

Korelasi Youtuber dengan Subscribe Tinggi terhadap Ketertarikan Penonton Variety Show Trans 7 “Wow Banget”

Teuku Tezar, Eugenius Kau Suni

Fakultas Ilmu Komunikasi

STIKOM Interstudi Jl Wijaya II No 62 Jakarta 12160

Teukutezar@gmail.com, Egi.suni@gmail.com

Abstract—This research is entitled The Effect of “Youtuber Correlation with High Subscriber to the Interest of TV Show Viewers Program. The purpose of this study was to determine whether the influence of Youtubers with high subscriptions could generate public interest in watching. The approach used in this research is a quantitative approach. The theory of this study uses the theory of S-O-R (Stimulus Organism Responses). The message given by the communicator to the communicant can be accepted or rejected by the communicant (Stimulus). If the stimulus received shows the attention of the communicant (Organism), coupled with the support of facilities and encouragement from the environment, then finally the attitude taken by the communicant continues to become an action, behavior change (Response). The results of the study There is an influence of Youtubers with High Subscribers on the Interest of TV Program Viewers. Based on the results of the research, the effect is included in the positive category and it can be seen that the regression coefficient of the X variable is 2.450 which states that for every 1% decrease in the Youtuber value, the Audience Interest value will also decrease by 2.450. And vice versa, if there is an additional 1% of youtuber's value, the value of Viewer Interest increases by 2,450. Furthermore, based on the significance value in the Coefficients table, it is obtained a significance value of 0.000 < 0.05, that there is a significant influence on the Audience Interest variable (Y). Based on the value of t, it can be seen that tcount is 8.897 > ttable 2.365, so it can be concluded that the High Youtuber Subscriber variable (X) has an effect on the audience interest variable (Y).

Keywords : *Youtube, Electronic Media, TV Program, S-O-R. Theory*

Abstrak—Penelitian ini berjudul Pengaruh “Korelasi Youtuber dengan Subscribe Tinggi Terhadap Ketertarikan Program Penonton Acara TV. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah pengaruh Youtuber dengan subscribe tinggi bisa memunculkan minat menonton masyarakat. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Teori dari penelitian ini menggunakan teori S-O-R (Stimulus Organism Responses). Pesan yang diberikan komunikator kepada komunikan dapat diterima atau ditolak oleh komunikan (Stimulus). Apabila stimulus yang diterima menunjukkan adanya perhatian komunikan (Organism), ditambah dengan adanya dukungan fasilitas dan dorongan dari lingkungan, maka akhirnya sikap yang diambil komunikan terus berlanjut menjadi suatu tindakan, perubahan perilaku (Response). Hasil penelitian Terdapat pengaruh Youtuber dengan Subscriber Tinggi

terhadap Ketertarikan Penonton Program TV. Berdasarkan hasil penelitian pengaruh tersebut termasuk dalam kategori positif dan dapat diketahui bahwa Koefisien regresi variabel X sebesar 2,450 yang menyatakan bahwa setiap penurunan 1% nilai Youtuber, maka nilai Ketertarikan Penonton akan ikut menurun sebesar 2,450. Begitupun sebaliknya, jika terjadi penambahan 1% nilai youtuber maka nilai Ketertarikan Penonton meningkat sebesar 2,450. Selanjutnya berdasarkan nilai signifikansi pada tabel Coefficients didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, bahwa terdapat pengaruh yang signifikan terhadap variabel Ketertarikan Penonton (Y). Berdasarkan nilai t dapat diketahui bahwa thitung sebesar 8,897 > ttable 2,365 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) berpengaruh terhadap variabel Ketertarikan penonton (Y).

Kata Kunci—*Youtube, Media Elektronik, Program TV, Teori S-O-R*

I. PENDAHULUAN

Youtuber atau content creator di YouTube semakin menarik minat banyak orang. YouTuber bahkan perlahan menjadi profesi baru yang menjanjikan. Banyak nama besar Youtuber yang terkenal antara lain Raditya Dika, Edho Zell, Reza Oktavian, Atta Halilintar, telah banyak meraup untung dengan profesi Youtuber ini. Mereka terus menyajikan konten secara kreatif dan menciptakan pesona tersendiri yang disukai banyak orang. Para Youtuber bahkan sudah memiliki penggemar dan penonton setia yang disebut subscribers (Rahmawan et al., 2017).

Subscribers biasanya mengklik tombol subscribe di platform YouTube sehingga setiap kali ada postingan terbaru, selalu ada notifikasi yang masuk ke pengikut tersebut. Ramadhayanti menyebut semakin banyak jumlah orang-orang yang menjadi subscriber di suatu blog menunjukkan blog tersebut memiliki informasi yang menarik, akurat dan bermutu (Ramadhayanti, 2019). Channel dengan subscriber tinggi juga akan menarik minat pengiklan dan pembeli review untuk beriklan pada channel tersebut. Di sini menunjukan bahwa keberhasilan suatu Youtuber sangat bergantung kepada subscriber.

Televisi adalah media massa yang memiliki 2 jenis sajian yaitu hiburan dan informasi. Televisi menayangkan acara musik, film, sinetron, variety show, reality show yang melibatkan berbagai selebritis idola khalayak. Selain

itu ada acara olahraga, Penonton dapat menyaksikan pertandingan olahraga tanpa harus berangkat ke stadion atau lokasi pertandingan (Abdullah & Puspitasari, 2018).

