

Pengaruh Konten “Why” dalam Saluran Youtube Tretan Universe terhadap Mahasiswa di Kota Bandung

Dimas Fitrianto Surya*, Arba'iyah

Prodi Jurnalistik, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*dimas.surya05@gmail.com, arbaiyhsatriani@gmail.com

Abstract. In today's digital era, the audience's need for messages and information is very high. The mass media in the form of electronic and digital are competing to present messages that can meet the need for these messages. Youtube is an online and the main purpose of this site is as a medium for searching, viewing and sharing original videos to and from all corners of the world via a web. One of them is the “WHY” content on the Tretan Universe Youtube channel. A content that contains issues of unrest that are currently happening in Indonesia and then reacted by Stand Up Comedian Tretan Muslim. The purpose of this study was to determine the effect of the intensity, message content and attractiveness of “WHY” content with cognitive, affective and conative aspects on the social attitudes of the 2021 students in Bandung City. The research method used in this research is a quantitative descriptive study. The sampling technique used is simple random sampling, with the research subjects being students of the 2021 class in the city of Bandung who are members of the Line Smansa'20 group totaling 80 people. The results showed a correlation coefficient of $r_s = 0.845$. It can be stated that there is a very strong influence between the “WHY” content on the Tretan Universe Youtube channel and the attitude of the 2021 students in Bandung. This means that the higher the quality of the messages in the “WHY” content on the Tretan Universe Youtube channel, the more positive social attitudes tend to be among the 2021 students in Bandung.

Keywords: *Mass Media, Youtube, Attitude, Tretan Universe.*

Abstrak. Pada era digital saat ini, kebutuhan khalayak akan pesan dan informasi sangat tinggi. Media massa berbentuk elektronik dan digital berlomba-lomba menyajikan pesan yang dapat memenuhi kebutuhan akan pesan tersebut. Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web. Salah satunya adalah konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe. Sebuah konten yang berisikan tentang isu-isu keresahan yang sedang terjadi di Indonesia dan kemudian direaksi oleh Stand Up Comedian Tretan Muslim. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh antara intensitas, isi pesan dan daya tarik konten “WHY” dengan aspek kognitif, afektif dan konatif mahasiswa Angkatan 2021 di Kota Bandung. Metode penelitian yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah studi deskriptif kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan ialah simple random sampling, dimana subjek penelitian ini adalah mahasiswa Angkatan 2021 di Kota Bandung yang tergabung dalam grup Line Smansa'20 berjumlah 80 orang. Data antara konten “WHY” dengan sikap penonton dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket. Teori yang digunakan adalah teori S-O-R (Stimulus-Organism-Response). Data yang diperoleh berupa data ordinal, sehingga pengolahan data menggunakan uji korelasi Rank Spearman. Hasil diperoleh koefisien korelasi sebesar $r_s = 0,845$. Dapat dinyatakan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara konten “WHY” di saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap mahasiswa Angkatan 2021 di Kota Bandung. Artinya semakin berkualitas pesan dalam konten “WHY” di saluran Youtube Tretan Universe maka akan menimbulkan kecenderungan sikap mahasiswa Angkatan 2021 di Kota Bandung.

Kata Kunci: *Media Massa, Youtube, Sikap, Tretan Universe.*

A. Pendahuluan

Tidak ada manusia yang tidak berkomunikasi semua orang di belahan dunia tidak ada yang tidak terpapar oleh media, apalagi didukung oleh kehadiran teknologi yang sangat berkembang pesat di era ini. Perkembangan teknologi telah mengubah cara orang berkomunikasi. Selain itu, *video platform* di web memungkinkan pengguna internet untuk memilih sendiri video yang ingin ditontonnya. konten media sosial yang paling sering dikunjungi oleh masyarakat Indonesia pada tahun 2020-2021 adalah Youtube yakni sebanyak 94%. Hal tersebut sesuai dengan pengertian media sosial sebagai cara seseorang berbagi ide, konten, pemikiran dan hubungan secara *online* (Scoot, dalam Pakuningjati, 2015:5). Kanal Youtube merupakan salah satu bentuk media sosial berbasis video yang mulai dirintis sejak tahun 2005. Dari waktu ke waktu, semakin banyak orang membuat akun Youtube yang membuka kesempatan sebagai lapangan pekerjaan. Pengguna Youtube rata-rata berusia 18 sampai 34 tahun. Beragam konten video bisa diakses dalam kanal Youtube, mulai dari musik, gaya hidup, film, berita dan informasi, *gaming*, olahraga, *vlog*, dan *prank* (<https://youtube.com>). Alasan Youtube menjadi *platform* populer karena adanya peningkatan jumlah pengguna *smartphone* di Indonesia dibandingkan tahun-tahun sebelumnya. Dengan adanya *smartphone* dan kemudahan akses internet, masyarakat akan lebih mudah dalam mengakses konten Youtube. Selanjutnya terjadi pergeseran kebiasaan masyarakat yang menyebabkan Youtube kian populer. Kini masyarakat tidak tertarik lagi untuk membaca, namun lebih tertarik untuk melihat, mendengarkan, dan mempraktikkan yang mereka lihat.

Konten ‘Why’ adalah sebuah tayangan yang terdapat dalam salah satu kanal YouTube Tretan Universe. Konten ‘Why’ adalah sebuah konten yang berisikan tentang isu-isu keresahan yang sedang terjadi di Indonesia dan kemudian direaksi oleh *Stand Up Comedian* Tretan Muslim. Menurut Tretan Muslim tujuan pembuatan konten ‘Why’ ini adalah untuk memberikan pandangan dalam menghadapi suatu isu atau masalah dan sebagai penyambung lidah penonton yang sama-sama ingin menyuarakan keresahan dalam isu atau masalah tersebut. (<https://www.youtube.com/watch?v=w-5vtUHi9ik&t=38s> Dibagikan pada 19 Mei 2021, Diakses pada 3 Desember 2021 pukul 22.48 WIB). Selama ini masyarakat terkooptasi saat mengonsumsi media massa maupun media sosial.

Terkooptasinya pemikiran konsumen media ini adalah salah satu bentuk kurangnya bahkan ketidakmampuan mereka saat berhadapan dengan serbuan informasi yang berhubungan dengan realitas sekelilingnya. Kurangnya cara berpikir yang kritis dan skeptis dalam memahami bahwa produk media adalah sebuah konstruksi media yang menjadikan masyarakat Indonesia rentan menjadi “korban” media (Zulkarnain, 2019:190). Di sisi lain menurut Azwar (dalam Zuchdi, 1995) pembentukan sikap oleh individu dipengaruhi beberapa faktor seperti pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting (*significant other*), media massa, lembaga pendidikan, atau lembaga agama, dan faktor emosi dalam diri individu.

Berdasarkan pada latar belakang masalah yang telah diuraikan sebelumnya, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Apakah Terdapat Pengaruh Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe Terhadap Pembentukan Sikap Sosial pada Mahasiswa di Bandung?” dengan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap kognitif Mahasiswa di Bandung
2. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap afektif Mahasiswa di Bandung
3. Untuk mengetahui hubungan antara intensitas Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap konatif Mahasiswa di Bandung
4. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap kognitif Mahasiswa di Bandung
5. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap afektif Mahasiswa di Bandung
6. Untuk mengetahui hubungan antara isi pesan Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap konatif Mahasiswa di Bandung

7. Untuk mengetahui hubungan antara daya tarik Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap kognitif Mahasiswa di Bandung
8. Untuk mengetahui hubungan antara daya tarik Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap afektif Mahasiswa di Bandung
9. Untuk mengetahui hubungan antara daya tarik Konten ‘Why’ dalam Channel Youtube Tretan Universe dengan sikap konatif Mahasiswa di Bandung

B. Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian dengan metode korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Rakhmat dan I.Subandy (2016:44) pendekatan kuantitatif merupakan pendekatan yang menggunakan pengamatan sistematis untuk menganalisis, perilaku dari manusia kemudian menarik sebuah kesimpulan. Metode Korelasional dapat dilakukan dengan mengukur hubungan antara dua variabel yakni, variabel X dengan variabel Y melalui pertanyaan-pertanyaan dalam bentuk angket atau kuesioner yang disebar pada responden lalu mengujinya dengan hipotesis. Dalam penelitian ini korelasi yang akan diteliti adalah antara konten “WHY” dengan sikap sosial mahasiswa di Kota Bandung.

Dalam penelitian ini, populasinya adalah mahasiswa angkatan 2021 yang tersebar pada beberapa Universitas di Bandung dan tergabung dalam grup Line Smansa’20 dengan jumlah populasi 381 mahasiswa. Dengan menggunakan teknik Sampel random acak (*simple random sampling*) Penelitian ini memiliki sampel sebanyak 80 responden yang merupakan mahasiswa angkatan 2021 yang tersebar di beberapa Universitas di Bandung. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuesioner dan studi pustaka. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknis analisis deskriptif dan teknik analisis inferensial.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada penelitian ini penulis menguraikan data hasil penelitian yang diperoleh dari penyebaran angket terhadap responden. Data yang diperoleh dari penyebaran angket ini merupakan data primer penelitian. Terhitung dari bulan Maret, penulis membagikan angket kepada mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung yang tergabung dalam grup Line Smansa’20. Dengan populasi berjumlah 381 orang, didapatkan sampel yang menjadi objek penelitian berjumlah 80 orang.

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	%
1	Laki-laki	79	68,7
2	Perempuan	36	31,3
Total		115	100

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan data tabel tersebut, diketahui bahwa jumlah responden Laki-laki sebanyak 79 responden dengan persentase 68,7% dan Perempuan sebanyak 36 responden dengan persentase 31,3%.

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Umur

No	Umur Responden	Frekuensi	%
1	< 20	112	97,4
2	> 20	3	2,6
Total		115	100

Sumber: Hasil Kuesioner

Berdasarkan tabel tersebut, mayoritas responden adalah berumur kurang dari 20 tahun yang berjumlah 112 responden dengan persentase 97,4%. Sementara responden yang berumur lebih dari 20 tahun berjumlah tiga responden dengan persentase 2,6%.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pernah/Tidak Pernah Menonton Konten “WHY” dalam Saluran Youtube Tretan Universe

No	Pernah/Tidak Pernah Menonton Program <i>My Trip My Adventure</i>	Frekuensi	%
1	Pernah	84	73
2	Tidak Pernah	31	27
Total		115	100

Sumber: Hasil Kuesioner

Dari data tabel tersebut mengenai pernah atau tidak pernah menonton konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe, didominasi oleh responden yang pernah menonton dengan jumlah 84 responden dengan persentase 73%. Sedangkan yang tidak pernah menonton berjumlah 31 responden dengan persentase 27%. Lalu dari data responden yang telah terkumpul, penulis hanya akan meneliti hasil jawaban dari 80 responden, sesuai dengan kriteria yang telah ditentukan.

Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,845 untuk pengaruh antara konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap sosial mahasiswa Angkatan 2021 Di Bandung, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Artinya semakin berkualitas pesan yang diberikan konten “WHY” akan menimbulkan sikap tertentu terhadap penonton. Hal tersebut menunjukkan bahwa sejauh ini konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe memberikan sikap positif terhadap khalayak. Oleh karena itu pesan yang disampaikan dalam konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dapat dievaluasi oleh individu yang mendengarnya dan membentuk sikap penerimaan atau sikap penolakan atau sikap netral terhadap pesan yang didengarnya dan dapat mempengaruhi dari individu yang menerima pesan tersebut.

Untuk pengaruh antara intensitas menonton konten dengan aspek kognitif, hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,833, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa intensitas menonton responden dapat menimbulkan kecenderungan aspek pemahaman/kognitif responden. Frekuensi konten “WHY” berpengaruh signifikan dengan pengetahuan responden akan menimbulkan sikap kognitif penonton. Dari hasil observasi penulis didapatkan bahwa konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Muslim memberikan pesan yang bersifat informatif.

Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* pengaruh antara intensitas menonton konten dengan sikap afektif, diperoleh korelasi sebesar 0,842, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh yang sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa intensitas menonton responden akan menimbulkan aspek afektif responden. Frekuensi konten “WHY” berhubungan sangat kuat dengan rasa kepuasan responden. Didapatkan bahwa konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe menimbulkan kecenderungan penontonnya untuk lebih *aware* dan siap dalam menyikapi isu-isu yang sedang berkembang. Oleh karena itu mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung merasa puas terhadap isu yang dibahas dalam konten “WHY”.

Pengaruh antara intensitas menonton konten dengan sikap konatif dalam hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,673, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh kuat. Frekuensi konten “WHY” berhubungan kuat dengan signifikan terhadap kecenderungan responden dalam berperilaku dan bertindak. Komponen konasi atau komponen perilaku merupakan aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai dengan sikap yang dimiliki seseorang. Tretan Muslim maupun bintang tamu yang ada selalu memberikan anjuran-anjuran bagaimana penonton harus bersikap dalam menghadapi isu-isu yang sedang dibahas dalam konten “WHY”. Ini berarti bahwa intensitas menonton yang kuat akan menimbulkan kecenderungan berperilaku atau konatif mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung.

Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,979 untuk pengaruh antara isi pesan dengan sikap kognitif, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa isi pesan konten “WHY” akan menimbulkan aspek kognitif

responden. Kejelasan pesan sangat diperlukan agar penonton dapat memahami apa yang dimaksudkan oleh konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe. Konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe menyajikan pesan yang jelas dan lengkap. Karena Youtube bersifat audio visual maka sangat penting untuk dapat mengerti yang disampaikan oleh sebuah konten. Dapat dikatakan bahwa isi pesan yang disampaikan oleh konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe memiliki kualitas yang baik dalam menimbulkan rasa kepercayaan menambah wawasan serta pengetahuan.

Untuk pengaruh antara isi pesan dan sikap afektif, dalam perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,998, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh yang sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa isi pesan konten “WHY” akan menimbulkan aspek afektif responden. Komponen afektif menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung memiliki keterikatan secara emosional dengan pesan yang disampaikan dalam konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe. Dimulai dari kepuasan akan pesan yang diterima dalam pembahasan konten “WHY” menyangkut isu-isu yang terjadi di Indonesia, lalu membuat penonton memahami latar belakang tentang isu-isu yang terjadi, serta membuat responden merasa relevan dengan isu yang dibahas dan berhubungan dengan kehidupan responden sebagai Gen Z.

Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,868, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat antara isi pesan dengan sikap konatif. Dapat dikatakan bahwa isi pesan konten “WHY” akan menimbulkan aspek konatif responden. Aspek konasi berkaitan dengan sikap dan perilaku yang didasarkan dari penafsiran akan suatu rangsangan. Dari hasil penelitian ini menunjukkan adanya pengaruh yang sangat kuat antara isi pesan dan aspek konatif. Hal tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung bersedia bersikap dan berperilaku untuk melakukan hal-hal yang dianjurkan dalam konten “WHY” dan tidak melakukan larangan-larangan yang tidak seharusnya dilakukan dalam menghadapi isu-isu yang sedang dibahas dalam konten “WHY”.

Pengaruh antara daya tarik konten dan sikap kognitif dalam perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,982, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa daya tarik konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe akan menimbulkan aspek kognitif responden. Dari data yang telah didapatkan semua responden setuju menonton konten “WHY” karena dikemas dalam bentuk komedi. Ini menunjukkan bahwa visualisasi konten yang dikemas dengan bentuk komedi merupakan daya tarik sebuah konten yang membuat responden tertarik untuk menonton. Selain itu kehadiran Tretan Muslim sebagai *host* juga menjadi daya tarik pula bagi konten “WHY”, karena Tretan Muslim sendiri yang berprofesi sebagai komedian. Menunjukkan bahwa mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung merasa lebih tahu dengan isu yang dibahas dalam konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dan memiliki kepercayaan bahwa konten “WHY” akan menambah wawasan penonton, karena konten yang dikemas dengan bentuk komedi.

Untuk pengaruh antara daya tarik konten dengan sikap afektif, dalam perhitungan Korelasi *Rank Spearman* diperoleh korelasi sebesar 0,99, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa daya tarik konten “WHY” akan menimbulkan aspek afektif responden. Komponen afeksi merupakan komponen yang menyangkut masalah emosional subjektif seseorang terhadap suatu objek sikap. Pengaruh antara daya tarik menonton konten “WHY” dengan aspek afektif adalah sangat kuat, hal tersebut menunjukkan bahwa responden memiliki kepuasan dengan konten yang ditampilkan konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe. Maka dari itu dibutuhkan kualitas yang baik pula antara sebuah tayangan dengan rasa kepuasan penonton. Kepuasan dari hasil perhitungan korelasi tersebut dirasa tepat karena dari hasil observasi penulis, didapati bahwa visualisasi konten dan penampilan tokoh secara fisik yang menarik bagi penonton.

Dari hasil perhitungan Korelasi *Rank Spearman* untuk pengaruh antara daya tarik konten dengan sikap konatif diperoleh korelasi sebesar 0,858, nilai tersebut termasuk dalam tingkat pengaruh sangat kuat. Dapat dikatakan bahwa daya tarik konten “WHY” akan menimbulkan aspek konatif responden. Komponen kognisi atau komponen perilaku merupakan

aspek kecenderungan berperilaku tertentu sesuai sikap yang dimiliki seseorang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang sangat kuat antara daya tarik menonton konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan aspek konatif.

Sesuai dengan teori yang dipakai dalam penelitian ini yaitu teori S-O-R (Stimulus, Organism, Respons), dapat dikatakan bahwa mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung sebagai pengguna media aktif, khususnya media massa yaitu Youtube. Melalui penelitian ini dapat disimpulkan bahwa teori S-O-R ini terbukti benar adanya. Dengan terdapatnya pengaruh antara konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap sosial mahasiswa Angkatan 2021 Di Bandung menunjukkan bahwa media massa khususnya Youtube dapat berperan akan menimbulkan kecenderungan penonton dalam berperilaku atau tingkah lakunya. Dari berbagai jenis media massa, Youtube merupakan jenis media massa yang bersifat audio visual, yang seakan-akan mampu menempatkan pemirsa masuk kedalam peristiwa yang terjadi dalam sebuah tayangan.

Dalam penelitian ini hasil hipotesis tertinggi adalah pengaruh antara daya tarik konten “WHY” dengan sikap afektif, dengan korelasi sebesar 0,99 yang berarti tingkat pengaruh sangat kuat. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik merupakan faktor sangat penting dalam sebuah konten. Daya tarik yang ada dalam konten ini adalah keseluruhan kontennya dikemas dalam bentuk komedi, baik visualisasi hingga pembawaan dari tokoh dan bintang tamu yang hadir memberikan kesan santai dalam membahas sebuah isu. Sikap afektif yang memiliki indikator rasa kepuasan dalam melihat konten hadir karena penonton konten dibuat tertarik dengan apa yang ditampilkan. Hal tersebut selaras dengan penelitian dari Restendy, Rahmah, Perdana dan Aryati (2021) pembawaan dari tokoh yang baik dapat menumbuhkan minat menonton pada audiens, mempunyai daya tarik dan bakat dalam mempengaruhi penonton adalah hal terpenting yang harus dimiliki seorang tokoh.

Kepuasan penonton merupakan faktor yang paling penting dalam mengembangkan sebuah konten. Oleh karena itu konten “WHY” menunjukkan bahwa dalam membahas sebuah isu dengan pembawaan yang santai dan humoris bisa mendapatkan minat serta kepuasan dari penonton. Bukan hanya penampilan fisik semata namun juga kemampuan dalam melakukan improvisasi dan menghibur membuat penonton khususnya Gen Z ini merasa terus tertarik untuk menonton konten ini.

D. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dilakukan dan dijelaskan, simpulannya adalah sebagai berikut.

1. Terdapat pengaruh yang sangat kuat antara konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap sosial mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung
2. Hal tersebut ditunjukkan dengan tingginya hasil penghitungan korelasi sebesar 0,845 dengan koefisien korelasi berada di antara 0,80 – 1,00 sehingga pengaruh antara konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap sosial mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung menunjukkan pengaruh yang sangat kuat.
3. Pengaruh antara konten “WHY” dalam saluran Youtube Tretan Universe dengan sikap sosial mahasiswa Angkatan 2021 di Bandung menunjukkan bahwa media massa khususnya Youtube dapat berperan akan menimbulkan kecenderungan penonton dalam berperilaku atau tingkah lakunya.

Acknowledge

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, selama melaksanakan penelitian dan penyusunan penulis mendapat dukungan baik moral maupun materil, bimbingan, saran, arahan, dan fasilitas dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, penulis menyampaikan terima kasih yang sebesar-besarnya.

Daftar Pustaka

- [1] Azwar, Saifuddin. 2012. *Sikap Manusia: Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

- [2] Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya.
- [3] <https://www.youtube.com/watch?v=w-5vtUHi9ik&t=38s> Dibagikan pada 19 Mei 2021, Diakses pada 3 Desember 2021 pukul 22.48 WIB
- [4] Mar’at. 1981. *Sikap Manusia Perubahan Serta Pengukurannya*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [5] Pakuningjati, Anindita Lintang. 2015. *Pengelolaan Media Sosial dalam Mewujudkan Good Government (Studi Kasus Pengelolaan Media Sosial Laporan! Sebagai Sarana Aspirasi dan Pengaduan Rakyat secara Online oleh Deputi I Kantor Staf Presiden)*. Skripsi. Yogyakarta: Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Gajah Mada.
- [6] Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [7] Zuchdi, D. 1995. “Pembentukan Sikap.” *Cakrawala Pendidikan*, 3(3), 51-63.
- [8] Pamungkas, Bagus Arya dan Yadi Supriadi. (2022). Penerapan Jurnalisme Advokasi di Kanal Youtube Asumsi. *Jurnal Riset Jurnalistik*, 2(1), 21-26.