas konten yang disajikan, terutama dalam video berjudul “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking”, yang dinilai mudah dipahami dan disampaikan secara konsisten. Dengan demikian, *stimulus* yang berkualitas dari konten tersebut dapat menghasilkan respons yang sejalan dengan tujuan komunikatifnya.



BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pengaruh konten youtube “kepercayaan diri: fondasi utama public speaking” di channel Maya rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking pada subscriber. Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah peneliti lakukan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Konten youtube Maya Rachma memberikan pengaruh positif terhadap motivasi belajar pada *subscriber*. Penyajian materi yang runtut, penggunaan bahasa yang mudah dipahami, serta gaya komunikasi yang menarik dan interaktif membuat penonton merasa lebih termotivasi untuk terus belajar, khususnya dalam mengembangkan kemampuan berbicara di depan umum. Hal ini menunjukkan bahwa penyampaian materi yang tepat dapat memicu dorongan *internal* untuk belajar secara mandiri.
2. Selain meningkatkan motivasi belajar, konten tersebut juga terbukti efektif dalam mendorong peningkatan kemampuan public speaking. Berdasarkan hasil analisis, semakin tinggi frekuensi akses dan keterlibatan subscriber terhadap konten, semakin besar pula peningkatan kepercayaan diri, kemampuan merangkai kata, serta keterampilan dalam menyampaikan ide di hadapan audiens. Ini menunjukkan bahwa paparan konten edukatif secara berkelanjutan dapat memberikan dampak nyata terhadap pengembangan *soft skills*.

3. Temuan penelitian ini secara keseluruhan menjawab rumusan masalah bahwa konten edukatif di platform youtube mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan motivasi belajar dan kemampuan public speaking. Akan tetapi, pengaruh tersebut tidak sepenuhnya dominan, karena adanya faktor lain yang berperan, seperti pengalaman pribadi, dukungan lingkungan sosial, dan kesempatan untuk praktik langsung yang turut memengaruhi kedua variabel tersebut.
4. Dengan melihat hasil yang diperoleh, dapat disimpulkan bahwa tujuan penelitian telah tercapai, yaitu membuktikan adanya pengaruh konten YouTube Maya Rachma terhadap motivasi belajar dan peningkatan kemampuan public speaking. Temuan ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya YouTube, memiliki potensi besar untuk dijadikan sebagai media pembelajaran alternatif yang efektif, tidak hanya bagi mahasiswa, tetapi juga bagi masyarakat umum dalam upaya mengembangkan keterampilan komunikasi.

5.2 Keterbatasan Penelitian

Penelitian ini memiliki sejumlah batasan yang ditemukan, akan tetapi diharapkan bisa menjadi perhatian dan pertimbangan bagi peneliti selanjutnya. Hal ini sangat penting sebagai evaluasi dan perbaikan untuk menyempurnakan studi serupa di masa mendatang, mengingat penelitian ini masih memiliki kelemahan yang perlu diperbaiki dalam studi-studi selanjutnya. Adapun beberapa keterbatasan dalam penelitian ini, antara lain :

1. Objek penelitian hanya difokuskan pada konten youtube yang berjudul “Kepercayaan Diri: Fondasi Utama Public Speaking” yang diunggah pada channel Maya Rachma.
2. Penelitian ini hanya menggunakan 3 variabel yaitu konten youtube, motivasi belajar, dan peningkatan kemampuan. Oleh karena itu, peneliti menyarankan agar peneliti selanjutnya dapat mempertimbangkan penambahan variabel lain guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait berbagai faktor yang dapat memengaruhi kemampuan public speaking.
3. Jumlah responden yang hanya melibatkan 100 subscriber dan orang yang telah menonton konten tersebut, tentunya masih kurang untuk menggambarkan keadaan yang sesungguhnya.

5.3 Saran

Melalui suatu penelitian, peneliti diharapkan memperoleh temuan yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, institusi atau lembaga terkait, serta berbagai pihak terkait dalam penelitian ini. Adapun beberapa saran yang peneliti ajukan berdasarkan hasil penelitian ini antara lain:

1. Bagi Instansi

Disarankan bagi pemilik channel youtube Maya Rachma untuk tetap memproduksi konten edukatif yang memiliki kualitas baik, tersusun secara sistematis, dan mudah diterapkan, sehingga mampu menjadi stimulus positif dalam mendorong peningkatan kompetensi masyarakat, khususnya di bidang komunikasi.

2. Bagi Masyarakat

Hasil dari penelitian ini disarankan kepada Masyarakat agar lebih selektif dan bijak dalam memilih akun YouTube yang sesuai dengan kebutuhan mereka, sehingga dapat meningkatkan pemahaman dalam mengakses platform tersebut sebagai sumber informasi yang tepat dan bermanfaat.

