

Pengaruh Konten Game Akun Miawaug di Youtube Terhadap Minat Menonton Subscribers

Stefanus¹⁾, Salman²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta, 13210

¹⁾Email: stefanus240997@gmail.com

²⁾Email: salman.naning@kalbis.ac.id

Abstract: *Social media is a site and application that involves internet-based technology. One example for rapidly growing new media is YouTube. YouTube is a social media that delivers messages digitally and can be watched by many people. YouTube is a place to share videos online with other people. This study is determining the effect of game content YouTube Miawaug on subscribers viewing interest. This study a positivism paradigm with quantitative approach. The method use a survey method with questionnaire. Type of research is an explanative. This theory is theory stimulus-response theory. The results of test correlation of Pearson's Product Moment this a sig. 0.762, which means that the level of the relationship between the independent variables and dependent variable is strong level of relationship. Based on the results of the coefficient determination test, the effect of game content on YouTube Miawaug on the interest in watching subscribers with a percentage 58.1%.*

Keywords: *game content, media social, stimulus-response theory, viewing interest*

Abstrak: *Media sosial merupakan suatu situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Salah satu contoh media sosial yang berkembang pesat adalah YouTube. YouTube merupakan media sosial yang menyampaikan pesannya secara digital dan dapat ditonton oleh banyak orang. YouTube adalah sebuah situs yang menjadi tempat berbagi video secara online kepada orang lain. Penelitian ini ditujukan untuk mengetahui pengaruh konten game di YouTube Miawaug terhadap minat menonton subscribers. Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif. Metode yang digunakan adalah metode survei dengan menggunakan kuesioner. Teori ini menggunakan teori stimulus-respon. Jenis penelitian ini adalah jenis eksplanatif. Berdasarkan hasil pengujian korelasi Pearson's Product Moment dengan nilai sig. 0,762 yang artinya tingkat hubungan variabel bebas dengan variabel terikat berada pada tingkat hubungan yang kuat. Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi, terdapat pengaruh konten game di YouTube Miawaug terhadap minat menonton subscribers dengan persentase 58,1%.*

Kata kunci: *konten game, media sosial, minat menonton, teori stimulus-respon*

I. PENDAHULUAN

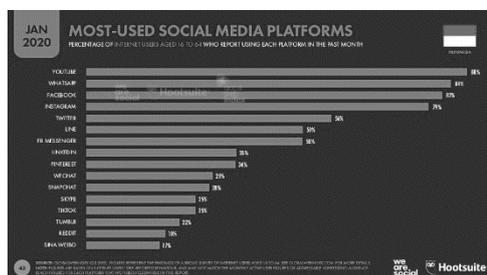
Media baru adalah sebuah perangkat teknologi komunikasi yang memiliki berbagai jenis dengan digitalisasi dan jangkauannya sangat luas dalam menyampaikan informasinya kepada khalayak. Media baru sangat beragam dan tidak mudah diartikan sehingga masyarakat tertarik dengan media baru dan penerapan media tersebut sudah ada diberbagai wilayah ranah komunikasi massa atau secara langsung atau tidak langsung dengan

adanya dampak terhadap media massa secara tradisional maupun konvensional. Salah satu contoh media baru adalah media internet, media ini menggunakan teknologi komunikasi yang sangat cepat dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, salah satunya adalah media YouTube.

YouTube merupakan suatu jenis *website* atau media baru yang saat ini populer pada saat ini, media baru ini menyajikan sebuah konten video yang beragam jenis kategori videonya dan memiliki banyak pilihan videonya dan

bisa di cari untuk video yang ingin disaksikan. YouTube adalah sebuah situs yang menjadi tempat berbagi video secara *online* kepada orang lain. YouTube dapat menarik perhatian para khalayak ramaidengan menghadirkan banyak video beragam-ragam yang dapat ditonton, dan banyak para *content creator* yang selalu *update* konten video yang dapat menyita perhatian khalayaknya dari *channel* mereka tersebut. Youtube merupakan sebuah wadah para penggunannya untuk menunjukkan ekpresi diri dengan membuat konten video yang mereka inginkan, dengan mengikuti batasan konten yang sesuai dengan aturan dari YouTube tersebut.

