

**PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE ATTA HALILINTAR TERHADAP GAYA BERBICARA REMAJA  
DI KELURAHAN JURANGMANGU TIMUR PONDOK AREN**

Firdaus  
[dausfds10@gmail.com](mailto:dausfds10@gmail.com)  
Muhammad Isnaini

Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Budi Luhur

**ABSTRACT**

**THE EFFECT OF THE CHANNEL YOUTUBE CONTENT OR THE ATTA HALILINTAR TOWARDS TEENS  
SPEAKING**

*This thesis is a study of speaking Style show on Atta Halilintar Youtube Channel Content. The purpose of this study was to determine whether there is an effect of watching Atta Halilintar's Youtube channel content on Teenage speaking style. Atta Halilintar is a Youtubers with the highest subscribers in Asia since 2014 with the number of subscribers reaching 20,1 M. Atta Halilintar is referred to as a King of Youtube number of videos shown, which is 674 videos. In addition, the appeal of the Atta Halilintar youtube channel lies in its unique or interesting use of speech and the fashion that is displayed. However, the number of youtubers in Indonesia has become a competition for the production of youtube channels to Youtube channels to continue to increase their creativity so that viewers do not switch to overseas Youtubers. This study uses the positivism paradigm, quantitative approach, and uses an associative explanatory survey method in obtaining data. The technique of obtaining data was carried out by distributing questionnaires using a Likert scale measurement technique to adolescent in the East Jurangmangu Village, Pondok Aren with 100 respondent. With the numbers of statements of 22 items consisting of 12 item items for variable X and 10 items items for variable Y. Can be seen from the correlation value of 0.685. The correlation is at very strong level. The coefficient of determination is 0.469 which when presented becomes 46.9%. So it can be concluded that the variable influence Atta Halilintar Youtube Channel Content of Youth Speaking Style in East Jurang Mangu Village, Pondok Aren by 46.9% and the remaining 53.1% is another variable not examined. After conducting research, it can be proven that  $H_0$  is rejected and  $H_a$  is accepted, it can be seen from the significane value of  $0,000 < 0.1$ , which means that there is a very strong influence between the Influence of Atta Halilintar Youtube Channel Content Between (Variable X) Against Youth Talking Style (Variable Y).*

*Keywords: Ifluence of youtube Channel Content, Speaking Style, Atta Halilintar*

## PENDAHULUAN

Atta Halilintar dirinya dikenal sebagai *vlogger* kreatif kelahiran Dumai 20 November 1994 ini adalah dari pasangan Halilintar Anofial Asmid dan Lenggogeni Faruk. Dirinya telah mewarisi jiwa bisnis kedua orang tuanya. Atta Halilintar memang lahir dari keluarga besar yang berada, namun kini ia telah mampu menghasilkan uang sendiri bermodalkan bisnis dan konten *youtube*-nya. Atta bahkan sudah dua kali terpilih sebagai penampil di *Youtube Fanfest, festival* akbar tahunan bagi para *content creator* dan penikmat *youtube* di Indonesia. Atta lantas menegaskan bahwa *youtube* bukan lahan basah untuk mencari uang, terlebih bagi Indonesia yang angka CPM-nya masih tergolong rendah. Namun, pria berusia 24 tahun ini mengaku memanfaatkan *youtube* untuk jadi media promosi berbagi bisnis bukannya. Atta kemudian mengenang pengalamannya meniti karier sebagai seorang *youtubers*. Meski keluarganya kaya dan punya banyak bisnis yang cukup sukses, keberhasilan Atta sebagai *youtubers* ternyata tidak instan.

