

Hubungan Terpaan Penayangan Video di Kanal Youtube “Revespa” dengan Pengetahuan Komunitas

Anton Maulana Poerana*, Yenni Yuniati

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

*anton.maulana.p@gmail.com, yennyib@gmail.com

Abstract. Knowledge vespa community bandung beat the boys who may know a lot different for information in the YouTube Revespa and also knew of the vespa in social media. That is because any member of community have pleasure to seek vespa literasi about in the media but youtube. But usually a fellow member of often came to watch information about vespa in the youtube Revespa to better understand about vespa philosophy, vespa history, meaning wearing vespa, vespa touring and others. The purpose of research to know the relationship between frequency duration, atensi an videos on his YouTube channel community vespa Bandung beat the boys. A method of correlational research which is a method of examining the relationship between variables X with variable Y. Correlational methods aimed at researching how far a relationship at one factor relating to variations on other factors. The population uses community members Vespa Bandung Beat Boys 60. as many as people The simple random sampling namely sample mining techniques that gave the same opportunities for every element of the population to be chosen as members of the sample. Drawing conclusions: there is a strong correlation of significant, between the frequency, duration, and atensi an videos on his YouTube channel community vespa Bandung beat the boys because often access YouTube Revespa means that the majority of community members vespa bandung beat boys know, understand, can apply, can menganalisi, can rewrite the content, believe that the content in YouTube Revespa, and can evaluate the content with could score problems surrounding the vespa.

Keywords: *Double-digit, YouTube Revespa, Knowledge Community Vespa Bandung Beat Boys.*

Abstrak. Pengetahuan komunitas vespa Bandung Beat Boys berbeda-beda adanya yang mengetahui banyak tentang informasi di kanal YouTube “Revespa” serta tidak sedikit juga yang mengetahui informasi tentang vespa di media sosial tersebut. Hal itu disebabkan karena setiap anggota komunitas mempunyai kesenangan untuk mencari literasi tentang vespa di media selain YouTube. Akan tetapi biasanya sesama anggota seringkali mengajak untuk nonton informasi tentang vespa di kanal YouTube “Revespa” untuk lebih memahami tentang filosofi vespa, sejarah vespa, makna memakai vespa, touring vespa dan lain sebagainya. Tujuan penelitian untuk mengetahui hubungan antara frekuensi, durasi, atensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung Beat Boys. Metode penelitian korelasional yaitu metode yang meneliti hubungan antara variabel X dengan variabel Y. Metode korelasional bertujuan meneliti sejauhmana hubungan pada satu faktor berkaitan dengan variasi pada faktor lain. Populasi yang di gunakan anggota komunitas vespa Bandung Beat Boys sebanyak 60 orang. Pengambilan probability Sampling dengan pengambilan secara acak (simple random sampling) yaitu teknik pengambilan sampel yang memberi peluang yang sama bagi setiap unsur populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Simpulan : Terdapat hubungan kuat (signifikan) antara frekuensi, durasi, dan atensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung Beat Boys disebabkan sering mengakses Youtube “Revespa” menyebabkan mayoritas anggota komunitas vespa Bandung “Beat Boys” mengetahui, memahami, bisa mengaplikasikan, bisa menganalisi, bisa menyusun kembali isi konten, percaya bahwa isi konten dalam Youtube “Revespa”, serta dapat mengevaluasi isi konten dengan bisa menilai masalah seputar vespa.

Kata Kunci: *Terpaan, YouTube Revespa, Pengetahuan Komunitas Vespa Bandung Beat Boys.*

A. Pendahuluan

Semakin berkembangnya YouTube di Indonesia hasil survei *We Are Social* menyebutkan 150 juta penduduk Indonesia aktif menggunakan media sosial. dari beragam media sosial yang ada YouTube menjadi *platform* yang terbanyak diakses yaitu 88% dari total pengguna media sosial pada 2022. Namun pada kenyataannya dari sekian banyak konten video yang ada di YouTube, konten lagu menjadi entri paling banyak di cari di YouTube sedangkan untuk konten pengetahuan atau pendidikan masih kurang di minati. Harapan kedepannya para pengguna media sosial dapat pula memanfaatkan media sosial YouTube tidak hanya untuk mendengarkan lagu akan tetapi dapat memanfaatkan konten Youube sebagai sarana menambah pengetahuan dari audiens.

Maraknya Video di media sosial menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam kalangan komunitas, lebih khususnya Komunitas Vespa *Beat Boys*. Kanal YouTube “Revespa” merupakan salah satu *channel* bagi penggemar Vespa, *channel* ini berisi informasi seputar yang sangat bermanfaat apalagi bagi komunitas yang tergabung dalam Bandung *Beat Boys*. Tingginya angka penonton YouTube dan banyaknya video mengenai informasi seputar Vespa yang diunggah di situs video ini memunculkan dampak peningkatan pengetahuan pada anggota komunitas sebagai akibat terpaparnya beragam informasi.

Pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys* berbeda-beda adanya yang mengetahui banyak tentang informasi di kanal YouTube “Revespa” serta tidak sedikit juga yang mengetahui informasi tentang vespa di media sosial tersebut. Hal itu disebabkan karena setiap anggota komunitas mempunyai kesenangan untuk mencari literasi tentang vespa di media selain YouTube. Akan tetapi biasanya sesama anggota seringkali mengajak untuk nonton informasi tentang vespa di kanal YouTube “Revespa” untuk lebih memahami tentang filosofi vespa, sejarah vespa, makna memakai vespa, touring vespa dan lain sebagainya.

Melihat dari persoalan yang ada, peneliti tertarik untuk mengukur seberapa besar hubungan terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*”, penulis akan menginvensi perumusan masalahnya sbb:

1. Sejauhmana hubungan antara frekuensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys*?
2. Sejauhmana hubungan antara durasi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys*?
3. Sejauhmana hubungan antara atensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys*?

B. Metodologi Penelitian

Jenis penelitian menggunakan kuantitatif korelasional (*exposed facto*) yaitu menghubungkan antara variabel X dengan variabel Y. Menurut Sugiyono (2011: 116). Penelitian ini mendeskripsikan inferensial pengujian yang mencakup hubungan atau pengaruh diantara variabel bebas dengan variabel yang terikat. Variabel bebasnya adalah pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*”, sedangkan variabel terikat adalah terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa”.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Untuk mengetahui ada atau tidaknya hubungan antara terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” (X) dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” (Y) penulis akan menjabarkan dengan analisa korelasi *ORank Spearman* dengan hipotesis sebagai berikut:

Dengan perhitungan yang sama seperti sebelumnya, diperoleh koefisien korelasi *Rank Spearman* yaitu besarnya nilai korelasi (R) yaitu 0,866. Nilai Koefisien Determinasinya adalah hasil dari penguadratan R (R Square) yakni sebesar 0.734 yang mengandung pengertian bahwa kontribusi pengaruh terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” (X) yang diantaranya: frekuensi (X1), durasi (X2), atensi (X3), dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” (Y) diantaranya: tahu (Y₁), memahami (Y₂) aplikasi (Y₃), analisis (Y₄), sintesis (Y₄), evaluasi (Y₅) sebesar 73.4%, sedangkan sisanya sebesar 26,6% hanya sebagai

kontribusi variabel lain. Artinya adanya hubungan yang signifikan (kuat) antara variabel (X) yang berupa terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” (X) dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” (Y).

Analisa pembahasan menunjukkan bahwa adanya hubungan yang kuat (signifikan) antara terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” (X) dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” (Y) hal itu dikarenakan frekuensi, durasi, dan atensi dari penayangan video di kanal YouTube “Revespa” sangat memengaruhi keingintahuan, pemahaman, aplikasi, analisis, sintesis, dan evaluasi pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” sebagai mayoritas respondennya.

Kuatnya hubungan yang terkadung dalam penayangan video di kanal YouTube “Revespa” karena seringnya anggota komunitas mengakses Youtube “Revespa”, membuka YouTube memperhatikan konten yang ada di kanal YouTube “Revespa” sehingga dengan hal itu memperkuat secara pengetahuan anggota baik secara pemahaman pada vespa, menganalisis vespa dan kebutuhan vespa dengan baik, mempunyai kemampuan dalam hal menyusun kembali isi konten dalam Youtube “Revespa”, serta dengan adanya kanal tersebut dapat menciptakan kemampuan anggota komunitas *Beat Boys* dalam menilai isi konten dalam Youtube “Revespa”

Berhasilnya sebuah kanal YouTube memengaruhi pengetahuan khalayak sebagai penontonnya, disebabkan adanya beberapa faktor yang diantaranya akses kanal YouTube yang mudah di akses, sajian konten yang menarik dan unik, konten sesuai kebutuhan khalayak dan banyak di cara khalayak, konten yang sederhana namun mempunyai karakter yang beda dengan konten YouTube lain. Hal itu yang biasanya menjadi daya tarik dan minat khalayak dalam mengembangkan pengetahuannya (Atkin, 2014 : 111).

Keberhasilan terpaan penayangan video di kanal youtube Revespa dalam memberikan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys*” pada vespa tidak terlepas dari frekuensi tayangan yang sesuai dengan durasi sehingga menciptakan atensi reponden dalam memperhatikan, serta fokus menonton konten YouTube yang di sajikan oleh Revespa. Sekalipun sebagian responden ada yang menilai membosankan, tidak setiap hari menonton, menciptakan kejenuhan, serta pembahasan konten yang membosankan karena bahasan konten yang umum serta sebagian responden lebih memilih diskusi langsung dengan sesama anggota di bandingkan secara terus menerus menonton kanal YouTube Revespa itu sendiri.

Akan tetapi, mayoritas responden menilai penayangan video di kanal youtube Revespa dapat memberikan dan memengaruhi pengetahuan dan pengalaman yang berarti tentang vespa, karena informasi yang di sampaikan pada kanal YouTube Revespa sangat menarik, menghibur dan dapat memberikan informasi yang baik untuk literasi anggota yang butuh akan informasi seputar kendaraan vespa.

Kanal YouTube sebagai bagian dari media sosial akan di minati oleh khalayak apabila isi kontennya mengandung pengetahuan, menciptakan edukasi yang menarik, unik, teruji. Pada dasarnya konten YouTube akan digemari masyarakat apabila seringkali memberikan literasi yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan masyarakat sebagai khalayak penontonnya (Kasali, 2018 : 92).

Artinya terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” telah memberikan dampak yang baik dan positif terhadap pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” karena sesuai mewakili kesesuaian dengan kebutuhan informasi seputar vespa yang selama ini sangat di butuhkan oleh anggota komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*”.

Adanya hubungan yang kuat diantara terpaan penayangan video di kanal YouTube “Revespa” dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” juga dikarenakan ketepatan akun YouTube dalam mengemas konten sesuai dengan frekuensi, durasi, sehingga menciptakan atensi mayoritas responden sering menonton isi konten dan informasi seputar vespa di kanal “Revespa”

D. Kesimpulan

Dari hasil analisis dan olah data yang dilakukan serta pembahasan yang telah diuraikan simpulannya sebagai berikut: Hubungan kuat (signifikan) antara

frekuensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys* disebabkan oleh sering anggota komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” mengakses Youtube “Revespa” dalam sehari, dalam seminggu, anggota juga beberapa kali sering menonton. Hal itu yang menyebabkan mayoritas anggota komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” mengetahui, memahami, bisa mengaplikasikan, bisa menganalisis, bisa menyusun kembali isi konten, percaya bahwa isi konten dalam Youtube “Revespa”, serta dapat mengevaluasi isi konten dengan bisa menilai masalah seputar vespa.

Hubungan kuat (signifikan) antara durasi penayangan video di kanal YouTube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys* disebabkan oleh lama durasi pada saat menonton baik menit, dan jam dalam sehari dapat memengaruhi pengetahuan mayoritas anggota komunitas vespa Bandung “*Beat Boys*” lebih mengetahui, memahami, bisa mengaplikasikan, bisa menganalisis, bisa menyusun kembali isi konten, percaya bahwa isi konten dalam Youtube “Revespa”, serta dapat mengevaluasi isi konten dengan bisa menilai masalah seputar vespa.

Hubungan kuat (signifikan) antara atensi penayangan video di kanal youtube dengan pengetahuan komunitas vespa Bandung *Beat Boys* disebabkan oleh lama memperhatikan, perhatian, dan fokus menonton kanal YouTube “Revespa” hanya seputar vespa sehingga dengan hal itu anggota komunitas vespa Bandung *Beat Boys* lebih mengetahui, memahami, bisa mengaplikasikan, bisa menganalisis, bisa menyusun kembali isi konten, percaya bahwa isi konten dalam Youtube “Revespa”, serta dapat mengevaluasi isi konten dengan bisa menilai masalah seputar vespa.

Daftar Pustaka

- [1] Ardana, Komang, dkk. 2009. Perilaku Keorganisasian. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [2] Atkin, Douglas. 2014. Praktek Digital Public Relations. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- [3] Atmoko Dwi, Bambang. 2012. Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel. Jakarta: Media Kita
- [4] Azwar, S. 2015. Penyusunan Skala Psikologi Edisi 2. Yogyakarta: Pustaka. Belajar.
- [5] Hasan, Iqbal. 2012. Metode Penelitian dan Aplikasinya. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- [6] Karjaluoto, E. 2010. A Primer in Sosial Media. A Smash LAB White Paper. Terjemahan. Jakarta : Gramedia Pustaka Utama.
- [7] Kasali, Rhenald. (2018). The Great Shifting. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- [8] Littlejohn, Stephen W & Karen A. Foss.2009. Teori Komunikasi, edisi 9. Jakarta: Salemba Humanika.
- [9] MS Drajat, 2018 “Pelayanan Publik pada Sektor Komunikasi”, ” dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [10] Rakhmat, Jalaluddin. 2007. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: Remaja Karya.
- [11] Rohmadi, A. 2016. Tips Produktif Ber-sosial Media. Jakarta: Elek Media.
- [12] Sugiyono. 2013. Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- [13] TK Giovany, M Chatamallah, 2019 “Makna Hijrah Bagi Komunitas Pemuda Hijrah (Studi Fenomenologi Komunikasi Makna Hijrah Bagi Jamaah Di Lingkungan Masjid TSM Bandung dalam Jurnal Prosiding Hubungan Masyarakat.
- [14] Vardiansyah, Dani. 2008. Filsafat Ilmu Komunikasi. Jakarta : Indeks.
Dikutip dari <https://katadata.co.id/ariayudhistira/infografik/5e9a55212afab/YouTube-medsos-no-1-di-indonesia>
- [15] Randu, Mahawar dan Askurifai. (2022). CXO Media sebagai Media Alternatif di Kanal Youtube. Jurnal Riset Jurnalistik, 2(1), 42-46.