

Pengaruh *Youtube Travel Vloggg* Arief Muhammad dan Lingkungan Sosial terhadap Minat *Traveling*

Fajri Raihan, Muhamad Sopyan

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi

STIKOM InterStudi

Jakarta, Indonesia

fajrir25@gmail.com, muhamadsopyan49@gmail.com

Abstract—*Youtube* can be said as one of the most popular social media in the community, especially Indonesia. This study aims to determine whether there is an influence from *Youtube Travel Vloggg* Arief Muhammad and the social environment on interest in traveling. *Travel Vlog* is one type of event which contains the journey of the *Youtube* channel owner or commonly known as a *Youtuber* to an area or place in the world, including Indonesia. This research makes STIKOM Interstudi students majoring in broadcasting Class 2018-2019 as respondents. The theory used in this research is uses and gratification theory and this research also uses quantitative methods. It can be seen from the results of this study that *Youtube* shows and the social environment can simultaneously affect people's interest in traveling.

Keywords—*Youtube*, *Social Environment*, *Interest*.

Abstrak—*Youtube* dapat dikatakan sebagai salah satu media sosial yang populer dilingkungan masyarakat, khususnya Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada pengaruh dari *Youtube Travel Vloggg* Arief Muhammad dan lingkungan sosial terhadap minat untuk traveling. *Travel Vlog* adalah salah satu jenis acara dimana berisi tentang perjalanan pemilik kanal *Youtube* atau biasa dikenal sebagai *Youtuber* ke sebuah daerah atau tempat di dunia termasuk Indonesia. Penelitian ini menjadikan mahasiswa/mahasiswi STIKOM Interstudi jurusan broadcasting Angkatan 2018-2019 sebagai responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah *uses and gratification theory* dan penelitian ini juga menggunakan metode kuantitatif. Dapat diketahui dari hasil penelitian ini bahwa tayangan *Youtube* dan lingkungan sosial secara simultan dapat mempengaruhi minat masyarakat untuk melakukan traveling.

Kata Kunci—*Youtube*, *Lingkungan Sosial*, *Minat*.

I. PENDAHULUAN

Youtube adalah salah satu media sosial yang populer dilingkungan masyarakat, khususnya Indonesia. Hal itu disebabkan karena *Youtube* memiliki fitur-fitur yang menarik seperti dapat memilih tayangan yang ingin di tonton, dapat memberikan komentar secara langsung pada acara tersebut, dan dapat di nikmati setiap saat selama terhubung ke jaringan internet. Ditambah dengan perkembangan teknologi ponsel pintar, membantu masyarakat untuk mengakses internet dan media sosial khususnya *Youtube*, menjadi lebih mudah. (Khanafi, 2017)

(Khanafi, 2017).

Dari banyaknya jenis program *Youtube*, salah satu nya yang banyak di gemari oleh masyarakat adalah *Travel Vlog*. *Travel Vlog* adalah salah satu jenis acara dimana berisi tentang perjalanan pemilik kanal *Youtube* atau biasa dikenal sebagai *Youtuber* ke sebuah daerah atau tempat di dunia termasuk Indonesia. Tidak hanya jalan-jalan, *Youtuber Travel Vlog* juga menjelaskan informasi yang ada di tempat tersebut, seperti akses untuk menuju tempat tersebut, biaya yang dibutuhkan kan untuk perjalanan tersebut, memberikan informasi seputar keunikan dan kuliner dari tempat yang dia kunjungi dan informasi lainnya yang menarik untuk di tayangkan. (Sulistiarni, 2019)

Salah satu kanal *Youtube* yang menyajikan *Travel Vlog* adalah kanal *Youtube* Arief Muhammad. Arief Muhammad adalah pemilik kanal *Youtube* atau biasa di sebut seorang *Youtuber* sejak 26 Januari 2012. Saat ini Arief Muhammad sudah memiliki 2,68 juta pelanggan, dan sudah di tonton 481,187,185 kali. Dalam penelitian ini yang akan dibahas adalah *Travel Vlog* Arief Muhammad episode “TRAVEL VLOGGG: Nyobain Nasi Padang 300ribu Di New York” karena episode ini memiliki view berjumlah 980,776. Episode ini diambil karena baru diupload di 3 Oktober 2021. Episode ini menarik diambil karena walaupun Arief Muhammad mencoba makanan khas Indonesia yang berada di negara lain. Dalam penelitian ini saya mengambil populasi penonton dari mahasiswa penyiaran yang berada di STIKOM Interstudi dari tahun Angkatan 2018 – 2019 sebagai objek penelitian. Yang mana jumlah populasi dari Angkatan 2018 adalah 113 orang dan Angkatan 2019 adalah 85 orang, jadi jika di total berjumlah 198 responden. Populasi tersebut dipilih agar penelitian ini lebih mengerucut kepada inti masalah. (Riswari, 2018)

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yang dirumuskan sebagai berikut sejauhmana Pengaruh *Youtube* “TRAVEL-VLOGGG” Arief Muhammad dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat *Traveling*.

Penelitian ini juga memiliki identifikasi masalah berikut, bagaimana Pengaruh *Youtube* “TRAVEL-VLOGGG” Arief Muhammad dan Lingkungan Sosial Terhadap Minat *Traveling* dan bagaimana pengaruh lingkungan Terhadap Minat Penonton untuk *Traveling*.

Penelitian ini memiliki manfaat yang dibagi menjadi dua jenis. Yang pertama adalah Manfaat Teoritis, Penelitian ini bermanfaat untuk menambahkan pengetahuan,

pemikiran, dan konsep mengenai Pengaruh Tayangan Youtube Travel Vlog Arief Muhammad Terhadap Minat Penonton untuk Traveling. Selanjutnya adalah Manfaat Praktis, Penelitian ini bermanfaat untuk kanal Youtube Arief Muhammad menjadi lebih baik lagi dan memiliki inovasi dan input baru untuk menghasilkan konten Travel Vlog yang lebih menarik lagi agar tidak terkalahkan dalam persaingan dengan pemilik kanal Youtube yang lain.

II. METODOLOGI

Metode kuantitatif merupakan metode yang dipilih peneliti untuk mengerjakan penelitian ini. Metode kuantitatif sendiri memiliki arti sebuah cara yang proses penelitiannya diawali dengan merumuskan masalah yang akan diteliti. Masalah penelitian tersebut lalu dirumuskan dengan cara operasional, yang akan mengukur konsep-konsep yang sudah dipilih dengan metode kuantitatif. Metode kuantitatif dalam penelitian ini diuraikan sebagai dua tahapan, yang pertama memilih permasalahan dan membuat rumusan hipotesis. Yang kedua membuat rumusan rancangan penelitian yang telah tergambar dalam kerangka pemikiran. Dan yang terakhir mengumpulkan data-data. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan yang berbeda dengan penelitian kualitatif, dari segi Bahasa ataupun hal yang diperhatikan saat menghubungkan atau melakukan perbandingan variabel. (Syafnidawati, 2020)

Populasi dapat diartikan adalah keseluruhan data analisa yang sesuai dengan ciri tertentu. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengguna Youtube dan berlangganan kanal Youtube Arief Muhammad. Populasi tersebut berjumlah 198 pemakai Youtube yang berlangganan kanal Youtube Arief Muhammad dan berlokasi di STIKOM Interstudi dari jurusan Penyiaran.

Sampel tersebut diambil dari total populasi untuk mewakili populasi yang mana adalah penonton kanal Youtube Arief Muhammad. Penelitian ini menggunakan Teknik stratified random sampling.

$$n = \frac{198}{1+(198 \times 0.10^2)}$$

$$n = \frac{198}{1+(1.98)^2}$$

$$n = \frac{1+3.92}{198}$$

$$n = \frac{4.92}{198}$$

$$n = 40.24 \text{ atau dibulatkan } 40$$

Dalam penelitian ini pengumpulan data menggunakan beberapa cara. Kuesioner adalah pengumpulan data yang dapat membantu analisis untuk mengetahui responden berdasarkan keyakinan, sikap dan perilaku dan juga karakteristik. Kuesioner memiliki dua jenis pertanyaan yaitu; Pertanyaan terbuka, yaitu memberi pilihan secara terbuka kepada responden. Respon yang diterima dari responden harus tetap bisa di terjemahkan dengan baik dan benar. Pertanyaan tertutup, pertanyaan yang membatasi pilihan responden.

Pertanyaan dari kuesioner harus memiliki pusat

perhatian, antara lain adalah masalah yang ingin di pecahkan yang mana dalam penelitian ini kasus yang ingin di pecahkan adalah Pengaruh Tayangan Youtube "TRAVEL-VLOGGG" Arief Muhammad dan Lingkungan Sosial Antara Hubungan Intensitas Terhadap Minat Penonton Untuk Traveling. Pertanyaan dari kuesioner tersebut merupakan hipotesis yang akan diuji.

Selanjutnya ada Kepustakaan, kepustakaan adalah Teknik pengambilan data yang peneliti lakukan untuk memperoleh informasi. Data tersebut dapat didapatkan dari buku-buku, laporan penelitian, artikel, tesis, dan sumber tertulis baik tercetak maupun elektronik.

Lalu selanjutnya Wawancara, Wawancara adalah pengumpulan data dengan memberikan pertanyaan secara bebas, dengan tersusun atau tidak dengan tujuan mendapatkan informasi yang bersangkutan dengan objek penelitian. (Pungki Oktavia, 2020)

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Hasil Validitas Kuesioner Tayangan Youtube

TABEL 1. HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL TAYANGAN YOUTUBE

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	penjelasan
1	0,643	0,312	Valid
2	0,630	0,312	Valid
3	0,785	0,312	Valid
4	0,742	0,312	Valid
5	0,814	0,312	Valid
6	0,677	0,312	Valid

Tabel diatas menunjukkan koefisien korelasi (rhitung) > rtabel 0,312. Hasil uji tersebut membuktikan bahwa semua butir pertanyaan dari variabel tayangan Youtube (X1) bisa digunakan untuk alat ukur dan analisis penelitian.

B. Hasil Validitas Variabel Lingkungan Sosial

TABEL 2. HASIL UJI VALIDASI VARIABEL LINGKUNGAN SOSIAL

Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	penjelasan
1	0,696	0,312	Valid
2	0,317	0,312	Valid
3	0,319	0,312	Valid
4	0,552	0,312	Valid
5	0,857	0,312	Valid
6	0,844	0,312	Valid

Dari tabel diatas menunjukkan nilai koefisien korelasi (rhitung) dari setiap pertanyaan lebih besar dari rtabel yaitu 0,312. Hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan dari variabel lingkungan social (X2) dapat digunakan untuk alat ukur penelitian dan analisis selanjutnya.

C. Hasil Validasi Variabel Minat

TABEL 3. HASIL UJI VALIDITAS VARIABEL MINAT

Pertanyaan	r _{hitung}	r _{tabel}	penjelasan
1	0,361	0,312	Valid
2	0,643	0,312	Valid
3	0,330	0,312	Valid
4	0,610	0,312	Valid
5	0,329	0,312	Valid
6	0,726	0,312	Valid
7	0,345	0,312	Valid
8	0,494	0,312	Valid

Dari tabel diatas diketahui bahwa nilai koefisien korelasi (r hitung) dari setiap pertanyaan lebih besar dari r tabel yaitu 0,312. Hasil tersebut menyimpulkan bahwa semua butir pertanyaan dari variabel minat (Y) dapat digunakan untuk alat ukur penelitian dan analisis selanjutnya.

D. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas di lakukan terhadap pertanyaan yang masuk katagori valid. Uji reliabilitas dilakukan menggunakan cara menguji instrument dengan sekali uji, dan dilakukan analisis menggunakan metode Alpha Cronbach. Pertanyaan akan dinyatakan reliabel jika koefisien reliabilitas bernilai lebih besar dari 0,6. Berikut hasil uji reliabilitas:

TABEL 4. HASIL UJI RELIABILITAS

Variabel	Koefisian reliabilitas	Nilai kritis	penjelasan
Tayangan Youtube	0,779	0,6	Reliabel
Lingkungan social	0,740	0,6	Reliabel
minat	0,689	0,6	Reliabel

Dari tabel diatas dapat dilihat nilai reliabilitas dari butir pertanyaan pada kuesioner setiap variabel yang diteliti menunjukan nilai lebih besar dari 0,6. Hasil tersebut menunjukan bahwa pertanyaan di atas reliabel untuk mengukur variabel nya.

E. Analisis Persamaan Regresi Linear Berganda

Persamaan regresi linear berganda yang dipakai berbentuk sebagai berikut:

$$Y = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2$$

Dimana:

Y= Variabel Minat

X1= Variabel Tayangan Youtube

X2= Variabel Lingkungan Sosial

Perhitungan dengan spss menghasilkan koefisien regresi sebagai berikut:

TABEL 5. HASIL KOEFISIEN REGRESI

Coefficients ^a						
Models		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficient	t.	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	16,348	3,847		4.249	.000
	Score_X1	0,164	0,157	.0173	1.044	.0303
	Score_X2	0,224	0,162	.0229	.1381	.0176

Dilihat dari tabel diatas bahwa sudah didapatkan nilai konstanta dan koefisien regresi sehingga dapat membentuk persamaan regresi linear berganda sebagai berikut:

$$Y = 16,348 + 0,164 X_1 + 0,224 X_2$$

yang mana dapat diartikan sebagai berikut:

b₀ = 16,348 dapat diartikan jika variabel X₁ (variabel Tayangan Youtube), X₂ (variabel lingkungan sosial) bernilai (0), maka Variabel Y (variabel Minat) akan bernilai 14,900 satuan.

b₁ = 0,164 berarti, jika X₁ (variabel Tayangan Youtube) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap konstan, maka variabel Y akan meningkan sebesar 0,205 satuan.

b₂ = 0,224 berarti, jika X₂ (variabel lingkungan sosial) meningkat sebesar satu satuan dan variabel yang lain tetap konstan, maka variabel Y akan meningkat sebesar 0,207 satuan.

F. Pengujian Hipotesis Parsial (Uji T)

Dengan menggunakan SPSS diperoleh hasil sebagai berikut:

Pengujian hipotesis variabel X₁ (Tayangan Youtube):

Hipotesis 1: tidak berpengaruh positif dan signifikan antara Tayangan Youtube kepada Minat.

Hipotesis 2: tidak Memiliki pengaruh positif dan signifikan antara Tayangan Youtube kepada Minat.

Hipotesis 3: Memiliki pengaruh positif dan signifikan antara X₁ dan X₂ terhadap Y.

Uji Hipotesis 1

Diketahui nilai Sig. dari X₁ yang mempengaruhi variable Y sebesar 0,303 > 0,05 dan nilai thitung 1,044 < ttabel 2,026 yang dapat disimpulkan bahwa H₁ ditolak yang memiliki arti variabel Tayangan Youtube tidak mempengaruhi minat.

Uji Hipotesis 2

Diketahui nilai sig. Dari X₂ yang mempengaruhi variabel Y sebesar 0,176 > 0,05 dan nilai thitung 1,381 < ttabel 2,026 jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa H₂ ditolak yang dapat diartikan variabel Lingkungan sosial tidak mempengaruhi variabel minat.

TABEL 6. HASIL UJI

ANOVA^a

Model		Sum of Squares.	Df	Mean Square	F.	Sig.
1	Regression	47,591	2	23,796	2,318	0,113 ^b
	Residual	379,784	37	10,264		
	Total	427,375	39			

Berdasarkan hasil diatas dapat dilihat nilai sig. untuk pengaruh Varabel tayangan *Youtube* dan lingkungan sosial secara simultan terhadap minat adalah sebesar 0,113 > 0,05 dan nilai f hitung 2,318 > f table 3,24. Pernyataan diatas menyimpulkan bahwa H3 diterima yang dapat diartikan variabel Tayangan *Youtube* dan variabel Lingkungan Sosial secara simultan mempengaruhi variabel Y.

G. Analisis Koefisien Determinasi

Setelah didapatkan nilai R (korelasi) berjumlah 0,334, maka koefisien determinasi dapat dihitung menggunakan rumus sebagai berikut:

TABEL 7. KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	0.334 ^a	0.111	0.063	3.20381

$$\begin{aligned}
 KD &= R^2 \times 100\% \\
 &= (0,334)^2 \times 100\% \\
 &= 11,2\%
 \end{aligned}$$

Dengan demikian, maka diperoleh nilai KD sebesar 11,2% yang menunjukkan arti bahwa variable Tayangan *Youtube*, dan Lingkungan Sosial memberikan pengaruh simultan (Bersama-sama) sebesar 11,2% terhadap minat (y). sedangkan sisanya sebesar 88,8% dipengaruhi oleh factor lain yang diabaikan oleh penulis.

IV. KESIMPULAN

Kesimpulan dari hasil penelitian dan uji hipotesis yang telah dilakukan oleh penulis adalah yang pertama pengujian diatas mengetahui bahwa H1 ditolak yang dapat diartikan sebagai variable Tayangan *Youtube* atau yang dapat disebut (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap variable minat atau variable (Y).

Yang kedua dari pengujian diatas juga mengetahui bahwa hipotesis 2 ditolak, yang dapat disimpulkan bahwa variable lingkungan sosial (X2) juga tidak memiliki pengaruh apapun terhadap variable minat (Y)

Yang ketiga dari hasil pengujian diatas juga dapat diketahui bahwa variable Tayangan *Youtube* (X1) dan variable Lingkungan Sosial (X2) menjadi satu kesatuan, maka akan memiliki pengaruh terhadap variable minat atau juga dapat dikatakan sebagai variable (Y)

Dari analisis koefisien determinasi yang telah dilakukan penulis juga memiliki hasil bahwa adanya pengaruh yang signifikan dari variabel Tayangan *Youtube* dan Lingkungan Sosial terhadap Minat yang memiliki persentase 11,2%. Sedangkan 88,8% lainnya dipengaruhi oleh faktor diluar variabel yang di teliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aini, N., & Nanda, S. E. (2019). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada *Youtube* Channel “ Gadget in ” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Jurnal Ciptura*, 9(2), 43–50. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>
- [2] Deddy Mulyana. (2017). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (Revisi). Rosda Karya.
- [3] Fatty, F. (2016). *Youtube* Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram. *Contemporary Buddhism*, 16(1), 28–42. <https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- [4] Kambuaya, C. (2015). Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afirmasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung. *Share : Social Work Journal*, 5(2), 157–166. <https://doi.org/10.24198/share.v5i2.13140>
- [5] Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104. <https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>
- [6] Khanafi, I. A. (2017). My Trip My Adventure Terhadap Minat *Traveling* Disusun Guna Memenuhi Persyaratan Untuk Mencapai Gelar Sarjana Ilmu Sosial dan Politik Program Studi Ilmu Komunikasi Program Studi Ilmu Komunikasi.
- [7] Nasrullah, R. (2016). Media sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi. *Simbiosis Rekatama Media*.
- [8] Nurudin. (2017). Pengantar Komunikasi Massa. Rajawali Pers / Raja Grafindo Persada.
- [9] Pungki Oktavia. (2020). Pengaruh Sosialisasi Pemilu 2019 Terhadap Tingkat Pengetahuan Pemilih Pemula Sman 1 Depok. 2(2). <https://journal.interstudi.edu/>
- [10] Riswari, A. A. (2018). Arief Muhammad Salah Satu Anak Bangsa yang Terkenal di Kancah Internasional. *Goodnewsfromindonesia.Id*. <https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/05/10/arief-muhammad-salah-satu-anak-bangsa-yang-terkenal-di-kancah-internasional>
- [11] Sulistiarmi, W. (2019). 9 Tips Belajar Buat *Vlog Traveling* Bagi Pemula. *Phinemo.Com*. <https://phinemo.com/tips-jadi-Youtuber-sukes-buat-para-pencinta-traveling/>
- [12] Syafnidawati. (2020). Tujuan Penelitian. <https://raharja.ac.id/2020/10/23/tujuan-penelitian/>
- [13] Yumiarti, Y. (2020). Pemanfaatan Internet dan Agenda Setting Media Massa. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(1), 69. <https://doi.org/10.29240/jdk.v5i1.1610>