Program atau programme yang memiliki arti dari bahasa Inggris adalah rencana atau acara. Morissan mengungkapkan program merupakan sesuatu yang ditayangkan oleh stasiun penyiaran dalam memenuhi segala apa yang dibutuhkan oleh penonton (Pradyanti *et al.*, 2018). Suatu acara program yang ditayangkan harus memiliki beberapa faktor yang menjadikan penonton berminat untuk menyaksikan secara terus menerus dari salah satu siaran di dalam stasiun siaran televisi. Sebagai produk barang (*goods*) atau layanan (*service*), program bertujuan juga untuk diperjual belikan kepada pihak yang lain. Bagi dunia siaran terdapat rumusan jika program yang menarik akan mendapat jumlah penonton yang banyak, sedangkan program acara yang kurang menarik tidak mendapatkan jumlah penonton yang banyak. Dalam industri bisnis siaran, tayangan hiburan merupakan yang paling menarik minat penonton. Program hiburan terdapat banyak jenis yaitu musik, film, talkshow dan permainan.

Ketertarikan penonton bisa menjadi suatu indikasi atau acuan apakah sebuah program diminati oleh audiens, dan apakah suatu program bisa memenuhi hiburan atau informasi yang disampaikan dari tayangan tersebut. *Production cost* sangat dibutuhkan dalam sebuah program baik *inhouse* dan *production house*, dan untuk mendapatkan biaya produksi yang dibutuhkan salah satunya adalah dari iklan. Sebagian besar pendapatan dari sebuah program televisi berasal dari dana iklan dan juga setiap masuknya iklan tidak terlepas dari anggaran yang dibayar oleh pemilik jasa dan produk iklan (Pradyanti *et al.*, 2018).

Dalam kamus besar bahasa Inggris Oxford online, *variety* adalah variasi atau beragam, yang berarti *variety show* adalah pertunjukan yang memiliki berbagai macam jenis acara seperti musik, sketsa komedi, sulap dan pengetahuan budaya yang dibawakan oleh pembawa acara atau presenter (Futri *et al.*, 2018). *Variety show* merupakan salah satu dari jenis siaran program televisi. *Variety show* adalah program yang memiliki berbagai macam ide konsep dalam satu program tunggal, seperti musik, talkshow, dan tarian yang dibawakan oleh host atau presenter. Yang menjadikan *variety show* ini menarik adalah dengan menyajikan berbagai macam konsep tayangan dalam satu program membuat banyak audiens tertarik atau berminat untuk menonton tayangan tersebut.

Berdasarkan hal tersebut penelitian tersebut dilakukan untuk mengetahui tingkat signifikansi *Youtuber subscriber* tinggi dalam menarik minat penonton sehingga berdampak pada ketertarikan penonton program *tv wow banget* di *trans7*, namun program tersebut sudah tidak berlanjut sejak Agustus 2019 silam, program *variety show* tersebut dalam kiprahnya sudah berjalan selama kurang lebih dalam waktu 6 bulan.

“*Wow banget*” merupakan program dari stasiun televisi *Trans 7* yang mengundang *Selebgram*, *Youtuber*

dan artis lainnya yang sedang naik daun. *Variety Show* ini tidak hanya mengundang *Selebgram* dan artis lainnya saja tapi acara ini dibawakan dengan gaya ciri khas *Youtuber Atta Halilintar* seperti layaknya *Atta* sedang membuat *vlog*, lalu membuat *prank*, *grebek rumah*, *roasting*, tantangan viral dan lainnya. Selain di televisi, setiap episode dari program *Wow banget* akan disiarkan juga di kanal *Youtube* milik *Atta Halilintar*.

Selain banyaknya unsur hiburan dari program *Wow Banget Trans 7*, tayangan tersebut memberikan isi pesan dan informasi kepada masyarakat untuk tidak pernah menyerah dalam mencapai apa yang diinginkan seperti *Atta Halilintar*. Dengan mengundang banyak *Youtuber*, *Selebgram* dan artis lainnya, wawancara atau *ngobrol* dapat memberi inspirasi bagi masyarakat. Para narasumber juga terlihat menunjukkan kalau terlibat di dunia *entertainment* adalah sebuah hal yang menyenangkan.

Rumusan masalah dari latar belakang penelitian ini yaitu apakah seorang *Youtuber* dengan jumlah *subscriber* yang tinggi bisa berpengaruh terhadap ketertarikan penonton dari sebuah program acara *TV*.

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan ini, terdapat sejumlah pertanyaan sebagai identifikasi masalah penelitian ini, yaitu apakah seorang *Youtuber* dengan jumlah *subscribe* yang tinggi bisa berpengaruh terhadap ketertarikan penonton dari sebuah program acara *TV*, Bagaimana seorang *Youtuber* dengan jumlah *subscribe* yang tinggi bisa berpengaruh terhadap ketertarikan penonton dari sebuah program acara *TV*.

II. TINJAUAN LITERATUR

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model *S-O-R*. Ringkasan teori *S-O-R* dalam buku Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi bahwa teori *S-O-R* *Hovland* yang memiliki arti *Stimulus-Organism- Response* yang awal mulanya teori psikologi kemudian dijadikan teori komunikasi, dikarenakan psikologi dan komunikasi memiliki objek material yang sama. Teori *S-O-R* beranggapan bahwa *organism* menghasilkan perilaku jika ada kondisi stimulus tertentu pula. Jadi efek yang timbul adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah: (1.) Pesan (Stimuli) ; (2.) *Komunikasikan (Organism)* (3) Efek (*Response*). Dalam proses perubahan sikap, sikap komunikasi dapat berubah jika stimulus yang menerpanya benar-benar melebihi dari yang dialaminya (Effendy, 2003).