3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan penelitian ini bisa dijadikan sebagai referensi dan informasi tambahan untuk penelitian selanjutnya agar bisa dikembangkan kembali menjadi penelitian yang lebih luas dan kompleks salah satunya bisa mempertimbangkan penambahan variabel lain guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam terkait berbagai faktor yang dapat memengaruhi kemampuan public speaking.



DAFTAR PUSTAKA

- Anggraini, & Musfialdy. (2020). Kajian sejarah dan perkembangan teori efek media. *Jurnal Komunikasi Dan Bisnis*, VIII(1), 30–42.
- Achmadi, S., Basri, A., & Janiarti, E. (2024). Efektivitas pembelajaran berbasis YouTube terhadap peningkatan motivasi belajar akuntansi keuangan peserta didik SMKN 1 Sanggau. *Jurnal Visi Ilmu Pendidikan*, 16(1), 1–9. <https://doi.org/10.26418/jvip.v16i1.76006>
- Arham, M. (2020). *Efektivitas Penggunaan Youtube Sebagai Media Pembelajaran*. Academia Education.
- Bhagwandeem, N. (2022). Memahami efektivitas pengajaran melalui YouTube dibandingkan PowerPoint terhadap penguasaan konsep pada mahasiswa calon guru kimia tahun kedua. *Journal of Independent Teaching and Learning*, 17(2), 57–69. <https://doi.org/10.10520/ejc-jitl1-v17-n2-a5>
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Internet atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Universitas Tarumanagara Jakarta*, 406–417.
- Fendha, A., & Shina, I. (2021). *Statistik untuk Bimbingan Konseling*. Bantul : Lembaga Lada Kata.
- Hamama, S. (2021). Strategi Meningkatkan Rasa Percaya Diri Bagi Pemula : Kunci Sukses Berkomunikasi. *Referensi Media Komunikasi Dan Dakwah*, 1(1).
- Hidayat, A. A. (2021). *Menyusun instrumen penelitian & uji validitas reliabilitas*. Surabaya : Health Book Publishing.
- Kasiyanto K, (2016). *Paradigma Teori Komunikasi dan Paradigma Penelitian Komunikasi*. Malang: Media Nusa Creative.
- Muhamad, F. (2021). *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Daru Tunggal Aji (ed.); cetakan pe). Pustaka Ilmu.

- Muzaki, A. Suarto. Muhtarom. (2021). Pemanfaatan Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Pada Siswa X11 MIPA di SMA N 1 Tawang Sari. *Media Penelitian: Jurnal Penelitian dalam Bidang Pendidikan dan Pengajaran*.
- Novitasari, A. (2023). *Upaya Meningkatkan Kemampuan Siswa Berbicara Di Depan Kelas Melalui Bimbingan Kelompok Dengan Teknik Latihan Asertif Di Smp Negeri 17 Kota Jambi*.
- Pratama, S., & Hermanu, D. H. (2022). *Pengaruh Konten Video Youtube Dan Dimas terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja*. VII(2), 34–48.
- Sari, A. C., Hartina, R.,Awalia, R., Irianti, H., Ainun, N., Sastra, F., & Indonesia, U.M. (2018). Komunikasi dan media sosial. *Jurnal the Messenger*, 03
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (M. Dr.Ir.Sutopo,S.Pd (ed.); cetakan ke). Alfabeta Bandung.
- Supardi. (2005). *Metodologi Penelitian Ekenomi & Bisnis. Metode Penelitian*.
- Supriyadi, Amalia A.N, (2022). *Teknik Berbicara di Depan Umum (Public Speaking) dan Negosiasi*. Bojong Pekalongan: PT.Nasya Expanding Management.
- Vira, A., & Reynata, E. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru Dalam Komunikasi. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2).
- Wahyuningsih, S., & Ni'mah, I. S. (2023). Membangun kepercayaan diri dalam public speaking berbahasa Inggris melalui YouTube? Mengapa tidak? *SCOPE: Journal of English Language Teaching*, 7(2), 286–291. <https://doi.org/10.30998/scope.v7i2.16198>
- Yovelin, V., & Paramita, S. (2023). Digital Personal Branding dalam Membentuk Kredibilitas Content Creator. *E-Journal Untar*, 231–239.
- Zainal, A. G. (2022). *Public Speaking Cerdas Saat Berbicara di Depan Umum* (faurani santi Singagerda (ed.); Pertama). Penerbit Cv Eureka Media Askara.
- Situs Internet

<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia>
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/24/indonesia-peringkat-keempat-pengguna-youtube-terbanyak-dunia#>, diakses 24 Januari 2025 pukul 16:39 WIB.

<https://socialblade.com/youtube/channel/UCfLACLkvtaJteswsZcC-S0w>, diakses 04 Juni 2025 pukul 12:12 WIB.

Titik Presentase Distribusi t. <https://repository.unja.ac.id/209/1/tabel-t.pdf>, diakses 15 Juli 2025