Menurut survey *We are Social*, menyebutkan penduduk Indonesia yang aktif bermain media sosial (medsos) mencapai 150 juta orang. Dari beragam jenis media sosial, YouTube yang paling banyak dimainkan, terutama untuk memutar musik (katadata.co.id diakses pada tanggal 22 Februari 2020). Penggunaan Sosial Media Januari 2020 menurut penghitungan DataReportal media *platform* yang paling banyak dipakai adalah YouTube dengan persentase 88% dari 160 juta pengguna media sosial pada usia 16-64 tahun (datareportal.com, diakses pada tanggal 23 Februari 2020).



Gambar 1 Grafik persentase penggunaan aplikasi sosial media terbanyak di Indonesia berdasarkan pengguna pada usia 16-64 tahun pada Januari 2020

Salah satu konten yang bisa kita lihat di YouTube yang menarik perhatian peneliti adalah konten

gaming. Banyak menarik minat penonton dengan konten *gaming* yang dilakukan oleh youtuber saat ini, beberapa contoh youtuber yang menampilkan konten *gaming* dalam menarik perhatian penonton atau *subscribers* yakni Jess No Limit, Dyland PROS, Miawaug, dan lain sebagainya. Salah satu konten *gaming* yang menarik perhatian untuk diteliti oleh peneliti adalah Miawaug.

Miawaug telah memainkan bermacam-macam *game* populer dari PC, yaitu dari kategori *FPS*, *Multiplayer*, Olahraga, Petualangan, *Simulator*, dan lain sebagainya. Konten *gaming* yang disajikan oleh Miawaug yaitu berbagai video *let's play* dari beraneka *game* dengan *platform*, genre dan judul yang beragam. Miawaug memiliki ciri khas dalam pembukanya yaitu dengan memperagakan suara kucing dan anjing, akan tetapi *game* yang dimainkan Miawaug bukan *game* yang sedang tren, melainkan *game* yang disukainya saja (www.cermati.com, akses 23 Februari 2020).

Miawaug sekarang ini sudah memiliki *subscribers* lebih dari 11,1 juta orang dan memiliki jumlah video 2.300 lebih video dan ditonton hampir 2.698.143.951 kali oleh pengguna YouTube. Maka dengan itu, Miawaug merupakan *content creator gaming* yang memiliki *subscriber* terbanyak ke-2 di Indonesia dan juga nama Miawaug masuk di urutan ke-13 *subscriber* terbanyak se-Indonesia.

Rank	Channel Name	Category	Subscribers	Growth Rate
1	Alfa Habibi	Humor	26.32T	1.92%
2	RicoOfficial	Humor	21.83T	1.86%
3	Jawa Pos Live	Game	17.21T	1.64%
4	Reza DelyaRahmat	Humor	16.87T	1.27%
5	TEH HALLITUM	Humor	16.27T	826.200%
6	TRANS7 OFFICIAL	Humor	16.17T	31.87%
7	Baini Paula	Humor	16.27T	1.85%
8	Franz Dwiand	Humor	15.17T	1.17%
9	Infokas	Humor	13.81T	18.26%
10	SAMBUHUTAH	Humor	12.47T	1.22%
11	Haloo Kita Youtub (HAY)	Humor	12.47T	883.86%
12	The Daily Pansol	Humor	11.47T	187.20%
13	Miwauq	Game	11.17T	1.81%

Gambar 2 Data Channel YouTube Indonesia berdasarkan jumlah subscriber terbanyak

Maka dengan itu, apabila konten *gaming* yang ditampilkan oleh Miwauq dapat mempengaruhi para penontonnya, tentunya hal ini dapat menjadi apresiasi atau pujian dari pembuat konten maupun pengguna YouTube. Dengan adanya pengaruh dalam konten video YouTube dalam *channel* Miwauq, merupakan sebuah perhatian untuk berhati-hati untuk membuat konten videonya, karena media YouTube adalah tempat sarana untuk menunjukkan ekspresi diri dan menghasilkan sebuah pengaruh terhadap penonton yang menonton hasil video tersebut.