Sebagai media telekomunikasi, televisi dikenal dengan memancarkan dan menerima sebuah siaran gambar bergerak baik monokrom (hitam putih) atau berwarna yang dilengkapi dengan audio (suara). Kata televisi berasal dari bahasa Yunani yang berarti *tele* adalah jauh dan *visio* yang berasal dari bahasa Latin yang berarti penglihatan. Sebagian para ahli mengatakan bahwa televisi adalah media yang menangkap audio visual dan setelah didapat, informasi tersebut disiarkan secara *broadcasting* ke

seluruh siaran televisi (Irfan S, Muhammad. Mesran. Siregar, 2017).

Televisi mampu menarik perhatian penontonnya baik secara geografis dan sosiologis. Yang menyebabkan televisi mampu menarik perhatian penonton adalah tayangan yang disiarkan bersifat, informasi, edukasi, dan hiburan kepada masyarakat. Dengan hal tersebut, televisi mampu memberikan pengaruh secara positif, negatif, secara fisik dan psikis kepada masyarakat (Putri, 2018).

Berkembangnya berbagai macam teknologi, tidak memungkiri teknologi komunikasi massa juga ikut berkembang dalam penyampaian pesannya. Dengan adanya teknologi media baru dalam komunikasi massa, memungkinkan media lebih interaktif, khalayak dapat melakukan umpan balik terhadap pesan atau informasi yang disampaikan. Beberapa teknologi baru dalam media massa adalah seperti media online, digital media, media virtual, e-media, network media, media cyber dan media web (Andriana, 2013).

Media cyber merupakan perangkat media baik perangkat keras (hardware) ataupun perangkat lunak (software) yang terhubung dengan jaringan global (global network) sehingga penyampaian informasi atau pesan bisa disampaikan dalam waktu singkat dan pertukarannya bisa dilakukan secara luas. Keberadaan internet dalam penyampaian pesan media massa, mampu melebihi penyampaian pesan media tradisional. Dengan adanya internet komunikator bisa mengirim pesan ke berbagai belahan dunia dan pesan tersebut bisa disampaikan secara langsung (Primasari, 2016)

Berbagai media hiburan di dunia terus berkembang, termasuk di Indonesia. Jenis media yang sedang terus berkembang di Indonesia dan di dunia adalah media digital atau cyber media. Dan salah satu dari media cyber yang paling banyak diakses oleh masyarakat Indonesia adalah YouTube. Yang menjadi daya tarik Masyarakat di Indonesia untuk mengakses Youtube adalah masyarakat dapat berperan sebagai konten kreator juga sekaligus menjadi penonton (Labas & Yasmine, 2017)

Broadcast Yourself merupakan slogan yang dikenal oleh YouTube, video sharing yang menyediakan berbagai hiburan dan informasi melalui audio visual adalah situs yang diberikan oleh YouTube. Di tahun 2011, YouTube menjadi peringkat pertama untuk situs video sharing. Eksistensi dari YouTube yang mampu menarik perhatian luas membuat Google Inc membeli situs ini senilai US\$ 1,65 miliar pada tahun 2006. Menurut Putri Silahi, Head of Communications Consumer & YouTube Indonesia perkembangan jumlah penonton YouTube di Indonesia bertambah 130% dari tahun 2014 sampai 2015. Begitu juga dengan konten yang di upload bertambah sebanyak 600% (Mellyaningsih, 2016).

Sebagai salah satu tren di jaman sekarang munculah berbagai fenomena yang kini dibicarakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan dari prioritas politikus, artis, hingga masyarakat sipil. Salah satu youtube mendapat perhatian luas dari pengguna saat ini adalah yang berkaitan dengan

portal berita dari berbagai program news di stasiun televisi. Banyak sekali stasiun televisi yang berloba-lomba mengunggah video berita yang telah disiarkan sebelumnya dimana para pengguna youtube dapat melihat kembali hasil tayangan berita yang telah ditayangkan untuk review kembali, keunggulan dalam penggunaan youtube pada penyiaran program televisi adalah sebagai berikut: fitur-fitur yang dapat digunakan untuk mendownload, sharing, hingga merespon video, jenis informasi youtube yang dapat di akses melalui dari sosial politik pendidikan hingga hiburan, tampilan youtube dalam berbagai website YouTube cukup menarik dengan menampilkan video-video yang sedang dilihat saat ini (Jerferly, 2016).

Saat ini tayangan yang telah disiarkan oleh stasiun televisi umumnya dapat dengan mudah kita dapatkan pada media sosial terutama youtube. Youtube memberikan ruang bagi khalayak untuk mengunggah dan atau mengunduh berbagai bentuk unsur audio visual, hal ini juga dimanfaatkan oleh stasiun televisi. Dengan kemudahan akses yang diberikan youtube menjadi pilihan tempat favorit/utama saat ini untuk lebih mempopulerkan tayangan- tayangannya. Lalu bagaimana media sosial ini dimanfaatkan oleh para penyelenggara penyiaran sebagai media pengelolaan dokumen dan rekaman siaran yang seharusnya tetap dengan fungsinya yakni sebagai media informasi, pendidikan, hiburan yang sehat, kontrol dan perekat sosial? yang tetap mengacu pada pedoman perilaku penyiaran dan standar program siaran (Rachmat, Ikb. Sumartono. Jemat, 2017).

Subscriber adalah sebutan untuk pengguna YouTube yang berlangganan video tayangan tertentu, dengan adanya hal tersebut berfungsi agar penonton atau subscriber dapat selalu mendapat notifikasi terbaru dari video tayangan yang diikutinya (Herdono & Arinda, 2019).

Manusia mempunyai perilaku, opini, sikap, afeksi, kognisi dan konasi. Dari efek tersebut dapat menimbulkan reaksi stimulus khusus. Sehingga seseorang dapat memprediksi apakah sesuai antara pesan yang disampaikan dengan reaksi dari penerima yang bagaimana adalah responden (Subscriber Youtube Atta Halilintar) memberikan tanggapan yang positif atau negatif terhadap Program TV Wow Banget.