Anak sulung dari Gen Halilintar, Atta yang awalnya cuman iseng-iseng bikin *vlog* aktifitas Gen Halilintar, akhirnya bikin *channel youtube* sendiri yaitu Atta Halilintar. Pria berdarah Minangkabau itu bikin konten yang beragam di *channel youtube*-nya. Mulai dari *daily life, rap, prank, Q & A, gaming*, dan lain sebagainya. Atta adalah salah satu *youtubers* kini Atta sukses dengan total 20,1 jt *subscriber* di Asia dan mengalahkan *content creator* terbaik selama 12 tahun yaitu Raditya Dika, yang kini memiliki total 8,27 jt *subscriber*. Atau *vlogger* di Indonesia yang memiliki secara khusus peneliti memilih *youtube vlog* milik dari Atta Halilintar sebagai objek penelitian, karena peneliti telah melakukan observasi melihat dari *subscriber* dari beberapa *vlogger*. Atta Halilintar memiliki 20,1 Jt *subscriber*, Ria Ricis 17 Jt *subscriber*, dan Rans Entertainment 10,3 Jt *subscriber*. Dari hasil observasi tersebut Atta Halilintar memiliki *subscriber* terbanyak.

Efek utama internet terhadap bahasa adalah meningkatnya kata-kata dan ekspresif dengan menawarkan dimensi komunikasi baru yang belum pernah ada sebelumnya di Indonesia. Salah satu contohnya bisa dilihat pada kata 'Ashiap' yang dipopulerkan

*youtubers* Atta Halilintar dari gaya berbicara Atta Halilintar yang nyentrik membuat sulung dari 11 bersaudara ini sangat mudah dikenal. Selain itu, kerap melontarkan jargon-jargon yang sangat mudah ditirukan. Satu di antaranya adalah kata *ashiap* yang kerap ia lontarkan hampir di semua *vlog*-nya, bahkan Presiden Joko Widodo pun turut melontarkan jargon tersebut dan baru-baru ini dalam tayangan melalui *channel youtube The Hermansyah A6*, Atta menerangkan sejarah kata *Ashiap* yang kerap ia lontarkan itu. Pria berusia 24 tahun itu lantas menerangkan bahwa *ashiap* diambil dari dua kata yaitu 'A' dan siap, 'A' sendiri adalah singkatan dari namanya yakni Atta Halilintar sedangkan 'siap' adalah bahasa Indonesia yang dipakai. Kata biasanya 'Siap' itu bahasa Indonesia, terus 'A' itu menunjukkan Atta, ia pun merasa bangga dan bahagia kala ucapan yang ia lontarkan dapat diikuti banyak masyarakat bahkan hingga Presiden Joko Widodo.

Peneliti melakukan penelitian ini dengan pendekatan deskriptif kuantitatif. Memberikan gambaran umum tentang data yang diperoleh. Penduduk merupakan komponen utama dalam melaksanakan penelitian di suatu daerah, sekaligus sebagai objek atau sasaran penelitian itu sendiri. Berdasarkan data di Kelurahan Jurangmangu Timur yang sudah konsolidasi dengan Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil Kota Tangerang Selatan, pada akhir tahun 2017 jumlah penduduk di Kelurahan Jurangmangu Timur sebanyak 28.346 jiwa, dengan laju pertumbuhan penduduk sebesar 1,32% dari tahun sebelumnya. Kepadatan penduduk di Kelurahan Jurangmangu Timur apabila dihitung dari jumlah penduduk sebanyak 28.346 jiwa dengan luas wilayah 266 Ha maka didapatkan angka kepadatan penduduk di Kelurahan Jurangmangu Timur sebanyak 107 jiwa/Ha.

Jumlah penduduk sebesar 28.346 jiwa tersebut memiliki komposisi penduduk dengan *sex ratio* sebesar 101,88 karena jumlah laki-laki sebanyak 14.305 jiwa sedangkan perempuan sebanyak 14.041 jiwa. Hal ini berarti bahwa setiap penduduk perempuan terdapat 101 penduduk laki-laki.

Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren dari hasil observasi secara

langsung banyak yang menggunakan media sosial yaitu *youtube*, oleh karena itu remaja secara langsung pelajari tentang media. Sehingga remaja ini akan tertarik untuk menonton konten *channel youtube* Atta Halilintar yang menjadi *trend* saat ini untuk belajar dari konten yang banyak menarik perhatian tersebut. Bagi remaja yang menyukai konten *channel youtube* Atta Halilintar, waktu senggang yang tersisah di tengah-tengah jam istirahat pelajaran dapat dimanfaatkan untuk menggobrol satu sama lain. Salah satu obrolan tersebut adalah konten *channel youtube* Atta Halilintar, para remaja tersebut akan menceritakan peristiwa, adegan atau bahkan *actor* dan *artist* yang dianggap mengesankan dan menarik.

Berdasarkan fenomena yang terjadi terhadap remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur Pondok Aren. Ketika sudah menonton *channel* Atta Halilintar dari fenomena tersebut yaitu lebih dari gaya berbicara dan ciri khas Atta Halilintar yaitu "Ashiap" ketika Atta Halilintar membuat *Vlog* atau *video blog* pasti akan mengeluarkan gaya bahasa dan ciri khasnya tersebut. Karena setelah menonton tayangan Atta Halilintar di *channel youtube*-nya mayoritas penonton akan mengikutinya maka timbul permasalahan antara yang ada di dalam *vlog* atau *video blog* di dalam konten Atta Halilintar terhadap sikap gaya bicarannya yaitu ashiap. Terhadap sikap penonton terutama anak remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren. Banyak yang mengikuti dari cara bicara yang khas yaitu ashiap yang di awal konten *vlog*-nya hampir ada kalimat ashiap. Dari hasil observasi dan penelitian dengan metode deskriptif kuantitatif pengaruh gaya berbicara ashiap terhadap anak remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren. Dari jumlah total kelompok umur di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren sebesar 28.346 Jiwa. Gaya bahasa ashiap akan timbul terucap ketika anak remaja itu sedang berbicara dengan lawan bicaranya atau ada kalimat dengan kata "Suruhan" dengan sendirinya atau tidak disengaja terucap mereka mengganti bahasa Indonesianya. "Siap" menjadi "Ashiap". Gaya Berbicara ashiap memang sudah sangat terkenal saat ini.

berdasarkan penelitian yang memengaruhi gaya bahasa tersebut di sekitar usia 10-30 tahun.

Gaya berbicara sendiri apabila dilihat dari sudut pandang Ilmu Komunikasi merupakan salah satu suatu keterampilan berbahasa dalam kehidupan sehari-hari lebih sering memilih berbicara untuk berkomunikasi, karena komunikasi lebih efektif jika dilakukan dengan berbicara. Berbicara memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa ahli bahasa telah mendefinisikan pengertian berbicara, di antaranya. Menerangkan bahwa berbicara sangat berkaitan dengan intraksi sosial. Kemahiran berbicara merupakan salah satu jenis kemampuan berbahasa yang ingin dicapai dalam pengajaran bahasa *modern* termasuk bahasa arab. Berbicara merupakan sarana untuk membina saling perhatin, komunikasi timbal balik, dengan menggunakan bahasa sebagai medianya (Effendy 2012:139).

*Youtube* memiliki keunggulan di bidang media sosial lain yaitu memiliki fasilitas dalam pembuatan kanal atau *channel*. Kanal ini bisa dimiliki oleh pengguna yang sudah memiliki akun *youtube*. Di *channel* ini pengguna bisa mengunggah *video* berdasarkan kategori maupun jenis *video* apa yang diinginkan seperti *gaming*, komedi, *tutorial*, *tailer*, *film*, *film* asing, gaya hidup dan sebagainya. Dalam sebuah kanal pada umumnya berbentuk sebuah *vlog*. Merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, saling mengomentari, dan berbagai tautan *web* lain, informasi, dan sebagainya.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijelaskan, maka penulis mengadakan penelitian dengan judul:

**"Pengaruh Konten *Channel Youtube* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren (Survei di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren)"**.

#### TINJAUAN PUSTAKA

Pada bagian ini menjelaskan kerangka teoritis, definisi komunikasi massa, Pengaruh

Konten Youtube Atta Halilintar, Gaya Berbicara, serta *Uses and Effect*.