II. METODE PENELITIAN

- **Teori Pendukung**

- 1. **Teori Stimulus-Respon (S-R)**

Teori Stimulus-Respon adalah model komunikasi paling dasar. Model ini terjadi karena adanya pengaruh disiplin psikologi, khususnya yang beraliran behavioristik. Model tersebut menggambarkan hubungan stimulus – respons. Dalam sebuah Teori Stimulus – Respons terdapat sebuah elemen-elemen yang mencakup dalam sebuah interaksi komunikasi dalam teori ini, diantaranya :

1. Pesan (Stimulus)
2. Penerima (*Receiver*)
3. Efek (*Response*)

Dalam Pola S –R dapat berlangsung secara positif dan secara negatif. Contoh Pola S – R yang positif

misalnya satu individu melakukan interaksi dengan satu individu lain, sedangkan Pola S – R yang negatif misalnya satu individu tersebut menolak berinteraksi atau mendengarkan interaksi dari individu lain tersebut. Dengan demikian, Pola S – R dapat disebut sebagai sebuah obat yang disuntik kepada para audiens untuk berminat mendapatkan informasi dari komunikator.

2. Media Baru

Istilah “media baru” (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam. Ciri utama dari media baru yang paling utama adalah adanya kesalingterhubungan, dalam akses terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter terbuka, dan sifatnya yang ada di mana-mana (McQuail, 2011:42-43).

Adanya sebuah perbedaan media baru dari media lama, yaitu media baru yang mengabaikan sebuah batasan percetakan dan model penyiaran dengan (McQuail, 2011:151) :

1. Memungkinkan terjadinya percakapan antar-banyak pihak.
2. Memungkinkan penerimaan secara stimulan, perubahan dan penyebaran kembali objek-objek budaya.
3. Mengganggu tindakan komunikasi dari posisi pentingnya, dan hubungan kewilayahan dari modernitas.
4. Menyediakan kontak global secara instan.
5. Memasukkan subjek modern/akhir modern ke dalam mesin aparat yang berjaringan (Poster,1999:15).

3. Media Sosial

Istilah media sosial terdapat dua kata yaitu “media” dan “sosial”. “Media” sebagai alat komunikasi (McQuail, 2003). Sedangkan kata “sosial” adalah sebagai kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang memberikan kontribusi kepada masyarakat. Berbeda dengan pernyataan Durkheim (Fuchs, 2014), media dan semua perangkat lunak merupakan “sosial” atau memiliki arti bahwa keduanya adalah produk dari proses sosial.

Menurut Shirky dalam Nasrullah (2015:11), media sosial adalah suatu alat untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (to share), bekerja sama (to co-operate) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang seberada di luar kerangka institusional maupun organisasi.

Media sosial merupakan suatu situs dan aplikasi yang melibatkan teknologi berbasis internet. Media dengan teknologi internet ini membantu penggunaannya dapat saling terhubung oleh siapa saja, baik orang-orang terdekat hingga orang asing yang tidak dikenal. Media sosial pada mulanya adalah suatu bentuk yang tidak jauh berbeda dengan keberadaan dan cara kerja komputer.

4. Karakteristik Media Sosial

Ada batasan-batasan dan ciri khusus tertentu yang hanya dimiliki oleh media sosial dibandingkan dengan media lainnya. Adapun karakteristik menurut Nasrullah (2016:15) yaitu :

1. Jaringan : Merupakan sebuah bentuk infrastruktur yang dapat menghubungkan komputer atau perangkat keras lainnya.
2. Informasi : Merupakan entitas penting di media sosial. Sebab tidak seperti media-media lainnya di internet, pengguna media sosial mengkreasikan

representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan sebuah interaksi, berdasarkan informasi menjadi komoditas dalam masyarakat informasi.