Pada setiap penelitian memiliki tujuan yang ingin dicapai, begitu pula pada penelitian ini yang bertujuan mencari tahu bagaimana berpengaruh Youtuber dengan jumlah subscribe yang tinggi terhadap ketertarikan penonton dari sebuah program acara TV, dan untuk mengetahui apakah seorang Youtuber dengan jumlah subscribe yang tinggi bisa berpengaruh terhadap ketertarikan penonton dari sebuah program acara TV.

Talk Show, Magazine Show, Kuis, Game Show, Music Concert, Drama, dan Situasi Komedi merupakan jenis jenis program acara televisi yang terangkum dalam 1 (satu) format acara televisi yaitu Variety Show (Yuwino, 2013). Dengan adanya keberagaman format acara yang disajikan oleh Variety show, membuat tayangan televisi jadi tidak membosankan bagi penonton karena tidak

menyangkan satu format acara saja (Petra et al., 2009).

Variety show adalah format acara televisi yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti Talk Show, Magazine Show, Quiz, Permainan, Music Concert, Drama, dan Sit-Kom (Aji, 2018) Dengan panjangnya durasi acara Variety show, program tersebut dapat memasukan segala jenis format acara televisi dan dibuat semenarik mungkin. Variety show adalah format acara tv yang mengkombinasikan berbagai format lainnya seperti talk show, magazine show, quiz, game show, music concert, drama, dan sit-kom (Naratama, 2006).

Variety show mempunyai suatu pesan yang ingin disampaikan kepada khalayak tidak hanya melalui pesan verbal tapi juga melalui pesan non verbal menggunakan tanda, kode, lambang yang ditampilkan. Variety show juga memiliki konten jenis lain yaitu seperti hipnotis, pertunjukan hewan, atraksi sirkus, akrobat, romansa, kejutan kepada pengisi acara dan kru, membagikan hadiah dan lain sebagainya (Hayu et al., 2019).

Wow banget merupakan program dari stasiun televisi Trans 7 yang mengundang Selebgram, Youtuber dan artis lainnya yang sedang naik daun. Variety Show ini tidak hanya mengundang selebgram dan artis lainnya saja tapi acara ini dibawakan dengan gaya ciri khas Youtuber Atta Halilintar seperti layaknya Atta sedang membuat vlog, lalu membuat prank, grebek rumah, roasting, tantangan viral dan lainnya. Selain di televisi, setiap episode dari program Wow banget akan disiarkan juga di kanal Youtube milik Atta Halilintar.

Atta Halilintar ditunjuk sebagai host utama karena popularitasnya di dunia Youtube. Anita Wulandari selaku kepala divisi marketing Public Relation di Trans 7 mengungkapkan bahwa mereka yang hebat di Yotube dan Sosial Media, siapa tahu hebat pula di televisi (Jpnn.com. 2019). Karena sudah kenal dengan metode penyiaran di YouTube dan pengetahuannya dengan hal-hal yang viral, Atta Halilintar turut memberikan usul dan konsep dalam setiap episode penayangan Wow Banget.

Selain banyaknya unsur hiburan dari program Wow Banget Trans 7, tayangan tersebut memberikan isi pesan dan informasi kepada masyarakat untuk tidak pernah menyerah dalam mencapai apa yang diinginkan seperti Atta Halilintar. Dengan mengundang banyak Youtuber, Selebgram dan artis lainnya, wawancara atau ngobrol dapat memberi inspirasi bagi masyarakat. Para narasumber juga terlihat menunjukkan kalau terlibat di dunia entertainment adalah sebuah hal yang menyenangkan.

Didalam kerangka pemikiran dan kajian pustaka, ada beberapa unsur yang akan dijelaskan mengenai penelitian yang dilakukan. Pertama untuk mendukung masalah dapat teridentifikasi menggunakan kajian pustaka, Kedua menggunakan kerangka teori yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti, ketiga alur kerangka teori pedoman pemecahan masalah agar tujuan yang diteliti tercapai dengan baik. Dari kegiatan pustaka yang dilakukan, penelitian ini diambil dari hasil penelitian terdahulu yang pernah dilakukan dan sejenis dari

penelitian lain yang memiliki masalah sama yang akan diteliti

Dalam kajian pustaka dan kerangka pemikiran ini, peneliti akan membahas menjelaskan beberapa hal yang menyangkut peneliti yang sedang dilakukan, yaitu yang pertama kajian pustaka yang akan digunakan peneliti untuk mendukung pembahasan masalah- masalah tersebut dapat teridentifikasi. Kedua, kerangka teori yang terdiri atas berbagai teori yang berhubungan atau berkaitan dengan masalah peneliti yang akan dibahas berdasarkan studi kepustakaan yang peneliti kaji. Ketiga, alur kerangka teori pedoman pemecahan masalah agar tujuan yang diteliti tercapai dengan baik.

Kegiatan pustaka ini terdiri dari beberapa hasil penelitian terdahulu yang sejenis dan pernah dilakukan oleh peneliti lain serta peneliti tersebut memiliki hubungan dengan masalah yang akan diteliti.

