

12

**PENGARUH MEDIA YOUTUBE PADA VIDEO TUTORIAL VAPING
OFFICIAL VGOD TERHADAP TINGKAT PENGETAHUAN VAPERS
TANGERANG SELATAN (SURVEI DILAKUKAN PADA AVTA ASOSIASI
VAPORIZER TANGERANG)**

Liliyana, Muhammad Nur Imam

Dosen AKOM BSI Jakarta

(Naskah diterima: 1 Oktober 2024, disetujui: 25 Oktober 2024)

Abstract

This study aims to find out how the influence of real media on youtube video vaping tutorials belonging to the official channel vgod to the level of knowledge of the vectors of South Tangerang. But with the sophistication of digital media, one of them through video, we can communicate, exchange information and even learn with anyone who is in other countries, and youtube serves as a research object because according to a survey that has been done on alexa.com youtube ranking as the second site most visited by netizens around the world, so from youtube it is made object of research which then become subject of research is on vape user or vapers incorporated in AVTA community.

Keywords: Tutorial, Vaporizer, Youtube

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh media nyata pada video youtube tutorial vaping milik saluran resmi vgod terhadap tingkat pengetahuan para vapers Tangerang Selatan. Tetapi dengan kecanggihan media digital, salah satunya melalui video, kita bisa berkomunikasi, Pertukaran informasi bahkan belajar dengan siapa saja yang ada di negara lain, dan youtube berfungsi sebagai objek penelitian karena menurut survei yang telah dilakukan pada alexa .com youtube peringkat sebagai situs kedua yang paling banyak dikunjungi oleh netizen di seluruh dunia, jadi dari youtube itu dibuat objek penelitian yang kemudian menjadi subjek penelitian adalah pada pengguna vape atau vapers yang tergabung dalam komunitas AVTA.

Kata Kunci: Tutorial, Vaporizer, Youtube

I. PENDAHULUAN

Pada dasarnya, *youtube* merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati

berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti misalnya video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, *trailer*

film, video edukasi / *tutorial*, video *blog* milik para *vlogger*, video *tutorial* berbagai macam aktivitas, dan masih banyak lagi.

Vape atau yang lebih dikenal dengan *Vapor* adalah rokok elektrik yakni sebuah alternatif dari produk tembakau sebagai pengganti rokok konvensional. *Vape* adalah suatu perangkat dengan bantuan tenaga baterai yang menyediakan dosis nikotin hirup memberikan efek sama seperti merokok konvensional. Rokok ini memberikan rasa dan sensasi fisik yang hampir sama dengan asap tembakau hirup.

AVTA Asosiasi *Vaporizer* Tangerang sendiri adalah komunitas baru yang diresmikan pada tahun 2017, maka dari itu peneliti ingin melihat seberapa pengaruhnya tutorial yang ditayangkan dalam media youtube kepada tingkat pengetahuan para member komunitas tersebut.

Mengingat *Channel YouTube Official Vgod* dapat memberikan pengetahuan lebih kepada para *Vapers* bahwa *Vaping* sendiri tidak hanya hirup dan hembuskan yang bersifat monoton, namun *Vaping* sendiri dapat diaplikasikan menjadi sebuah media berhenti merokok konvensional serta memainkan asap yang yang dihasilkan dari uap *Vape* menjadi sebuah pertunjukan yang

tidak bisa dilakukan menggunakan rokok konvensional.

II. KAJIAN TEORI

2.1 Youtube

Pengertian *youtube* menurut Asdani Kindarto dalam bukunya yang berjudul belajar sendiri *youtube* ialah, *Youtube* adalah sebuah portal *website* yang menyediakan layanan *video sharing*. *User* yang telah mendaftar bisa meng-*upload* video miliknya ke server *youtube* agar dapat dilihat oleh khalayak internet diseluruh dunia (Kindarto, 2008 : 1).

Fitur utama yang ditawarkan *youtube* yang lebih riil dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna : memberi layanan gratis, Men-*download* (Unduh) beberapa video tertentu, mengakses dan berbagi informasi seputar hal-hal teknis, mengakses video *streaming*, mengenalkan dan memasarkan produk, mengakses video informatif, mendukung industri hiburan, menguatkan *Branding* lembaga / industri, mengetahui respon dan komentar khalayak, memfasilitasi pengguna menguasai *skill* dasar membuat video.