3. Arsip : Merupakan sebuah karakter yang berperan menyimpan informasi dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat manapun.
4. Interaksi : Merupakan karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Menurut Gane & Beer (Nasrullah 2016:27) interaksi merupakan proses yang terjadi diantara pengguna dan perangkat teknologi.
5. Simulasi sosial : Jika sedang berinteraksi dengan dengan pengguna lain melalui antar muka di media sosial, pengguna harus melalui dua kondisi. Pertama, pengguna harus melakukan koneksi untuk berada di ruang siber, yaitu dengan *login* atau masuk ke dalam akun media sosial dengan memasukkan nama pengguna dan *password*. Kedua, ketika berada dalam media sosial, pengguna kadang-kadang melibatkan keterbukaan dalam identitas diri dan juga mengarahkan seorang individu/ seseorang tersebut mengidentifikasi atau mengkonstruksi dirinya di dunia virtual.
6. Konten oleh pengguna : Konten oleh pengguna atau *Used Generated Content* (UGC). Dalam karakteristik ini, menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

5. YouTube

YouTube adalah situs tempat berbagi video paling populer di dunia, atau dapat dikatakan YouTube adalah situs video yang paling sering dan paling banyak dikunjungi oleh pengguna internet (Deny Setyawan, 2016).

YouTube adalah video *online* dan yang fungsi utama dalam situs ini adalah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015:47). Kehadiran YouTube membuat pengaruh luar biasa kepada masyarakat, terutama pada masyarakat yang memiliki minat dalam membuat konten videonya berbagai kategori, seperti konten *vlog*, musik, film, dan *gaming*.

Menurut Deny Setyawan (2016:13), Ada beberapa hal yang dapat digunakan untuk mencari ide untuk tema video yang anda akan produksi sendiri dalam YouTube, yaitu:

1. Konten
Buatlah konten buatan sendiri yang menarik, mengagetkan, dan *mind-bowling*. Dengan mencoba cari konten video yang idenya sama dengan ide sendiri.
2. Inspirasi
Dapat menggunakan video lain sebagai inspirasi, tetapi tidak dengan melanggar hak cipta atau kekayaan intelektual lain dalam membuat videonya atau pun mengklaim karya orang lain sebagai karya sendiri. Inspirasi juga bisa diraih dari bakat bermain *game*, bermain musik, ahli dalam bidang teknologi, ataupun lihai dalam *public speaking*.
3. Keahlian
Gunakan keahlian dan bakat dari diri sendiri sebagai tema video. Contoh bakat bermain *game*. Tidak perlu ahli atau lihai seperti para *pro player*, cukup dengan ikutin jalannya alur cerita dalam

game tersebut ditambah ekspresi dari diri sendiri dalam memainkan *game* tersebut dengan rekamannya dapat menarik perhatian dari penonton atau bertambah jumlah *viewers* video tersebut.

6. Game

Game berasal dari kalimat bahasa inggris yang memiliki arti "Permainan". Permainan dalam hal ini menunjukkan pada pengertian "kelincahan intelektual". *Game* juga diartikan sebagai sebuah arena dalam keputusan dan aksi pemainnya. Ada berupa misi/target yang ingin dicapai oleh para pemain tersebut.

Menurut J. Huizinga (1938), *game* merupakan aktivitas yang berlangsung dalam beberapa batasan ruang dan waktu, dalam urutan yang terlihat, berdasarkan kepada aturan yang secara bebas diterima dan diluar lingkup kebutuhan.

Dalam *game*, terdapat berbagai jenis game atau genre dalam *game*, genre merupakan sebuah gaya/ format dari sebuah *game*. Berikut adalah jenis-jenis *game* menurut Henry :

1. *Maze Game* : *Game* yang menggunakan *maze* sebagai latar belakang.
2. *Board Game* : *Game* yang menggunakan papan tradisional.
3. *Quiz Game* : *Game* yang berkonsep kuis.
4. *Fighting Game* : *Game* yang berisi sebuah pertarungan.
5. *Racing Game* : *Game* yang bertipe balapan dengan mengendarai kendaraan dengan cepat.
6. *Simulation* : *Game* yang dimanakan secara simulasi.
7. *First Person Shooter (FPS)* : *Game* yang dimainkan dengan konsep pandangan orang pertama yang dimainkan untuk

baku tembak dan mengutamakan kecepatan gerakan.