(Penelitian Terdahulu)

Nama Peneliti	Iga Tikah Rilanti, Dr. Drs. Sunarto, M.Si	Tri Septa Nurhantoro, Novi Wulandari, S.S., M.A	Nunik Hariyani.
Lembaga dan Tahun	Universitas Diponegoro 2019	Universitas Respati Yogyakarta 2019	Universitas Merdeka Madiun 2020
Teori	Teori S-O-R	Teori S-O-R	Teori S-O-R
Metode Penelitian	Eksplanatif, Analisis Kualitatif	Metode Analisis	Metode Kuantitatif Eksplanatif
Hasil Penelitian	Dimana dari hasil penelitian terlihat jika persepsi khalayak remaja tentang vlog-vlog Atta Halilintar memiliki pengaruh positif terhadap tingkat motivasi remaja menjadi subscriber Atta Halilintar, sedangkan intensitas komunikasi peer group remaja tidak menunjukkan adanya pengaruh terhadap tingkat motivasi remaja menjadi subscriber Atta Halilintar.	Dari analisis kategori bentuk-bentuk humor verbal dalam lima postingan Channel YouTube "Wagu - Waton Guyon", banyak disampaikan humor dalam bentuk permainan kata, yaitu 41 data, kemudian diikuti dengan bentuk ironi verbal sejumlah 19 data, dan bentuk alusi sebanyak 10 data. Bentuk humor verbalnya tidak beraturan karena banyak ditemukan bentuk-bentuk bahasa humor yang terlalu bebas. 2. Dari analisis kategori fungsi humor dalam lima postingan Channel YouTube "Wagu - Waton Guyon", banyak humor disampaikan sebagai sarana menjelaskan, yaitu 34 data, kemudian diikuti dengan sarana penghibur sejumlah 24 data, dan sarana kritikan/ejekan sebanyak 12 data. Fungsi humor verbal dibuat untuk menghibur penonton dan mengkritik orang atau perihal yang sedang terjadi	Keberadaan YouTube sejak tahun 2005, saat ini menjadi jejaring sosial kedua yang paling populer di dunia setelah facebook. Dengan pengguna 1,9 milyar, media sosial berbasis video YouTube ini digunakan untuk saling berbagi konten dan komentar. Pengguna YouTube di Indonesia sudah mencapai 50 juta orang. YouTube menjadi platform sosial yang paling aktif digunakan di Indonesia saat ini. Youtube digunakan sebagai media promosi berbasis PPC (Pay Per Click) dimana setiap video yang dianggap memenuhi syarat di dalamnya terdapat iklan Google AdSense. Youtube menjadi ladang uang bagi banyak YouTuber di Indonesia.

untuk menjawab sebuah hipotesis (Herawati, 2017).

Kuesioner adalah metode survei yang dilakukan dengan membagikan data kepada para responden. Metode yang dilakukan adalah dengan mengajukan pertanyaan kepada responden. Pertanyaan akan diukur dengan menggunakan skala likert, yaitu dengan menunjukkan skala 1 sampai 5, dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju (Umasangadji et al., 2019).

Penulis dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivis yang menggunakan ilmu yang dianggap numerik yaitu berdasarkan pada hukum-hukum klausul yang bersifat umum yang melibatkan variabel. Pada akhirnya paradigma positivis akan melahirkan pendekatan kuantitatif (Muslim, 2016).

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. Objek dari populasi penelitian ini adalah seluruh penonton yang pernah menonton Wow Banget Trans 7 yang jumlahnya tidak diketahui. "Untuk populasi yang tidak diketahui jumlahnya, maka pengambilan sampel dilakukan dengan menggunakan rumus Lemeshow dengan menggunakan persentase tingkat kesalahan yang dapat ditolerir sebesar 5%" (Sugianto & Rahman, 2019).

Berikut rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

III. METODE

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah metode survei. Metode survei adalah teknik pengumpulan data primer dengan menggunakan kuesioner, kuesioner merupakan teknik yang digunakan didalam penelitian yang akan diolah

Keterangan :

n = Jumlah sampel

z = skor z dengan tingkat kepercayaan 95% = 1,96 p = maksimal estimasi 0,5

d = alpha (0,10) sengan error sampling = 10 %

Berdasarkan rumus diatas, maka sampel dalam penelitian ini yaitu:

$$n = \frac{z^2 p(1-p)}{d^2}$$

$$n = \frac{1,96^2 \times 0,5(1-0,5)}{0,1^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,01}$$

$$n = 96,04$$

Berdasarkan rumus diatas maka didapatkan sampel dalam penelitian ini berjumlah 96,04 orang. Untuk mempermudah perhitungan dan pengolahan data pada sampel, maka peneliti membulatkan angka sampel menjadi 96 sampel penelitian.

Responden yang diambil menggunakan teknik probability sampling yaitu dengan mengambil beberapa sampel kepada setiap unsur populasi kemudian dipilih menjadi anggota sampel. Simple Random Sampling adalah tehnik yang akan digunakan peneliti.

Penelitian ini akan menggunakan angket tertutup yang dimana suatu angket yang diberikan kepada

IV. HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Berdasarkan 42 data penelitian, terdapat 7 data penelitian yang gugur dan tersisa 35 data penelitian yang valid. Sebelum melakukan uji hipotesis, uji asumsi data dilakukan terlebih dahulu guna melihat apakah data tersebut terdistribusi secara normal atau tidak. Korelasi Pearson Product Moment menjadi pilihan untuk data terdistribusi normal, sedangkan Spearman Rho dipilih jika data tidak terdistribusi normal. Apabila terdapat hubungan diantara variabel tersebut, analisis dilanjutkan dengan regresi (R²), untuk melihat sumbangan efektif. Setelah dilakukan analisis uji normalitas data, sebagian besar data responden yang memiliki jawaban alternatif dari periset. Responden hanya menjawab sesuai dengan pengalaman dan realitas yang dialami, biasanya diisi dengan tanda X atau √ dengan format skala Likert. Terdapat dua variabel didalam penelitian ini yaitu Youtuber dengan Subscribe tinggi dan Ketertarikan Penonton Program TV pada acara variety show Wow Banget Trans 7.