2.2 Video Tutorial

Tutorial merupakan multimedia pembelajaran yang dalam penyampaian materinya dilakukan secara tutorial,

sebagaimana layaknya tutorial yang dilakukan oleh guru atau instruktur, informasi yang berisi suatu konsep disajikan dengan teks, dan gambar, baik diam maupun bergerak dan grafik (Daryanto, 2011 : 51).

2.3 Vape/Vaporizer

Vape/Vapor adalah penguapan dari cairan yang diteteskan pada kapas yang dipanaskan oleh listrik. Lilitan kawat yang dialiri oleh listrik menghasilkan panas yang memanaskan *liquid* sehingga menghasilkan uap air yang akan memberikan sensasi seperti merokok. Kelebihan dari *Vapor* ini adalah semua alatnya bisa dibuat sendiri, sehingga sebenarnya harganya cukup murah, namun ada pula alat-alat yang berharga mahal karena dibuat secara khusus oleh pabrik yang mempunyai ukuran dan stabilitas yang baik.

2.4 Tingkat Pengetahuan

Menurut Notoatmojo tingkat pengetahuan dibagi menjadi enam menurut domain kognitif, yaitu : tahu (*know*), memahami (*Comprehention*), Aplikasi (*Aplication*), Analisis (*Analysys*), Sintesa (*Syntesis*), Evaluasi (*Evaluation*) (Notoatmojo,2015 : 148-150).

TEORI S-O-R

Teori S-O-R sebagai singkatan dari *Stimulus-Organism-Response* ini semula

berasal Dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori komunikasi, tidak mengherankan, Karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan kognasi.

Menurut stimulus *response* ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Jadi unsur-unsur dalam model ini adalah :

1. Pesan (Stimulus, S)
2. Komunikasi (Organism, O)
3. Efek (Respon, R)

Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikut. Setelah komunikasi mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Dalam Effendy, 2011:254-256).

III. METODE PENELITIAN

Peneliti menggunakan paradigma positivis dengan pendekatan kuantitatif, secara metodologi riset kuantitatif berdasarkan pendekatan positivisme (klasik/objektif). Sedangkan yang menggunakan metodologi kualitatif berasal dari pendekatan interpretif (subjektif). (Kriyantono, 2015:50-51). Adapun metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode survei eksplanatif yang bersifat asosiatif dengan tujuan untuk menjelaskan apakah terdapat pengaruh media *youtube* pada video tutorial *vaping official vgod* terhadap tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisioner. Sebagai instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik. Karena itu penggunaan teknik sampling yang benar sangat menentukan kualitas riset (Kriyantono, 2005 : 60).

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga obyek dan benda-benda alam, yang lain. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono,

2017:119). Dalam penelitian ini, penulis menggunakan populasi dalam penelitian ini adalah *vapers* Tangerang Selatan, dengan target pencarian data akan jumlah populasi sebanyak 381 orang melalui komunitas AVTA.

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu. Apa yang dipelajari dari sampel itu, kesimpulannya akan dapat diberlakukan untuk populasi. Untuk itu sampel yang diambil dari populasi harus betul-betul representatif (mewakili) (Sugiyono,2015:81)

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

Keterangan :

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan (error

$$\text{tolerance)} 10\% = 0,1$$

$$n = \frac{381}{1 + 381(0,1)^2}$$

$$n = \frac{381}{1 + 381(0,01)}$$

$$n = \frac{381}{1 + 3,81}$$

$$n = \frac{381}{4,81}$$

$n = 79,20$ (80 orang)

Dibulatkan menjadi 80 orang

Teknik Pengumpulan

Data Primer

Peneliti menggunakan kuisioner untuk mengumpulkan data primer. Kemudian Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Biasanya disediakan lima pilihan skala dengan format seperti ini :

- | | |
|------------------------|---|
| 1. Sangat tidak setuju | 1 |
| 2. Tidak setuju | 2 |
| 3. Netral | 3 |
| 4. Setuju | 4 |
| 5. Sangat setuju | 5 |

Teknik Analisis Data

Pengolahan data untuk penelitian dengan pendekatan kuantitatif adalah suatu proses dalam memperoleh data ringkasan dengan menggunakan cara-cara atau rumusan tertentu. Analisis data penelitian ini menggunakan SPSS 22 sebagai alat bantu olah data.