8. *Adventure : Game* yang bergenre petualangan.

7. Minat

Menurut Jahja (2011:63), minat adalah suatu dorongan yang menyebabkan terikatnya perhatian individu pada objek tertentu. Dari penjelasan tersebut, minat merupakan sebuah kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut disertai dengan rasa senang. Dalam minat juga memiliki kaitan dengan aspek kognitif, afektif, dan psikomotorik dan ketiga aspek tersebut merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang diinginkan. Dalam aspek minat, menurut Astiti (2017:21) aspek minat, antara lain:

1. Aspek Kognitif : Mencakup pengetahuan konten dan perkembangan keterampilan intelektual. Menurut Bloom, et.al (1956), jenjang aspek kognitif terdiri dari enam tahap dalam aspek ini yaitu, mengingat, memahami, menerapkan, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan.
2. Aspek Afektif : Mencakup segala sesuatu yang adanya terkait dengan emosi, misalnya perasaan, nilai, penghargaan, semangat, minat, motivasi, dan sikap.
3. Aspek Psikomotorik : Sebuah hasil belajar yang berkaitan dengan motorik dan kemampuan bertindak individu.

• Desain Penelitian

Dalam penelitian ini menggunakan paradigma positivisme, pendekatan kuantitatif dengan metode

survei dan jenis penelitiannya eksplanatif.

• Populasi dan Sampel

Populasi menurut Sugiyono (2017:80) adalah suatu wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang diambil dalam penelitian ini yaitu para pengguna YouTube dipilih melalui *subscribers* Miawaug, dengan total *subscribers* sejumlah 11,1 juta *subscribers* yang mengikuti *channel* youtube Miawaug. Teknik pengambilan sampel yang diambil dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengambilan *Non-probability Sampling* dengan jenis *Sampling Purposive*. Kriteria sampel dalam penelitian ini yaitu responden yang beberapa merupakan *subscribers* dari *channel* YouTube Miawaug. Berdasarkan penghitungan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% dari populasi *subscriber* Miawaug dari 11,1 juta pengguna YouTube adalah 100 orang.

• Jenis dan Sumber Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan sekunder. Data primer berupa kuesioner dan skala likert. Kuesioner dilakukan secara *online* dengan *google form* yang dibagikan kepada perwakilan dari *subscriber* Miawaug, dan skala likert dalam penelitian ini menggunakan ukuran seperti : Sangat Setuju dengan skor 4, Setuju dengan skor 3, Tidak Setuju dengan skor 2, dan Sangat Tidak Setuju dengan skor 1.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

• Karakteristik Responden

Dalam penelitian ini menggunakan 100 responden yang merupakan *subscriber* dari Miawaug,

responden ini dipilih untuk menggambarkan dari tujuan penelitian dalam konten *game* di YouTube akun Miawaug.

- **Uji Validitas**

Uji Validitas adalah uji yang menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur (Siregar, 2017:46).

Jenis validitas dalam penelitian ini menggunakan validitas konstruk (*construct validity*). Validitas Konstruks adalah validitas yang bersangkutan dengan kesanggupan suatu alat ukur dalam mengukur pengertian suatu konsep yang diukurnya (Siregar, 2017:47). Selanjutnya, Siregar (2017:48) membagi menjadi beberapa kriteria yang bias digunakan dalam kuesioner agar data dinyatakan valid :

- a. Koefisien korelasi *product moment* melebihi 0,3 (Azwar, 1992. Soegiyono, 1999).
- b. Koefisien korelasi *product moment* > r-tabel (α ; n-2) n = jumlah sampel.
- c. Nilai Sig. $\leq \alpha$.

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan uji-coba atau *pre-test* yang dilakukan sekali yang tujuannya adalah mengetahui validitas pada instrumen yang digunakan dalam penelitian ini. Maka dengan itu, peneliti mulai menyebarkan kuesioner secara *online* kepada 30 orang responden terlebih dahulu untuk mengetahui validitas data tersebut.

Hasil variabel x dan y dinyatakan nilai r hitung lebih besar dibanding nilai r tabel. Nilai r tabel berdasarkan taraf signifikansi sebesar 5% yaitu 0,361.

- **Uji Reliabilitas**

Uji Reliabilitas adalah sebuah uji untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran yang hasilnya tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan

menggunakan alat pengukur yang sama pula. (Siregar, 2017:55).

Pengukuran uji reliabilitas menggunakan skala *Alpha Cronbach* dari 0 sampai 1, dan data dapat dikatakan reliabel jika hasilnya lebih dari 0,6. Teknik penghitungan uji reliabilitas dengan skala *Alpha Cronbach* dilakukan uji-coba atau *pre-test* dengan 30 orang responden. Hasil yang diperoleh dalam uji reliabilitas pada pernyataan 1-10 variabel x sebesar 0,865 > 0,6 dan dinyatakan reliabel. Sedangkan untuk pernyataan 1-10 variabel y sebesar 0,943 dan dinyatakan reliabel.

- **Analisis Hasil Uji Koefisien Korelasi**

Uji koefisien korelasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah Uji *Pearson's Correlation*. Nilai Koefisien Korelasi pada penelitian ini yaitu 0,762 dengan nilai N = 100 responden. Hasil analisis 0,762 berada dalam tingkat ke 4 antara 0,60-0,79 memiliki hubungan kuat. Dapat dikatakan bahwa Pengaruh Konten *Game* Akun Miawaug di YouTube Terhadap Minat Menonton menunjukkan berada pada angka 0,762 dan memiliki tingkat hubungan yang kuat.

- **Analisis Regresi Linier Sederhana**

Dalam analisis ini variabel bebas X dan yang mana variabel terikat Y, variabel Y dapat dihitung dan diprediksi berdasarkan suatu nilai variabel X tersebut. Berikut adalah hasil analisis regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh konten *game* akun Miawaug di YouTube (variabel independen) terhadap minat menonton (variabel dependen). Hasil pada Pengaruh Konten *Game* Akun Miawaug di YouTube Terhadap Minat Menonton

Subscribers dengan nilai konstanta 1,878 dan nilai koefisien regresi sebesar 0,934. Rumus pada analisis regresi linier sederhana adalah :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,878 + 0,934X$$

Rumus yang tertera di atas, dapat disimpulkan bahwa variabel x atau variabel independen terhadap variabel y atau variabel dependen yaitu dengan variabel x memiliki nilai 1,878 yang hasilnya positif dalam konten *game* akun Miawaug di YouTube dan memiliki variabel y dengan nilai 0,934 yang merupakan nilai penambahan terhadap nilai variabel dependen maka dengan itu nilai konten *game* akun Miawaug di YouTube sebesar 0,934.

- **Koefisien Determinasi**

Pada penelitian ini, menunjukkan nilai korelasinya adalah 0,762, dan juga terdapat nilai R Square dengan nilai 0,581, R Square sendiri adalah pengaruh variabel bebas (Pengaruh konten *game* di YouTube Miawaug terhadap minat menonton) yaitu sebesar 58,1%, dan untuk sisanya sebesar 40,9% dipengaruhi oleh variabel lain. Kesimpulan, Pengaruh konten *game* Akun Miawaug di YouTube terhadap minat menonton memiliki nilai sebesar 58,1%.

- **Uji Hipotesis**

Setelah melakukan analisis data dengan aplikasi SPSS untuk menentukan uji t, berikut adalah cara pengambilan keputusan untuk uji hipotesis dengan uji t :

- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Maka dengan itu, t_{hitung} pada penelitian ini sebesar 11,661, dan t_{tabel} pada penelitian ini sebesar 0,707 dengan $df = 98$; 0,025. Jadi, pada hasilnya menunjukkan bahwa t_{hitung} 11,661 > 0,707 t_{tabel} , maka hasilnya H_0 ditolak

dan H_a diterima. Dengan menyatakan bahwa “Ada Pengaruh Konten *Game* Akun Miawaug di YouTube Terhadap Minat Menonton *Subscribers*”.