Peneliti akan menggunakan data Statistical Package for the Social Sciences atau disingkat dengan SPSS. SPSS merupakan perangkat dalam mengolah data statistik yang digunakan dalam pengolahan analisis data kuantitatif. SPSS biasa digunakan untuk berbagai riset pasar, pengendalian dan perbaikan mutu (quality improvement), serta riset-riset sains. SPSS juga dapat membaca data berbagai jenis data dengan memasukkan langsung kedalam SPSS data editor yang awalnya merupakan struktur dari file data yang harus dibentuk dalam baris dan kolom (Zein et al., 2019). tersebut berdistribusi normal, terbukti dengan hasil uji normalitas residual menunjukkan bahwa nilai KSZ sebesar 0,184 lebih besar dari 0,05, sehingga uji analisis korelasi yang dilakukan adalah analisis korelasi product moment.

Setelah data terdistribusi normal, peneliti melakukan uji Homogenitas untuk melihat varians data berdistribusi homogen atau tidak, berdasarkan uji homogenitas yang digunakan peneliti adalah uji homogenitas levene statitics dengan taraf signifikansi 0,05. Berdasarkan uji homogenitas yang telah dilakukan dapat diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,07 > 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa data dalam penelitian ini berdistribusi homogen. Hal tersebut terbukti pada tabel 1 sebagai berikut.

TABEL 1. UJI HOMOGENITAS

Test of Homogeneity of Variances			
Penonton			
Levene	df1	df2	Sig.
Statistic			
3.385	5	94	.007

Setelah peneliti melakukan uji prasyarat analisis data., selanjutnya dilakukan uji hipotesis penelitian. Pada uji

linearitas dilakukan untuk mengetahui linearitas hubungan variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) dengan Ketertarikan Penonton (Y). Linearitas dapat diketahui dengan menggunakan uji F.

output penghitungan dengan bantuan program SPSS 23. Hasil uji Linearitas dapat diketahui bahwa nilai Fhitung $0,818 < Ftabel$ bernilai 1,73, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linear antara Youtuber Subscriber Tinggi (X) dengan Ketertarikan Penonton (Y).

Pada uji regresi sederhana dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh variabel Youtuber dengan Subscriber Tinggi terhadap Ketertarikan Penonton (Y). Setelah melakukan uji regresi sederhana dapat dijelaskan besarnya nilai korelasi atau hubungan (R) yaitu sebesar 0,668. Berdasarkan hasil output tersebut diperoleh koefisien dterminasi (R Square) sebesar 0,447 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Youtuber Subscriber Tinggi) terhadap variabel terikat (Ketertarikan Penonton) adalah sebesar 44,7%. Berdasarkan hasil output tersebut dapat diketahui bahwa nilai Fhitung = 79,159 dengan tingkat signifikansi $0,000 < 0,05$, maka model regresi dapat digunakan untuk memprediksi variabel Ketertarikan Penonton atau dengan kata lain terdapat pengaruh variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap variabel Ketertarikan Penonton (Y).

TABEL 2. KOEFISIEN DETERMINASI VARIABEL X TERHADAP VARIABEL Y

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.668 ^a	.447	.441	11.322

Kemudian pada hasil persamaan regresi dapat ditulis dengan $Y = \alpha + bX$, berdasarkan hasil output SPSS 23 yang telah dilakukan oleh peneliti dapat diketahui bahwa nilai constant (α) sebesar -13,862, sehingga persamaan regresi dapat ditulis dengan $Y = -13,862$

+ 2,450. Koefisien regresi variabel X sebesar 2,450 yang menyatakan bahwa setiap penurunan 1% nilai Youtuber, maka nilai Ketertarikan Penonton akan ikut menurun sebesar 2,450. Begitupun sebaliknya setiap penambahan 1% nilai Youtuber, maka nilai Ketertarikan Penonton meningkat sebesar 2,450. Koefisien regresi tersebut bernilai positif, sehingga dapat dikatakan bahwa arah pengaruh variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap Ketertarikan Penonton (Y) bernilai positif.

TABEL 3. KOEFISIEN REGRESI VARIABEL X TERHADAP VARIABEL Y

Model	Coefficients ^a			
	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficient	t	Sig.
1	(Constant)	-13.862	8.012	-.087
	Youtuber Tinggi	2.450	.668	8.897

a. Dependent Variable: Ketertarikan Penonton

Selanjutnya, berdasarkan nilai signifikansi pada tabel Coefficients didapatkan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) berpengaruh terhadap variabel Ketertarikan Penonton (Y). Berdasarkan nilai t dapat diketahui bahwa thitung sebesar 8,897 > ttabel 2,365 sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) berpengaruh terhadap variabel Ketertarikan penonton (Y).

Pada dasar pengambilan keputusan uji korelasi adalah jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi, jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka tidak berkorelasi. Berdasarkan hasil output tersebut yang telah diolah oleh peneliti menggunakan SPSS 23 maka didapatkan nilai signifikansi Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap Ketertarikan Penonton (Y) sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan antara Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap Ketertarikan Penonton (Y).