Uji Validitas dan Reliabilitas

Pengujian validitas tiap butir digunakan analisis item, yaitu mengorelasikan skor tiap butir dengan skor total yang merupakan jumlah tiap skor butir (Sugiyono, 2016:181).

Untuk menentukan apakah item valid atau tidak dengan membandingkan r hitung (nilai pada *Corrected item total correlation*) dengan r tabel (didapat dari tabel r) (Priyatno, 2014:59)

Dari hasil perhitungan SPSS, menunjukkan bahwa keseluruhan beberapa butir pernyataan pada keseluruhan variabel media *YouTube* pada video tutorial *vaping official vgod* terhadap tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan dalam kuisioner penelitian sudah valid. Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas diukur dari koefisien antara percobaan pertama dengan yang berikutnya. Bila koefisien korelasi positif dan signifikansi maka *instrument* tersebut sudah dinyatakan reliabel.

IV. HASIL PENELITIAN

TABEL 1 : HASIL UJI KORELASI

Correlations			
		TotalX	TotalY
Total X	Pearson Correlation	1	.718**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	80	80
Total Y	Pearson Correlation	.718**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	80	80

**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Untuk membaca kesimpulan dari tabel diatas, dilihat dengan cara besarnya nilai r. Yakni 0,718. Menunjukkan hubungan korelasi yang dinyatakan dalam alfa sebesar 0,01 (taraf dari signifikan 1%) dan 0,05 sig.(1-tailed), bahwa $0,05 > 0,000$ nilai r – tabel lebih besar dari sig.(1-tailed) maka yang terjadi bahwa hipotesis H_0 ditolak sehingga hipotesis alternatif H_1 diterima, artinya signifikan kuat atau terdapat pengaruh yang kuat.

Sedangkan untuk mengetahui seberapa pengaruh media *youTube* pada video tutorial *vaping official vgod* terhadap tingkat

pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL 2 : Analisis Koefisien

Determinasi (R^2)

Model Summary				
Mo del	R R	R Squar e	Adjusted R	Std. Error of the Estimate
1	.718 ^a	.515	.509	5.05422

a. Predictors: (Constant), TotalX

Dari tabel di atas menunjukan besaran koefisien determinasi (R^2) pada kolom R Square yaitu sebesar 0,515. Angka tersebut untuk melihat besarnya pengaruh tayangan Anak Langit terhadap Perilaku Agresif Remaja secara simultan.

Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,515 berarti kemampuan variabel bebas dalam menjelaskan varians dari variabel terikatnya adalah sebesar 51,5%. Berarti terdapat 48,5% (100-51,5%) varians variabel terikat dijelaskan oleh faktor lain yang tidak termasuk ke dalam persamaan regresi dalam penelitian ini.

Untuk mengetahui sejauh mana kontribusi pengaruh tayangan anak langit terhadap perilaku agresif remaja dapat dilihat pada tabel berikut ini.

TABEL 3 : Uji Regresi
Linier Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Stand ardize d Coeff icient s	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	7.951	5.000		1.590	.116
Total IX	.935	.103	.718	9.105	.000
a. Dependent Variable: totally					

Pada bagian ini nilai koefisien a dan b serta harga t hitung dan tingkat signifikansi. Dari tabel diatas diduga persamaan hitungnya adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

$$Y = 7.951 + 0.935 X$$

Keterangan :

Y = Tingkat pengetahuan *vapers*
Tangerang Selatan

X = Penggunaan media *youtube* pada video tutorial *vaping official vgod*

Pada pencarian informasi bernilai 0, maka pemberitaan akan tetap senilai 7.951, dan setiap kenaikan pencarian informasi senilai 1 akan meningkatkan pemberitaan 0,935 bahwa nilai konstan (*Constant*) sebesar 7.951 dan nilai Regresi sebesar 0,935.

Dapat diartikan bahwa koefisien arah regresi antara variabel penggunaan media *youtube* pada video tutorial *vaping official vgod* (Variabel X) menyatakan adanya hubungan positif terhadap tingkat pengetahuan terhadap *vapers* Tangerang Selatan (Variabel Y) dengan nilai koefisien regresi sebesar 0,935.

Hal ini menunjukkan bahwa koefisien regresi antara penggunaan media *youtube* pada video tutorial *Vaping Official Vgod*, menjadi alasan faktor yang mempengaruhi tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan

TABEL 4 : Uji Anova

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2117.664	1	2117.664	82.899	.000 ^b

Residual	1992. 523	78	25.54 5		
Total	4110. 188	79			
a. Dependent Variable: TotalY					
b. Predictors: (Constant), TotalX					

Pada tabel 4.92 di atas menunjukkan besaran nilai korelasi uji hipotesis (Anova) yaitu pada kolom Sig. Sebesar 0,000.

Berdasarkan dari hasil uji Anova atau uji F dapat dilihat berdasarkan data di atas didapatkan dari nilai f_{hitung} 82,899, dan diketahui bahwa nilai Sig. adalah 0,000 hal ini menjelaskan bahwa nilai Sig. $< 0,05$ sehingga model regresi yang diperoleh dapat digunakan untuk memprediksi variabel Tingkat Pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan, maka dapat disimpulkan H_0 ditolak dan H_a diterima, maka terdapat pengaruh penggunaan media *youtube* pada video tutorial *Vaping Official Vgod* terhadap tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan.

Penelitian yang telah dilakukan yaitu mengenai Pengaruh penggunaan media *youtube* pada video tutorial *vaping official vgod* terhadap tingkat pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan. Peneliti memilih melakukan penelitian pada AVTA Asosiasi *Vaporizer* Tangerang karena memiliki

jangkauan lokasi terdekat dengan objek yang diteliti yaitu wilayah Tangerang Selatan, serta AVTA Asosiasi *Vaporizer* Tangerang sendiri adalah komunitas baru yang diresmikan pada tahun 2017, maka dari itu peneliti ingin melihat seberapa pengaruhnya tutorial yang ditayangkan dalam media *youtube* dalam *channel official vgod* kepada tingkat pengetahuan *vapers* khususnya para member komunitas AVTA.

Dalam penelitian ini peneliti memakai teori S-O-R karena teori ini mengungkapkan adanya reaksi akibat dari adanya stimulus yang dalam hal ini diberikan oleh media massa. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa komunikasi dianggap statis, manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan, atau kemampuan bebasnya.

Disini peneliti mengajukan hipotesis dalam penelitian ini. Adapun hipotesis yang peneliti ajukan adalah terdapat pengaruh Media *YouTube* Pada Video Tutorial *Vaping Official Vgod* Terhadap Tingkat Pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan (Survei Dilakukan Pada AVTA Asosiasi *Vaporizer* Tangerang).

Peneliti menggunakan penelitian paradigma *positivisme* dengan jenis penelitiannya kuantitatif. , alasan peneliti

memilih paradigma *positivisme* karena Dalam penelitian kuantitaif dilandasi pada suatu asumsi bahwa suatu masalah dapat diklasifikasikan dan hubungan masalah itu bersifat sebab-akibat. Berdasarkan definisi diatas, alasan peneliti memilih paradigma *positivisme* karena paradigma *positivisme* menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang menghasilkan suatu angka, mengungkapkan realitas dan mencari nilai-nilai yang mendasari pernyataan sebab-akibat dengan melakukan pengukuran dalam menguji hipotesis melalui analisis statistik.

Kekuatan korelasi antara kedua variabel dapat dilihat pada *Pearson's Product Moment* berjumlah 0,718 menunjukkan hubungan korelasi yang kuat. Maka yang terjadi hipotesis semula diatas yaitu **H_{a0} ditolak sehingga hipotesis alternatif H_{a1} diterima**, kesimpulannya adalah signifikan yang berarti terdapat pengaruh. Artinya bahwa terdapat pengaruh pada video tutorial *Vaping Oficial Vgod* pada media *YouTube* terhadap tingkat pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan yang kuat, hal ini disebabkan oleh beberapa faktor diantaranya : (a)judul video, (b)deksripsi video, (c)tag video, (d) *thumbnails* video, (e)anotasi video dan (a)tahu

(know), (b) memahami, (c)aplikasi, (d) Analisis, (e) evaluasi.

Diketahui nilai R adalah 0,718. Menunjukkan hubungan korelasi yang dinyatakan dalam alfa sebesar 0,01 (taraf dari signifikan 1%) dan 0,05 sig.(1-tailed), bahwa $0,05 > 0,000$ nilai r – tabel lebih besar dari sig.(1-tailed) maka yang terjadi bahwa hipotesis H_{a0} ditolak sehingga hipotesis alternatif H_{a1} diterima, artinya signifikan kuat atau diketahui nilai R adalah 0,718. Dapat diartikan bahwa koefisien arah regresi antara (Variabel X) menyatakan adanya hubungan positif terhadap tingkat pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan. Maka yang terjadi hipotesis semula diatas yaitu **H_{a0} ditolak sehingga hipotesis alternatif H_{a1} diterima**, kesimpulannya adalah signifikan yang berarti terdapat pengaruh yang kuat.

Model *summary* diatas juga menunjukkan nilai R *Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,515 yang bila dipersentasekan menjadi 51,5%. Nilai ini tergolong bahwa pengaruh tingkat pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan dan seberapa besar pengaruh pada video tutorial *Vaping Oficial Vgod* pada media *YouTube* terhadap tingkat pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan. sebesar 51,5% dengan

indikator diantaranya: (a) judul video, (b) deksripsi video, (c) tag video, (d) *thumbnails* video, (e) anotasi video dan (a) tahu (*know*), (b) memahami, (c) aplikasi, (d) analisis, (e) evaluasi , yang dimana sisanya sebesar 48,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

V. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang didapatkan, analisis koefisien korelasi dari data *output* SPSS versi 25 tersebut menunjukan bahwa pengaruh antara media *youtube* pada video tutorial *channel official vgod* terhadap tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan sebesar 0,000 maka signifikan. Artinya korelasi antara kedua variable memiliki pengaruh, dapat dilihat pada Tabel 4.88 bahwa nilai angka *Sig.(2-tailed)* sebesar 0,000. Sehingga $0,000 < 0,05$ dengan kesimpulan H_0 ditolak dan H_a diterima, yang artinya terdapat pengaruh antara video tutorial *vaping official vgod* pada media *youtube* terhadap tingkat pengetahuan *vapers* Tangerang Selatan.

Dari hasil uji regresi, pada Tabel 4.91 diketahui bahwa nilai R adalah 0,795. Menunjukan hubungan korelasi yang kuat. Jika dilihat pada tabel 3.3 menunjukan bahwa angka korelasi berada diantara 0,60 – 0,799

mempunyai hubungan antara variabel yang kuat.

Berdasarkan hasil Model *Summary*, pada Tabel 4.88 menunjukan bahwa nilai R *Square* atau koefisien determinasi sebesar 0,515 yang bila dipresentasikan menjadi 51,5%. Dapat disimpulkan bahwa variabel Pengaruh Penggunaan Media *Youtube* Pada Video Tutorial *Vaping Official Vgod* Terhadap Tingkat Pengetahuan *Vapers* Tangerang Selatan sebesar 51,5% dan sisanya 48,5% merupakan variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

- Daryanto. 2011. *Media Pembelajaran Peranannya Sangat Penting Dalam Mencapai Tujuan Pembelajaran*. Yogyakarta: Gava Media.
- Effendy, O. Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kindarto, Asdani. 2008. *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: Elex Media Kompotindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2015. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Notoatmojo, Soekidjo. 2015. *Metodologi Penelitian Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta.

YAYASAN AKRAB PEKANBARU
Jurnal AKRAB JUARA
Volume 9 Nomor 4 Edisi November 2024 (1109-1119)

Priyatno, Duwi. 2014. *SPSS 22 Pengolahan Data Terpraktis*. Yogyakarta: CV Andi Offset.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____ 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

_____ 2017. *Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method)*. Bandung: Alfabeta.