IV. SIMPULAN

Berikut adalah kesimpulan dari hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai pengaruh konten *game* akun Miawaug di YouTube terhadap minat menonton *subscribers*, maka dengan itu, berikut adalah kesimpulan pada penelitian ini :

- Hasil survei dilakukan dengan kuesioner dengan jumlah responden 100 orang yang merupakan *subscribers* Miawaug, pada pertanyaan kuesioner terdapat 10 pertanyaan variabel X dengan indikator konten, inspirasi, dan keahlian, yang terdapat jawaban terbanyak dalam variabel ini adalah jawaban setuju. Sedangkan pada variabel Y juga terdapat 10 pertanyaan yang indikator pertanyaannya terdiri dari kognitif, afektif, dan konatif, dan jawaban terbanyak yaitu jawaban setuju.
- Pada uji korelasi yang dilakukan dengan skema *Pearson Product Moment*, yaitu senilai 0,762 dan tingkat hubungan yang kuat. Hasil tersebut menyatakan positif, karena juga mengartikan bahwa nilai signifikansi < 0,05 dan mengartikan Konten *Game* Akun Miawaug di Youtube memiliki hubungan dengan Minat Menonton *Subscribers*.
- Hasil pada uji regresi linier sederhana yang diperoleh yaitu $Y = 1,878 + 0,934X$. Koefisien regresi konten *game* akun Miawaug di YouTube 0,934 dengan peningkatan 1 skor konten *game* akun Miawaug di YouTube, dan minat menonton

dengan angka 1,878. Dengan ini, menyatakan bahwa pengaruh konten *game* akun Miawaug di YouTube terhadap minat menonton *subscribers* terdapat hubungan positif.

4. Uji Determinasi Koefisien Anantara Variabel X dan Variabel Y menjelaskan bahwa nilai koefisien R-square sebesar 0,581 atau 58,1 % ada kontribusi konten *game* akun Miawaug di YouTube terhadap minat menonton *subscribers*, sedangkan sisanya yaitu 40,1% berasal dari variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.
5. Uji T digunakan uji hipotesis. Hasilnya menunjukkan t hitung $11,667 > t$ tabel 0,707. Uji T menunjukkan bahwa nilai t hitung lebih besar dari pada nilai t tabel pada penelitian ini. Untuk itu, hasilnya adalah H_0 ditolak dan H_a diterima yang mengungkap bahwa ada Pengaruh Konten *Game* Akun Miawaug di YouTube terhadap Minat Menonton *Subscribers*.

- Mulawarman, Nurfitri, A. D. (2017). Jurnal Fakultas Psikologi Universitas Katolik Soegijapranata. *Perilaku Pengguna Media Sosial beserta Implikasi Ditinjau dari Perspektif Psikologi Sosial Terapan*.
- Mulyana, D. I. (2008). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Reklama Media.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Setyawan, D. (2016). *Rahasia Mendapatkan Dollar dari Youtube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Siregar, S. (2015). *Metode Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Penghitungan Manual dari Aplikasi SPSS Versi 17*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Siregar, S. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Triastuti, E., Adrianto, D., & Nurul, A. (2017). *Kajian Dampak Penggunaan Media Sosial Bagi Anak dan Remaja*. Depok: Pusat Kajian Komunikasi, FISIP Universitas Indonesia.
- Unaradjan, D. D. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Universitas Katolik Indonesia Atma Jaya.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmadi, A. (2017). *Psikologi Umum*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asmiatun, S., & Putri, A. N. (2017). *Belajar Membuat Game 2D dan 3D Menggunakan Unity*. Sleman : Deepublish.
- Astiti, K. A. (2017). *Evaluasi Pembelajaran*. Yogyakarta : ANDI.
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Kurnia, N. D, Johan, R. C., Rullyana, G. (2018). *Jurnal Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Pendidikan Indonesia. Hubungan Pemanfaatan Media Sosial Instagram Dengan Kemampuan Literasi Media Di UPT Perpustakaan ITENAS*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa McQuail, Edisi 6 Buku 1*. Jakarta : Salemba Humanika.