TABEL 4. KOEFISIEN KORELASI VARIABEL X TERHADAP VARIABEL Y

Correlations			
	Youtuber Subscriber Tinggi	Ketertarikan Penonton	
Youtuber Subscriber Tinggi	Pearson Correlation	1	.668**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Ketertarikan Penonton	Pearson Correlation	.668**	1

Penonton		
	Sig. (2-tailed)	.000
	N	100 100

Pada hasil output SPSS 23 yang telah didapatkan hasilnya pada tabel tersebut, didapatkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,668 bahwa tingkat kekuatan hubungan Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap Ketertarikan Penonton (Y) sangat kuat dan bernilai positif. Selanjutnya, pada hasil output SPSS 23 yang telah didapatkan hasilnya pada tabel tersebut, didapatkan bahwa nilai koefisien korelasi sebesar 0,668 bahwa tingkat kekuatan hubungan Youtuber Subscriber Tinggi (X) terhadap Ketertarikan Penonton (Y) sangat kuat dan bernilai positif. Pedoman kekuatan derajat hubungan berdasarkan nilai koefisien korelasi dapat dilihat pada tabel 5 sebagai berikut

TABEL 5. INTERVAL KOEFISIEN DAN KRITERIA KEKUATAN HUBUNGAN

Interval Koefisien	Kriteria Kekuatan Hubungan
0,00-0,19	Sangat Rendah
0,20-0,399	Rendah
0,40-0,599	Sedang
0,60-0,799	Kuat
0,80-1,00	Sangat Kuat

Sumber: (Riduwan, 2010)

Untuk mengetahui bagaimana jumlah keseluruhan jawaban Kuesioner dari variabel Youtuber dengan Subscriber Tinggi (X) maka peneliti melakukan analisis skor menggunakan SPSS 23, didapatkan hasil sebagai berikut

TABEL 6. HASIL KUESIONER VARIABEL X

	Frequency	Percent
Valid Sangat Tidak Setuju	164	14,9%
Tidak Setuju	298	27,1%
Setuju	432	39,3%
Sangat Setuju	206	18,7%
Total	1.100	100%

Berdasarkan data pada Tabel 6 tersebut dapat dilihat bahwa dari 100 orang responden yang menjawab pernyataan dari Variabel X menunjukkan sebanyak 164 (14,9%) yang menyatakan sangat tidak setuju (Skor 1), sebanyak 298 jawaban yang diberikan 100 responden yang

menyatakan tidak setuju (27,1%) (Skor 2), 432 (39,3%) responden menjawab setuju (Skor 3), dan 206 (18,7%) responden yang menyatakan sangat setuju (Skor 4). Hal tersebut berarti jawaban responden terhadap pernyataan cukup positif, dikarenakan jawab setuju dan sangat setuju secara keseluruhan mencapai 58%. Berdasarkan jawab responden tersebut dapat terlihat indikasi pernyataan menunjukkan responden memberikan jawaban yang menyatakan bahwa Youtuber dengan Subscriber Tinggi memberikan pengaruh terhadap Ketertarikan Penonton. Hal tersebut sesuai dengan teori yang dikemukakan oleh (Rahmawan dkk, 2017) yang mengemukakan bahwa youtuber saat ini menarik minat banyak orang karena menyajikan konten secara kreatif dan menciptakan pesona tersendiri yang disukai banyak orang, dalam hal tersebut dapat disebut sebagai subscriber.

TABEL 7. TINGKAT KETERTARIKAN PENONTON

Ketertarikan	Tingkat Ketertarikan Penonton	
	Frequency	Persentase
Informasi	16	16%
Identitas Pribadi	15	15%
Integritas dan Interaksi Sosial	20	20%
Hiburan	49	49%

Berdasarkan hasil kuisisioner penelitian ini ditemukan bahwa motif ketertarikan yang memiliki angka tertinggi adalah motif hiburan dengan jumlah presentase 49%, sedangkan motif rendahnya sebesar 15%. Gap antara motif tinggi dan motif rendah mengenai hiburan cukup signifikan, yaitu sebesar 34%, yang menunjukkan bahwa motif hiburan menjadi faktor utama ketertarikan penonton dalam menonton program TV wow banget trans 7.

Hasil penelitian tersebut telah sesuai dengan pendapat yang dikemukakan oleh (Pangestu dkk, 2019) bahwa dengan adanya keberagaman format acara yang disajikan oleh program tv yang bertemakan variety show, membuat tayangan televisi jadi tidak membosankan bagi penonton karena tidak menayangkan satu format acara saja.

Berdasarkan hal tersebut penggunaan youtuber sebagai public figure untuk menarik minat penonton televisi tersebut menjadi meningkat, karena pada zaman milenial saat ini mayoritas masyarakat Indonesia sudah mengetahui Atta Halililintar yang bermula dari media youtube. Penelitian mengenai teori Uses and Gratification pada YouTube didasarkan pada sebuah penelitian yang dilakukan oleh Gary dan Paul yang dilakukan pada tahun

2008 dengan judul “YouTube User Watching and Sharing the News: A Uses and Gratification Approach”. Dalam penelitian tersebut, terdapat empat indikator motif seseorang menonton YouTube, yaitu motif hiburan dan relaksasi, mencari informasi, hubungan antar pribadi, serta persahabatan (Hanson & Haridakis, 2008).

V. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah peneliti uraikan pada Bab IV mengenai Korelasi Youtuber dengan Subscriber Tinggi terhadap Ketertarikan Penonton Program TV (Studi Kasus Variety Show Trans 7) bahwa variabel Youtuber Subscriber Tinggi (X) berpengaruh terhadap variabel Ketertarikan penonton (Y). Sehingga dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa hipotesis nihil (H₀) ditolak dan hipotesis alternatif (H_a) diterima, sehingga pada penelitian ini terdapat korelasi antara Youtuber dengan Subscriber Tinggi terhadap Ketertarikan Penonton Program TV pada Acara Variety Show Trans 7 Wow Banget.

VI. SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan yang telah dipaparkan, maka terdapat saran yang diberikan oleh peneliti terhadap pihak-pihak terkait diantaranya sebagai berikut.