### **KOMUNIKASI MASSA**

Menurut Bitner Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Komunikasi massa menurut Rodman adalah komunikasi massa yang terdiri dari pesan-pesan termediasi yang disiarkan kepada publik yang besar dan tersebar. (Afdjani, 2013:142-143).

### **MEDIA BARU (NEW MEDIA)**

*New Media* merupakan alat atau sasaran dalam menyampaikan pesan pada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau disebut juga sebagai jaringan teknologi komunikasi dan informasi, yang termasuk kategori *New Media* adalah internet, *website*, komputer *multimedia*. Tetapi internet lebih dikenal sebagai media baru, sebenarnya internet merupakan salah satu bentuk media baru. Media cetak mengandalkan percetakan (*Press*), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan *computer* (Vera, 2016:88).

### **MEDIA SOSIAL**

Menurut Mandibergh, media sosial sebagai media yang mewadai kerjasama antara konten yang dihasilkan oleh pengguna. Ciri-ciri media sosial adalah pesannya tidak hanya untuk satu orang, tetapi bisa untuk banyak orang (pesan melalui SMS atau internet), pesan yang disampaikan lebih cepat, dan menerima pesan yang menentukan waktu interaksi. Media sosial membuat pengguna menjadi mudah beradaptasi, menciptakan isi dan berbagai informasi. Dalam dunia virtual, masyarakat banyak yang menggunakan jejaring sosial. Media sosial dapat membuat pengguna berinteraksi, berbagai informasi maupun hal lain dan dapat juga untuk presentasi diri pengguna di dalam dunia virtual (Nasrullah, 2017:13).

Adapun Karakteristik media sosial adalah sebagai berikut:

1. Pesanan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun biasa keberbagai banyak orang, contohnya pesan melalui SMS atau internet.

2. Pesan yang disampaikan cenderung bebas, tanpa harus melalui sesuatu *Gatekeeper*.
3. Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat dibanding media lainnya.
4. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagai (*sharing*), kehadiran (*presence*), hubungan (*relationship*), reputasi (*reputation*) dan kelompok (*group*).
5. Isi disampaikan secara *online* dan langsung.
6. Konten dapat diterima secara *online* dalam waktu lebih cepat dan biasa juga tertunda penerimanya secara langsung pada waktu interaksi yang ditentukan oleh pengguna.
7. Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Sosial media merupakan bagian penting dari strategi penjualan, pelayanan, komunikasi, dan pemasaran yang lebih besar dan lebih lengkap serta merefleksikan dan menyesuaikan diri dengan pasar dan orang-orang yang mengartikannya. Media sosial telah dijadikan sebagai salah satu sarana yang digunakan untuk melakukan pemasaran produk atau yang bisa disebut dengan sosial media marketing (Solis, 2010:9).

Menurut (Solis, 2010:263) yang mengakses sosial media *club* mengemukakan bahwa terdapat empat C dalam mengoperasikan media sosial yaitu :

1. *Context* "How we frame our stories." Konteks adalah cara atau bentuk kita menyampaikan kepada khalayak dengan format tertentu. Berfokus pada grafik, warna, dan perancangan fitur yang menarik.
2. *Communication* "The practice of sharing as well as listening, responding, and growing." Praktek dalam penyampaian atau membagikan (*sharing*) dan juga mendengarkan, merespon, dan mengembangkan pesan kepada khalayak.
3. *Collaboration* "Working together to make thing better and more efficient and effective." Bekerja bersama-sama antara pembeli dan penerima pesan agar pesan yang disampaikan lebih efektif dan efisien.

4. *Connection "The relationships we forge and maintain."* Hubungan yang terjalin dan terbina berkelanjutan antara pemberi dan penerima pesan.

Media sosial merupakan sebuah media *online*, dengan para penggunanya bisa dengan mudah beradaptasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi *blog*, jejaring sosial, forum dan *virtual*

## **YOUTUBE**

Definisi *youtube* dalam buku Justin Juga Tenar Jangan Kalah Narsis *youtube* adalah sebuah situs *video sharing* (berbagi *video*) paling populer saat ini. Penggemar dapat memuat, menonton, dan berbagi *clip video* secara gratis. Umumnya *video-video* di *Youtube* adalah klip *music* (*video klip*), *film*, *TV*, serta *video* buatan para penggunanya sendiri (Yudhianto, 2013:1).

Kebanyakan konten di *Youtube* diunggah oleh individu, meskipun perusahaan-perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu, dan organisasi lain yang sudah mengunggah material ke situs ini sebagai bagian dari program kemitraan *youtube*. Pengguna tak terdaftar dapat menonton *video*, sementara pengguna yang terdaftar dapat mengunggah *video* dalam jumlah tak terbatas. *Video* yang dianggap berisi konten intensif hanya bisa ditonton oleh pengguna terdaftar berusia 18 tahun atau lebih.

## **TEORI USES AND EFFECT**

Pemikiran ini pertama kali dikemukakan oleh Sven Windhl (1979) ini merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep "*use*" (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Daryanto dan Raharjo, 2016: 148).

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti, ini dapat berarti "*exposure*" yang semata-mata menunjuk pada tindakan. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, di mana isi tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan

terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

Dalam *uses and gratification*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu. Sementara pada *uses and effect*, kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karakteristik individu, harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses terhadap media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa.

Hubungan antara penggunaan dan hasil dari proses komunikasi massa, dengan menghitung pula isi media memiliki beberapa bentuk yang berbeda, di antaranya: (1) Pada kebanyakan efek tradisional, karakteristik isi media menentukan seberapa besar dari hasil. Penggunaan media hanya dianggap sebagai faktor perantara, dan hasil dari proses tersebut dinamakan efek, (2) Dalam berbagai proses, hasil lebih merupakan akibat dari penggunaan dari pada karakteristik isi media. Penggunaan media dapat mengembalikan, mencegah, atau mengurangi aktivitas lainnya. Jika penggunaan merupakan penyebab utama dari hasil, maka ia disebut konsekuensi, (3) Ada anggapan bahwa hasil ditentukan sebagian oleh isi media (melalui perantaraan penggunanya) dan sebagian oleh penggunaan media itu sendiri. Oleh karenanya ada dua proses yang bekerja secara serempak yang bersama-sama menyebabkan terjadinya suatu hasil yang disebut "*consequences*" (gabungan antara konsekuensi dan efek).

## **GAYA BERBICARA**

Gaya Berbicara merupakan salah satu keterampilan berbahasa dalam kehidupan sehari-hari lebih sering memilih berbicara untuk berkomunikasi, karena komunikasi lebih efektif jika dilakukan dengan berbicara. Berbicara memegang peran penting dalam kehidupan sehari-hari. Beberapa ahli bahasa telah mendefinisikan pengertian berbicara. Di antaranya, menerangkan bahwa berbicara sangat berkaitan dengan interaksi sosial, kemahiran berbicara merupakan salah satu jenis kemampuan berbahasa yang ingin

dicapai dalam pengajaran bahasa *modern* termasuk bahasa arab. Berbicara merupakan sarana untuk membina saling perhatian, komunikasi timbal balik, dengan menggunakan bahasa sebagai medianya (Effendy 2012:139).

Perkembangan bahasa remaja dapat dipengaruhi oleh lingkungan anak dan lingkungan sekitarnya, karena kemampuan berbahasa dapat memelajari dan diperoleh oleh anak secara alamiah untuk beradaptasi dengan lingkungan. Menurut Seefeld dan Barbor (Pandeirot dan Surna, 2014:88) perkembangan bahasa terjadi kebersamaan dengan perkembangan kognitif, emosi, sosial dan fisik anak usia dini. Bahasa berfungsi sebagai salah satu alat komunikasi dan merupakan sarana penting dalam kehidupan anak.

Sejalan dengan tujuan berbicara di atas, ketercapaian pembicaraan merupakan salah satu indikator terpenting dalam kegiatan berbicara (Abidin, 2012:130). Beberapa indikator ketercapaian tujuan berbicara adalah sebagai berikut :

1. Pemahaman

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu meningkatkan pengertian dan pemahaman pendengar. Artinya, pendengar mampu menerima dan memahami secara cermat gagasan yang disampaikan oleh pembicara sehingga terdapat kesamaan antar maksud pembicara dan pendengar.

2. Perhatian

Tujuan dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu menumbuhkan perhatian pendengar untuk menyimak secara sungguh-sungguh segala sesuatu yang disampaikan pembicara.

3. Cara Pandang

Tujuan ini dapat dikatakan tercapai jika pembicara mampu memengaruhi cara pandang pendengar agar sesuai dengan cara pandang dirinya.

4. Perilaku Indikator terakhir adalah berubahnya perilaku pendengar setelah menyimak pemaparan, gagasan yang dilakukan pembicara.

## METODOLOGI PENELITIAN

Hipotesis: Berdasarkan latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, dan landasan teori yang telah diuraikan sebelumnya, maka hipotesis dari penelitian ini adalah jenis hipotesis asosiatif, yaitu jawaban sementara terhadap rumusan masalah yang menanyakan hubungan antara variabel atau lebih. Rumusan hipotesis teoritis untuk penelitian ini sebagai berikut:

1. Ho : Tidak terdapat hubungan yang kuat antara Tayangan Konten *Channel* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara.
2. Ha : Terdapat hubungan yang kuat Tayangan Konten *Channel* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara Remaja.

## PARADIGMA

Paradigma penelitian adalah positivisme disebut sebagai paradigma interpretif dan konstruktif, yang memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang holistik atau utuh, kompleks, dinamis, penuh makna, dan hubungan gejala bersifat interaktif (*reciprocal*). Penelitian dilakukan pada objek yang alamiah. Objek yang alamiah adalah objek yang berkembang apa adanya tidak dimanipulasi oleh peneliti dan kehadiran peneliti tidak memengaruhi dinamika pada objek tersebut (Sugiyono, 2018;18).

## TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data adalah cara-cara yang digunakan untuk mengumpulkan data dan keterangan-keterangan lainnya dalam penelitian terhadap masalah yang menjadi objek penelitian. Teknik pengumpulan data yang di gunakan dalam penelitian ini adalah:

- a. Data primer adalah data yang langsung dikumpulkan atau diperoleh dari sumber pertama. Data primer dalam hal ini diperoleh berdasarkan:

1. Kuesioner

Kuesioner atau sering disebut angket adalah *instrument* penelitian yang berisi serangkaian pertanyaan atau pernyataan yang harus dijawab atau diisi oleh responden. Penggunaan kuesioner dalam penelitian sangat populer karena selain dapat menjangkau responden penelitian dalam jumlah besar, dalam sebuah

kuesioner dapat diungkap banyak hal. Cara mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang sudah dipersiapkan secara tertulis dengan menyebarkan angket dan disertai dengan alternatif jawaban yang akan diberikan kepada responden, yaitu Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren (Suryadi, 2019;177).

- b. Data sekunder adalah data yang tidak langsung diperoleh melalui sumber pertama, dan telah tersusun dalam bentuk dokumen – dokumen tertulis. Dalam hal ini, data sekunder diperoleh melalui:
  1. Perpustakaan: Data sekunder diperoleh melalui sejarah, literatur-literatur, serta buku-buku yang akan kita gunakan sesuai dengan kebutuhan penelitian dan sebagai bahan referensi untuk menyusun kajian pustaka atau teori-teori dalam penelitian ini.
  2. Jurnal: Data sekunder bisa diperoleh dari jurnal dan hasil penelitian terdahulu yang berhubungan dengan variabel-variabel penelitian.

Peneliti menggunakan rumus slovin dalam penelitian ini, dimana rumusnya adalah :

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

Keterangan:

- n = Ukuran sampel/jumlah responden
- N = Ukuran populasi
- E =Presentase kelonggaran ketelitian kesalahan pengambilan sampel yang masih bisa ditolerir misal 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10% (Kriyantono, 2016:14)

Dalam penelitian ini penulis menggunakan taraf signifikan 0,1 (taraf kesalahan yang terjadi **10%**). Maka jika diterapkan dalam Rumus Slovin diatas, jumlah sampel penelitian ini adalah :

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

$$n = \frac{9.066}{1 + 9.066(0.1)^2}$$

$$n = \frac{9.066}{907.6}$$

$$n = 9,99 \text{ dibulatkan menjadi } 100$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas, didapat hasilnya 9,99, yang artinya adalah 100 Remaja dijadikan responden dalam penelitian ini.

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap seseorang tentang sesuatu objek sikap. Indikator-indikator dari variabel sikap terhadap suatu objek merupakan titik tolak dalam membuat pertanyaan dan pernyataan yang harus diisi responden. Setiap pernyataan atau pertanyaan tersebut dihubungkan dengan jawaban yang berupa dukungan atau pernyataan sikap yang diungkapkan dengan kata-kata : sangat setuju (SS); setuju (S); netral (N); tidak setuju (TS); sangat tidak setuju (STS) (Kriyantono, 2014: 138).

#### TEKNIK ANALISIS DATA

Dalam teknik analisis data, digunakan jenis eksplanatif asosiatif dengan pengolahan data menggunakan software statistik SPSS for windows versi 22. Pengujian yang dilakukan diantaranya adalah uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner. Valid berarti instrument tersebut dapat digunakan untuk mengukur apa yang seharusnya diukur (Sugiyono, 2015: 121). Uji validitas dilakukan terhadap 100 responden. Hasil kesimpulan penelitian sebanyak 22 pernyataan masing-masing pernyataan dinyatakan valid dan reliabel. Sebuah alat ukur disebut reliabel bila alat ukur tersebut secara konsisten memberikan hasil atau jawab yang sama terhadap gejala yang sama, walaupun digunakan berulang kali (Kriyantono, 2014: 145).

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil pengujian: Hasil uji korelasi

TABEL 1: HASIL UJI KORELASI

		SUMX	SUMY
SUM X	Pearson Correlation	1	.685**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
SUM Y	Pearson Correlation	.685**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

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

Terlihat *Pearson Correlation's* berjumlah 0,685 menunjukkan hubungan korelasi **kuat**. Maka yang terjadi bahwa hipotesis diatas  $H_0$  ditolak dan hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima.

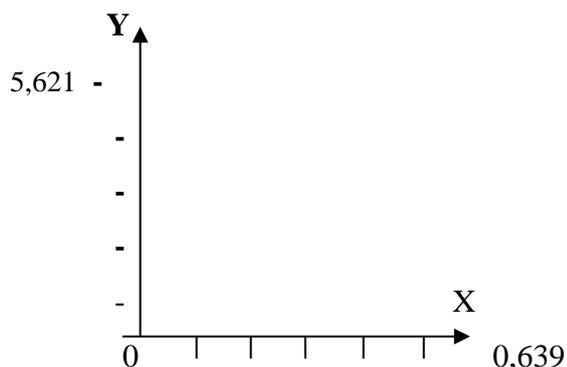
TABEL 2: HASIL UJI REGRESI

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.685 <sup>a</sup>	.469	.464	3.065

a. Predictors: (Constant), Konten Channel Youtube Atta Halilintar

Dari nilai R Square adalah 0,469, hal ini berarti pengaruh konten channel youtube Atta Halilintar adalah sebesar 46,9%, sedangkan sisanya 53,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh Peneliti.

$$Y = 5.621 + 0,639 (X)$$



Dari persamaan di atas dapat diartikan bahwa dengan meningkatkan variabel *independent* (X) maka variabel *dependent* (Y) akan ikut meningkat. Dengan kata lain bahwa bila konten *channel youtube* Atta Halilintar meningkat maka pengaruh gaya berbicara ikut meningkat sebesar 0,639.

## PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teori *Uses and Effect* dan pemenuhan informasi karena teori ini memberikan efek pada remaja yang menonton konten *channel youtube* Atta Halilintar bukan sekedar menonton dan mencari hiburan saja, tetapi besar efek mereka mendapatkan informasi terhadap tayangan konten *channel youtube* Atta Halilintar. Penelitian ini bersifat eksplanatif dengan pendekatan kuantitatif, maka penelitian ini menganalisis hubungan yang menjelaskan arah hubungan dan mengukur tingkat pengaruh suatu fenomena dan tipe penelitian ini untuk menguji hipotesis. Seluruh data kuesioner diterjemahkan ke dalam angka dan dianalisis menggunakan SPSS (*Statistical Product and Servicer Solution*) Versi 22. Penelitian ini mengukur data kuantitatif dan data statistik objektif melalui perhitungan ilmiah yang berupa kuesioner tentang Pengaruh Konten *Channel Youtube* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara (Survei di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren). Dari hasil uji regresi diketahui bahwa nilai R adalah 0,685 maka hubungan koefisien korelasi antara pengaruh konten *channel youtube* Atta Halilintar terhadap gaya berbicara remaja, tergolong dalam tingkat hubungan kuat. Analisis variabel Y ini juga terdapat 1 indikator menurut Palmgreen dan di antaranya akan dijelaskan di bawah dengan nilai persentasi yang tinggi dari responden. Pengaruh konten channel youtube Atta Halilintar adalah sebesar 46,9%, sedangkan sisanya 53,1% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti oleh Peneliti.

## KESIMPULAN

Penelitian dengan judul Pengaruh Konten *Channel Youtube* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren, mengambil *sampling* sebanyak 100 responden *instrument* yang digunakan dalam penelitian ini sudah *valid* (0,1654) dan *Reliable*.

Berikut ini adalah kesimpulan yang dihasilkan dari penelitian Pengaruh Konten *Channel Youtube* Atta Halilintar Terhadap Gaya Berbicara Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren :

1. Berdasarkan uji kolerasi diketahui *kolerasi Pearson's Product Moment* diperoleh nilai  $r$  hitung sebesar (0,685) yang artinya *kolerasi* pada taraf kuat.
2. Berdasarkan uji regresi dapat disimpulkan bahwa Pengaruh Konten *Channel Youtube* Atta Halilintar (variabel X) mengalami pengaruh terhadap Gaya Berbicara di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren (variabel Y). Apabila variabel konten *Channel Youtube* Atta Halilintar (variabel X) mengalami penguatan, maka pemenuhan informasi (variabel Y) akan mengalami kenaikan sebesar 0,639. Berdasarkan *Teori Uses and Effect* yang telah dijelaskan, maka sub variabel konsistensi memengaruhi konten *Channel Youtube* Atta Halilintar terhadap Gaya Berbicara Remaja di Kelurahan Jurangmangu Timur, Pondok Aren.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Yunus. 2012. *Pembelajaran Bahasa Berbasis Pendidikan Karakter*. Bandung: Refika Aditama
- Afdjani, Hadiono. 2013. *Ilmu Komunikasi*. Tangerang: Indigo Media
- Daryanto, dan Raharjo 2016. *Media Pembelajaran* Yogyakarta: Gava Media
- Effendy, Onong Uchyana. 2012. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Prakteknya* Bandung: Remaja Rosdakarya
- Kriyantono, Rachmat. 2016. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial Perpektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta
- Suryadi, Edi 2019. *Metode Penelitian Komunikasi Pendekatan Kuantitatif*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Solis, Brian. (2010). *Engage: The Complete Guide for Brands and Businesses to Build Cultive and Measture Succes on The Web*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Vera, Nawiroh. 2016. *Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia
- Yudhianto, Yudha dan Ferdi Aji Purnomo. 2013. *Justin Juga Tenar, Jangan Kalah Narsis di Youtube*. Bandung: Khazanah Intelektual.X