1. Bagi Peneliti Selanjutnya, diharapkan dimasa yang akan datang dapat digunakan sebagai salah satu sumber data untuk penelitian selanjutnya dan dilakukan penelitian yang lebih lanjut berdasarkan variabel-variabel lainnya yang berbeda yang belum terungkap pada penelitian ini.
2. Bagi pembaca penelitian ini, diharapkan agar menjadi sumbangsih literature dalam memperkaya ilmu pengetahuan pada bidang ilmu komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, A., & Puspitasari, L. (2018). Media Televisi Di Era Internet. *ProTVF*, 2(1), 101.
- [2] Aji, H. S. (2018). *UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta* (Vol. 7).
- [3] Andriana, N. (2013). Media Siber Sebagai Alternatif Jembatan Komunikasi Antara Rakyat Dan Pemimpinnya. *Jurnal Penelitian Politik*, 10(2), 79–93.
- [4] Futri, I. R., Mahzuni, D., & Rahmat, N. (2018). Program Variety Show Dangdut Academy Asia 2 sebagai Alat Diplomasi Publik Indonesia. *Panggung*, 28(4).
- [5] Hayu, S., Kartika, R., & Wirawanda, Y. (2019). Maskulinitas dan Perempuan: Resepsi Perempuan terhadap Soft Masculinity dalam Variety Show. 1, 23–41.
- [6] Herawati, T. (2017). Pengaruh Sistem Pengendalian Intern Terhadap Kualitas Laporan Keuangan. *Jurnal SIKAP (Sistem Informasi, Keuangan, Auditing Dan Perpajakan)*, 2(1), 49.
- [7] Herdono, I., & Arinda. (2019). Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube “Londokampung” Terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan pada Subscribers di Surabaya. *Jurnal Spektrum*
- [8] Irfan S, Muhammad. Mesran. Siregar, D. S. (2017). Rancangan Pendukung Keputusan Pemilihan Televisi Berlangganan Menerapkan Metode Analytical Hierarchy Process(Ahp). *Media Informatika Budidarma*, 1(2), 42–48.
- [9] Labas, Y. N., & Yasmine, D. I. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi*, 4(2), 104
- [10] Mellyaningsih, A. (2016). Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika. *Motif Subscriber Menonton Channel YouTube Raditya Dika*, 4(1), 1–12.
- [11] Muslim. (2016). *Varian-Varian Paradigma, Pendekatan, Metode, dan Jenis Penelitian dalam Ilmu Komunikasi*. Wahana, 1, No.10(10), 77–85.
- [12] Petra, U. K., Pangestu, W., Aritonang, A. I., Budiana, D., Ilmu, P., Kristen, U., & Surabaya, P. (2009). *Motif dan Kepuasan Pemirsa Surabaya dalam Menonton Program Variety Show “Inbox” SCTV*.
- [13] Pradyanti, A., Siti, N., & Hidayah, E. (2018). *Etika Dalam Program Hiburan Televisi: Analisis Program Hiburan Waktu Indonesia Bercanda Net Tv*. 1(2), 91–102.
- [14] Primasari, W. (2016). Pemaknaan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Terhadap Media Siber. *Makna (Jurnal Kajian Komunikasi, Bahasa, Dan Budaya)*, 1(2), 1–13.
- [15] Putri, R. (2018). ARTIKEL TINDAK TUTUR PERSUASIF DEBAT CALON GUBERNUR DKI JAKARTA 2018 PUTARAN PERTAMA PADA MEDIA TELEVISI Oleh : RIZKIA PUTRI
- [16] Dibimbing oleh : UNIVERSITAS NUSANTARA PGRI KEDIRI SURAT PERNYATAAN ARTIKEL SKRIPSI TAHUN 2018. 02(06).
- [17] Rachmat, Ikbal. Sumartono. Jemat, A. (2017). Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Audio -Visual Record Document Management: Studi Eksplorasi Aplikasi Petunjuk Perilaku Broadcastin, Standar Program Broadcast (P3 and SPS) ANTV di Program Televisi Pesbukers. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- [18] Rahmawan, D., Hafiar, H., & M, J. N. (2017). Peran Vlogger Sebagai Online Influencer dalam Industri Media Digital di Indonesia. *Promedia*, 3(2), 183–206.
- [19] Ramadhayanti, A. N. A. (2019). Strategi Pemasaran di YouTube Melalui Subscriber & Komentar dan Perspektif Persuader Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Manajemen Dan Inovasi*, 10(1), 9–21.
- [20] Riduwan, M. B. . (2010). *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*. Alfabeta.
- [21] Umasangadji, S., Suwandi, M., & Sumarlin. (2019). Pengaruh Partisipasi Anggaran, Budget Emphasis, Dan Komitmen Organisasi Terhadap Budgetary Slack Dengan Locus Of Control Sebagai Variabel Moderasi Pada Skpd Kabupaten Polewali Mandar. *Jurnal Ilmiah Akuntansi Peradaban*, 5(1), 64–77.
- [22] Yuwino, E. (2013). Kepuasan Masyarakat Surabaya dalam Menonton Program Variety Show “Dahsyat” di RCTI. In *Jurnal E- Komunikasi* (Vol. 1, Issue 1).
- [23] Zein, S., Yasyifa, L., Ghozi, R., Harahap, E., Badruzzaman, F., &
- [24] Darmawan, D. (2019). Pengolahan dan Analisis Data Kuantitatif Menggunakan Aplikasi SPSS. *Jurnal Teknologi Pendidikan Dan Pembelajaran*, 4(1), 1–7.
- [25] Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, teori dan filsafat komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti