

**PENGARUH MENONTON VIDEO TRAVELLING CHANNEL YOUTUBE
“DEKJAW SABAR” TERHADAP MINAT BERWISATA ANGGOTA
KOMUNITAS APES (ANAK PONDOK EDAN SCOOTER)**



Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Universitas Islam Negeri Yogyakarta

Untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat

Memperoleh Gelar Sarjana Strata I

STATE ISLAM UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
OLEH :
DINA RIZKY FITRIANA
NIM. 16210030

DOSEN PEMBIMBING :
Drs. MOKH. SAHLAN, M.SI.
NIP. 19680501 1993031006

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA**

2021



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-1185/Uh.02/DD/PP.00.9/08/2021

Tugas Akhir dengan judul : PE NGARUH MENONTON VIDEO TRAVELLING CHANNEL YOUTUBE " DEKJAW SABAR" TERHADAP MINAT BERWISATA ANGGOTA KOMUNITAS APES (ANAK PONDOK EDAN SCOOTER)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : DINA RIZKY FITRIANA
Nomor Induk Mahasiswa : 16210030
Telah diujikan pada : Senin, 19 Juli 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Drs. Muhammad Sahlan, M.Si
SIGNED

Valid ID: 6113e08e87d42



Penguji I

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si.
SIGNED

Valid ID: 611490c3095ea



Penguji II

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si
SIGNED

Valid ID: 6101818746104



Yogyakarta, 19 Juli 2021

UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
SIGNED

Valid ID: 6117b8880b92d

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Dina Rizky Fitriana
Nim : 16210030
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Menonton Video Travelling Channel Youtube “Dekjaw Sabar” Terhadap Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes (Anak Pondok Edan Scooter”** adalah asli hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarism dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang penyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penulis siap bertanggung jawab sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 12 Juni 2021

Yang menyatakan,



Dina Rizky Fitriana

NIM 16210030



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**

**Alamat : Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 515856, Fax. (0274) 552230
E-mail: fd@uin-suka.ac.id, Yogyakarta 55281**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada :
Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
Di Yogyakarta

Assalamu 'alaikum Wr. Wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi saudara :

Nama : Dina Rizky Fitriana
Nim 16210030

Judul Skripsi : PENGARUH MENONTON VIDEO TRAVELLING CHANNEL YOUTUBE
“DEKJAW SABAR” TERHADAP MINAT BERWISATA ANGGOTA
KOMUNITAS APES (Anak Pondok Edan Scooter)

Sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang broadcasting.

Dengan ini kami mengharap agar skripsi tersebut diatas dapat segera dimuanqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapan terimakasih.

Wassalamualaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 03 Juli 2021

Mengetahui :

Ketua Program Studi

Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si.
NIP: 198403072011011013

Pembimbing Skripsi

Drs. Mokh. Sahlan, M.Si
NIP: 196805011993031006

SURAT PERNYATAAN BERHIJAB

Nama : Dina Rizky Fitriana

Nim : 16210030

Program Studi: Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan bahwa sesungguhnya saya tidak menuntut kepada Jurusan/Prodi komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta (atas pemakaian hijab dalam ijazah strata satu saya). Seandainya suatu hari terdapat instansi yang menolak ijazah tersebut karena penggunaan jilbab.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sungguh-sungguh penuh kesadaran dan Ridho Allah SWT.

Yogyakarta, 12 Junii 2021

Yang menyatakan,



Dina Rizky Fitriana

NIM 16210030

HALAMAN PERSEMBAHAN

Dengan mengucap Alhamdulillahirobbil‘alamiin
Puji syukur kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, kemudahan dan
kelancaran dalam penyusunan karya ini.
Shalawat dan salam selalu terlimpahkan kepada junjungan Nabi agung
Muhammad Shallawahu’alahi wasallam.

Kupersembahkan karya sederhana ini Kepada:

Orang Tua saya yang sangat saya cintai
Segenap Keluarga Kami
Guru-Guru kami

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta



MOTTO

“Sedikit pengetahuan yang diterapkan jauh lebih berharga ketimbang banyak

pengetahuan yang tak dimanfaatkan” (Kahlil Gibran)

“Barangsiapa yang menunjuki kepada kebaikan, maka ia akan mendapat

pahala seperti pahala orang yang mengerjakannya” (HR. Muslim)



KATA PENGANTAR

Puji syukur atas kehadirat Allah SWT yang telah melimpahkan Rahmat dan Hidayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan penyusunan skripsi ini. Sholawat serta salam semoga senantiasa tercurahkan kepada Nabi Agung Muhammad SAW, keluarga beliau, para sahabat, para ulama, dan terus mengalir ke seluruh umatnya sampai akhir akhir.

Penulisan skripsi ini merupakan salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana, khususnya gelar sarjana Komunikasi Penyiaran Islam di Fakultas Dakwah tidak terlepas dari bimbingan dan dukungan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan artikel ilmiah ini dengan baik.
2. Orang tua dan keluarga besar yang selalu mendoakan, memberikan dukungan, motivasi, serta kasih sayang yang sangat besar untuk penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Phill Al-Makin, S.Ag., MA, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Ibu Dr. Hj. Marhumah, M. Pd., Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
5. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos, M.Si., Selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
6. Bapak Drs. Mokh. Sahlan, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah membimbing, mengarahkan, dan memotivasi peneliti dengan sabar dari awal penelitian hingga akhir penelitian.
7. Untuk teman-teman seperjuangan KPI angkatan 2016 terimakasih untuk kebersamaannya dan kesediaan untuk berjuang bersama selama ini. Semoga silaturahmi kita selalu terjaga dalam ikatan ukhuwah islamiyah.
8. Sahabat-sahabat scooter mania yang telah memotivasi saya untuk terus semangat dalam menyelesaikan tugas akhir ini.
9. Untuk sahabat-sahabat saya di Surabaya yang telah memberikan dukungan serta doa yang tiada henti.

Serta semua pihak yang telah membantu menyelesaikan tugas akhir saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu. Semoga mendapatkan balasan dari Allah SWT. Besar harapan peneliti bahwa penelitian yang telah dilakukan dapat bermanfaat untuk pembaca maupun peneliti selanjutnya.

Yogyakarta, 12 Juni 2021

Peneliti



ABSTRAK

Dina Rizky Fitriana, 16210030, Skripsi: Pengaruh Menonton Video Travelling Channel Youtube “Dekjaw Sabar” Terhadap Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes (anak pondok edan scooter), Skripsi program studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, Tahun 2021.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh menonton traveling video menggunakan vespa keliling Indonesia pada channel Youtube “Dekjaw Sabar” terhadap minat atau ketertarikan berwisata pada anggota komunitas APES (Anak Pondok Edan Scooter). Adapun teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori terpaan media, teori S-O-R, dan minat. Penelitian ini menggunakan metode penelitian survey. Survey merupakan metode riset dengan menggunakan kuesioner.

Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi *pearson product moment* menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,404 dan nilai signifikansi 0,001, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat pengaruh signifikan antara menonton akun *Youtube* “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota Komunitas Apes. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa hipotesis H_a (Hipotesis Alternatif) diterima dan H_0 (Hipotesis Nol) ditolak.

Kata kunci : *video travelling, minat berwisata, youtube*

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
SURAT PERNYATAAN BERHIJAB	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	7
D. Kajian Pustaka	8
E. Kerangka Teori	11
F. Hipotesis	24
G. Sistematika Pembahasan.....	25
BAB II METODE PENELITIAN.....	26
A. Jenis Analisis Penelitian.....	26
B. Definisi Konseptual	26
C. Definisi Operasional	28
D. Populasi dan Sampel	29
E. Instrumen Penelitian	31
F. Teknik Pengumpulan Data.....	33
G. Analisis Data.....	40
H. Variabel Penelitian.....	42
BAB III	43
GAMBARAN UMUM	43
A. Aplikasi Youtube	43
B. Akun @Dekjaw Sabar	45

C. Komunitas Apes.....	46
BAB IV	48
HASIL DAN PEMBAHASAN.....	48
A. Data Responden	48
B. Deskripsi Hasil Penelitian.....	50
C. Uji Prasyarat.....	60
D. Analisis Data.....	66
E. Interpretasi Hasil Penelitian	67
BAB V	75
PENUTUP	75
A. Kesimpulan	75
B. Saran	76
DAFTAR PUSTAKA	77
LAMPIRAN-LAMPIRAN	



DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Definisi Operasional	21
Tabel 2.2	Kisi-kisi Kuesioner Variabel X (Intensitas Menonton Akun Youtube Dekjaw Sabar).....	23
Tabel 2.3	Kisi-kisi Kuesioner Variabel Y(Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes)	25
Tabel 2.4	Nilai Skala Likert.....	26
Tabel 2.5	Hasil Uji Validitas Variabel X.....	29
Tabel 2.6	Hasil Uji Validitas Variabel Y	30
Tabel 2.7	Hasil Uji Reliabilitas Variabel X Reliabilitas Statistics	31
Tabel 2.8	Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y Reliabilitas Statistics	32
Tabel 4.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	39
Tabel 4.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia.....	40
Tabel 4.3	Perhatian terhadap Intensitas Menonton.....	42
Tabel 4.4	Penghayatan terhadap Intensitas Menonton	42
Tabel 4.5	Durasi terhadap Intensitas Menonton	43
Tabel 4.6	Frekuensi terhadap Intensitas Menonton	44
Tabel 4.7	Seluruh Indikator Intensitas Menonton.....	45
Tabel 4.8	Kognitif pada Minat Berwiata	45
Tabel 4.9	Afektif pada Minat Berwisata.....	46
Tabel 4.10	Konatif pada Minat Berwisata	47
Tabel 4.11	Minat berwisata secara Keseluruhan	47
Tabel 4.12	Uji Normalitas One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test	48
Tabel 4.13	Hasil Uji Linieritas.....	49
Tabel 4.14	Uji Analisis Regresi Linier Sederhana.....	50
Tabel 4.15	Hasil Uji Linier	63
Tabel 4.16	Hasil Uji Linier Sederhana (Coefficients)	51
Tabel 4.17	Hasil Analisis Korelasi	66

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi saat ini semakin berkembang pesat. Pada abad ke-20 ini hampir semua orang di dunia dapat menikmati proses komunikasi dengan bantuan alat teknologi canggih. Jutaan orang saat ini dapat berinteraksi satu sama lain melalui apa yang disebut *cyberspace*, yaitu sebuah dunia yang terhubung melalui komputer dan internet. Kini kehadiran internet sangat berkaitan erat dengan munculnya istilah *new media*. Beberapa media yang umum dianggap sebagai *new media* adalah internet dengan begitu banyak aplikasinya seperti situs, email, blog, situs jejaring sosial, *game online*, *e-books*, koran *online*, situs berbagi video dan lain sebagainya.

Situs berbagi video yang sangat populer di seluruh dunia adalah *YouTube*. Tidak heran jika saat ini orang mengidentikkan situs berbagi video adalah *YouTube*. Seiring dengan kehadiran situs berbagi video yakni *YouTube*, memasuki tahun 2014 Indonesia diramaikan dengan kehadiran Video Blog (Vlog) yaitu sebuah blog yang bermediakan video, sedangkan orang yang membuat Vlog dikenal dengan sebutan *vlogger*. Hampir setiap hari terdapat banyak video yang merekomendasikan konten Vlog pada situs *YouTube*. *Google* Indonesia pun mencatat, sejak tahun 2014 saat Vlog mulai *booming*, terdapat peningkatan hingga 600% video yang diunggah ke *YouTube*. Sedangkan menurut Global Web Index pada tahun 2015, penonton

Vlog telah mencapai 42% total pengguna internet. Konten Vlog bisa datang dari *genre* yang beragam, mulai dari kategori *comedy, music, gaming, entertainment, how to & style, daily life, traveling* dan lain sebagainya. Peneliti membatasi penelitian ini pada konten *traveling* karena konten ini merupakan salah satu konten dari *genre* Vlog yang banyak digemari oleh penontonnya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah *subscriber* Vlog yang bertema *traveling* dimana mampu mencapai angka ratusan hingga jutaan *viewers*. Para *vlogger* yang membuat Vlog dengan tema *traveling* di atas pada umumnya tampak menunjukkan berwisata ke suatu tempat, jalan-jalan ke wisata yang ada di Indonesia.

Media massa merupakan salah satu bentuk kemajuan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi. Ketertarikan individu atau masyarakat yang tinggi terhadap komunikasi melalui media menjadikan individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpakan diri terhadap media massa. Mengacu pada gaya hidup masyarakat yang saat ini banyak menggunakan media massa khususnya melalui internet, *YouTube* menjadi salah satu media sosial yang banyak digemari oleh masyarakat. *YouTube* digunakan sebagai media untuk mencari dan berbagi informasi. Banyaknya minat audiens untuk mencari dan mendapatkan informasi melalui *YouTube*, menciptakan semakin tinggi pula keinginan masyarakat untuk mengunggah dan membagikan video melalui *YouTube channel*. Tipe *YouTube channel* yang saat ini banyak dikunjungi salah satunya *traveling channel*. *Traveling channel* adalah sebuah *channel* *YouTube* yang memuat konten video

mengenai kegiatan pariwisata yang dilakukan di sebuah tempat atau daerah baik di dalam negeri maupun luar negeri.¹

Gaya hidup menunjukkan bagaimana orang hidup, bagaimana orang membelanjakan uangnya, bagaimana mereka mengalokasikan waktu mereka (berapa persen untuk bekerja, berapa persen untuk bermain, ataupun berapa persen untuk bersantai dengan keluarga). Gaya hidup seseorang merupakan fungsi karakteristik atau sifat individu yang sudah dibentuk melalui interaksi lingkungan.² Aktivitas mewakili sebagian perilaku dari gaya hidup, dimana berkaitan dengan penggunaan waktu yang dimiliki setiap individu.³ Aktivitas mengacu pada bagaimana setiap individu menghabiskan waktu dan uang yang mereka miliki. Pernyataan mengenai aktivitas dari konsumen dapat diukur melalui indikator-indikator yang berhubungan dengan pekerjaan, hobi, kegiatan sosial, liburan, hiburan, keanggotaan klub, komunitas, belanja, dan olahraga. Pada remaja yang menjalankan gaya hidupnya, aktivitas berkaitan dengan kegiatan yang menjadi rutinitas sehari-hari serta kegiatan yang dilakukan di waktu luang yang mereka miliki. Berbeda halnya dengan kalangan orang dewasa yang sudah bekerja hampir sebagian waktunya tersita oleh pekerjaan, kalangan remaja memiliki proporsi waktu yang seimbang untuk melaksanakan rutinitas sehari-hari dan tetap memiliki waktu luang

¹Mustika Elli Rini, Ayub Ilfandy Imran, *Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia* (Surabaya: Universitas Telkom Indonesia, 2017), hlm. 939.

²Supranto, Lima Krisna. *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hlm. 291.

³Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, ed.2, cet.3. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005). hlm. 16.

yang dapat dimanfaatkan untuk menyalurkan hobi, menikmati hiburan, berbelanja, dan lainnya.²

Salah satu yang menjadi daya tarik masyarakat scooterist Indonesia saat ini adalah pemilik konten traveler penjelajah Nusantara yaitu Dekjaw Sabar, yang bernama asli Reza Alwi Mufti asli orang Aceh yang memiliki hobi unik yaitu mengelilingi Indonesia dengan mengendarai vespa atau scooter selama 2 tahun di perjalanan seorang diri, yaitu dari Sabang sampai Merauke sambil menjual kopi Aceh dan juga melakukan kegiatan sosial. Terdapat video-videonya yang mengelilingi Indonesia di akun youtubenya. Banyak sekali video Dekjaw pada saat di jalan hingga ke tempat-tempat wisata yang ada di Indonesia. Langganan (*Subscribe*) nya sudah mencapai 278 ribu, dan terdapat 140 video. Dekjaw Sabar adalah nama akunnya, nama panggilannya adalah Dekjaw dan Sabar adalah kepanjangan dari Scooterist Aceh Besar, karena dia berasal dari Aceh. Video unggahannya ini mendapat banyak komentar positif dan membuat penontonnya termasuk scooterist Indonesia mempunyai keinginan berwisata dengan mengendarai vespa setelah menyaksikan videonya.³ Dekjaw juga sudah pernah diundang oleh Kompas TV lokal Papua untuk diwawancara mengenai biografinya dan juga pengalaman perjalanannya sampai ke Papua pada saat itu. Karena isi konten terdapat banyak kegiatan positif seperti memberikan contoh yang baik kepada komunitas atau penonton bahwa melakukan kegiatan sosial terhadap manusia selama di perjalanan dan juga disekitar tempat wisata, karena komunitas

²⁴JOM FISIP Vol. 4 No. 2 – Oktober 2017

³⁵Mustika Elli Rini, Ayub Ilfandy Imran, “Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia”, Openlibrary.Telkomuniversity.ac.id, vol. 4:1 (April 2017), hlm. 939.

Apes adalah komunitas yang notabanya anggotanya adalah santri yang memiliki ciri khas tersendiri yaitu hobby traveling menggunakan Vespa dengan menyebarkan ajaran Islam kepada sesama pengendara vespa maupun kepada masyarakat umum.

Masyarakat Indonesia selain dari anggota komunitas Apes bisa menonton video-video vlog “Dekjaw Sabar” di youtube, 90% *scooterist* Indonesia pasti sudah tau Dekjaw, karena videonya banyak menginspirasi anak-anak muda hingga orang tua, termasuk pada komunitas Apes yang akan saya teliti.

Komunitas Apes ada sejak tahun 2016 tepatnya di kota Kudus Jawa Tengah. Awal terbentuknya yaitu dari sekumpulan pengendara vespa modifikasi biasa yang sering berkumpul, main bersama dan diskusi bersama. Kemudian terdapat anak santri yang juga memiliki vespa modifikasi tersebut lalu ikut bergabung dengan mereka. Akhirnya santri-santri yang dari berbeda-beda pondok pesantren tepatnya di Kudus dengan hobi yang sama yaitu pengendara vespa ikut bergabung juga dengan mereka. Karena banyak santri yang berminat akhirnya di bentuklah komunitas Apes sebagai wadah bagi mereka untuk berteman dan touring bersama-sama. Komunitas ini beranggotakan berbagai kalangan, ada yang muda maupun yang tua, baik laki-laki maupun perempuan. Di komunitas ini tidak ada ketua, karena simbol mereka adalah “Berdiri tanpa tuan tetapi punya tujuan”.

Seperti pada umumnya, setiap pondok pesantren memiliki kebijakan dan peraturan masing-masing untuk santrinya, dan juga aktivitas harian yang wajib dilakukan oleh santri seperti halnya kegiatan dari subuh sampai setelah

magrib. Kegiatan tersebut antara lain yaitu subuh mengaji setor hafalan, sore mengaji kitab kuning, dan setelah magrib mengaji al-qur'an. Dan untuk peraturannya yaitu santri yang masih sekolah dibatasi untuk memegang *handphone*, diberikan pada waktu libur saja yaitu hari senin dan jum'at, berbeda dengan santri yang sudah mahasiswa mereka tidak dibatasi soal penggunaan *handphone*. Sebagian besar santri tersebut masih aktif menggunakan media sosial terutama menonton video-video di youtube.

Para santri yang berbeda dari yang lain, karena mereka suka atau memiliki hobi yang tidak biasa yaitu traveling dengan mengendarai vespa, dimana kewajiban mereka ada yang mengemban ilmu sebagai santri tahlidz, apakah bisa mengimbangi gaya hidupnya dengan hobi traveling pada saat di pondok pesantren? Lalu bagaimana dengan pondok pesantren yang membatasi mereka dalam penggunaan *handphone* untuk berkomunikasi dengan teman-temannya lewat media sosial?. Keterbatasan waktu para santri yang tidak bisa melakukan traveling secara mendadak, hanya memenuhi syarat sebagai santri bahwa selain hari libur santri tidak dapat melaksanakan kegiatan di luar pondok pesantren, tidak seperti yang terdapat dalam video channel Youtube "Dekjaw Sabar" yaitu waktu Traveling yang tidak terbatas. Untuk penggunaan *handphone* dalam berkomunikasi dengan teman-teman lewat media sosial para santri dibedakan menurut usianya, usia dibawah 17 tahun, mereka dibatasi dalam menggunakan *handphone* saat di pesantren, berbeda halnya dengan santri yang diatas 17 tahun atau sudah lulus sekolah mereka tidak ada batasan dalam menggunakan *handphone* di pondok pesantren.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa menonton video traveling Dekjaw Sabar dari pulau Sabang sampai Merauke menggunakan vespa dapat memberikan terpaan kepada penontonnya termasuk anggota komunitas APES (Anak Pondok Edan Scooter). Dengan adanya hal ini saya ingin melihat seberapa besar pengaruh menonton traveling video menggunakan vespa keliling Indonesia pada channel Youtube “Dekjaw Sabar” terhadap minat atau ketertarikan berwisata pada anggota komunitas APES (Anak Pondok Edan Scooter).

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana frekuensi menonton video traveling “Dekjaw Sabar”?
2. Bagaimana frekuensi minat berwisata anggota komunitas Apes?
3. Adakah pengaruh menonton video traveling “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota komunitas Apes?

C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan

- a. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana frekuensi menonton video traveling “Dekjaw Sabar”?
- b. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana frekuensi minat berwisata anggota komunitas Apes?

- c. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah pengaruh menonton video traveling “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota komunitas Apes?

2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Manfaat Akademis

Penelitian ini dapat memberikan informasi peneliti dan pembaca Studi komunikasi dan Penyiaran Islam untuk penelitian berikutnya. Serta menambah pengetahuan dan keilmuan di bidang pengaruh menonton video Youtube.

b. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap dunia vlogger untuk membuat karya video vlog yang memberikan pesan positif dan karya yang menarik bagi penontonnya.

D. Kajian Pustaka

Untuk menghindari kegiatan plagiat, peneliti melakukan peninjauan kembali kepada penelitian-penelitian yang terdahulu. Berikut ini adalah penelitian yang dijadikan sebagai kajian pustaka, diantaranya.

Penelitian pertama berjudul “Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia” yang disusun oleh Elli Mustika Rini, mahasiswi prodi Ilmu Komunikasi Telkom University tahun 2017. Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif dengan menggunakan survey. Pengumpulan datanya menggunakan kuesioner. Teori yang digunakan adalah teori terpaan media,

teori S-O-R, dan minat.⁴ Responden dari penelitian ini yaitu populasi subscribers channel YouTube Ponti Ramanta yang berjumlah 2.785 saat penelitian ini dilakukan, dan dengan sampel sebanyak 100 responden.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu metode yang dipakai menggunakan metode penelitian survey dan menggunakan teori S-O-R, medianya sama-sama menggunakan youtube untuk penelitiannya. Selanjutnya perbedaan dalam penelitian tersebut dengan penelitian yang peneliti lakukan adalah terletak pada objek dengan populasi sebanyak 70 responden dan menggunakan kuesioner dan studi kepustakaan.

Penelitian kedua berjudul “Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Minat Berkunjung ke Tempat Wisata di Kabupaten Magelang” oleh Andi Nugroho tahun 2019. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis korelasional. Metode yang digunakan adalah survey. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *purposive sampling* dengan jumlah responden 150 orang. Teori dalam penelitian ini adalah teori Uses and Gratification dan minat berkunjung. Hasil dari penelitian ini adalah pengaruh variabel intensitas media sosial Instagram terhadap minat berkunjung ke tempat wisata di Kabupaten Magelang sebesar 34,1%. Koefisien korelasi dalam penelitian ini menunjukkan hasil yang positif atau searah, artinya jika variabel x tinggi maka variabel y akan meninggi pula. Dengan begitu, 34,1% variabel minat berkunjung ke tempat wisata di Kabupaten Magelang adalah kontribusi dari

⁴ Mustika Elli Rini, Ayub Ilfandy Imran, “*Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia*”, Openlibrary.telkomuniversity.ac.id, vol. 4:1 (April 2017), hlm. 939.

variabel intensitas penggunaan media sosial Instagram, sedangkan sisanya 65,9% dipengaruhi variabel lain yang tidak tercantum dalam penelitian ini.

Persamaan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode penelitian survey dan menggunakan teori minat berkunjung. Selanjutnya perbedaan dalam penelitian tersebut adalah terletak pada objek dengan menggunakan Teknik *purposive sampling*, sedangkan peneliti menggunakan populasi dan Andy Nugroho menggunakan media Instagram sebagai media penelitiannya.

Penelitian ketiga berjudul “Pengaruh Akun Instagram @explorebanten Terhadap Minat Berkunjung (traveling) Ke Tempat Wisata Di Banten” oleh Litta Ayu Martin tahun 2018. Teori perbedaan individu digunakan karena efek media massa pada khalayak itu tidak seragam, melainkan beragam disebabkan secara individual berbeda satu sama lain dalam struktur kejiwaannya. Penelitian ini menggunakan metodologi dan pendekatan kuantitatif. Metode yang diusung dalam penelitian ini adalah metode survey. Tujuan survey dalam penelitian ini adalah untuk menggambarkan bagaimana pengaruh akun media social Instagram @explorebanten terhadap minat wisatawan berkunjung (traveling) ke tempat wisata di Banten. Populasi dalam penelitian ini adalah followers dari akun @explorebanten yang diketahui berjumlah 36.400. Sampel pada penelitian ini sebanyak 100 responden dari keseluruhan jumlah followers di akun @explorebanten menggunakan teknik random sampling. Karena penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, maka teknik yang dilakukan menggunakan kuesioner dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini melalui instrumen penelitian kuesioner.

Persamaan dalam penelitian tersebut yaitu menggunakan teori efek media massa, selain itu pada variabel terikat yaitu terhadap minat berwisata. Perbedaan dalam penelitian tersebut adalah pada subjek penelitiannya, Litta Ayu menggunakan media Instagram sebagai subjek penelitiannya.

E. Kerangka Teori

1. Efek Media Massa

a. Pengertian Efek Komunikasi Massa

Komunikasi massa merupakan sejenis kekuatan sosial yang dapat menggerakkan proses sosial ke arah suatu tujuan yang telah ditetapkan terlebih dahulu. Akan tetapi untuk mengetahui secara tepat dan rinci mengenai kekuatan sosial yang dimiliki oleh komunikasi massa dan hasil yang dapat dicapainya dalam menggerakkan proses sosial tidak mudah. Oleh karena itu, efek atau hasil yang dapat dicapai oleh komunikasi yang dilaksanakan melalui berbagai media (lisan, tulisan, visual/audio visual) perlu dikaji melalui metode tertentu yang bersifat analisis psikologis dan analisis social. Yang dimaksud analisis psikologi adalah kekuatan sosial yang merupakan hasil kerja dan berkaitan dengan watak serta kodrat manusia. Analisis sosial adalah peristiwa sosial yang terjadi akibat komunikasi massa yang sangat unik serta kompleks. Donal k. Robert mengungkapkan, ada yang beranggapan bahwa “efek hanyalah perubahan perilaku manusia setelah diterpa pesan media massa”. Oleh karena fokusnya pesan,

maka efek harus berkaitan dengan pesan yang disampaikan media massa.⁵

Dalam proses komunikasi, pesan dalam media massa tersebut dapat menerpa seseorang baik secara langsung maupun tidak langsung. Menurut Steve M. Chaffee efek media massa dapat dilihat dari tiga pendekatan. Pertama adalah efek dari media massa yang berkaitan dengan pesan ataupun media itu sendiri. Pendekatan kedua adalah dengan melihat jenis perubahan yang terjadi pada diri khalayak komunikasi massa yang berupa perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau istilah lain dikenal sebagai perubahan kognitif, afektif dan behavorial. Pendekatan ketiga yaitu observasi terhadap khalayak (individu, kelompok, organisasi, masyarakat atau bangsa) yang terkena efek komunikasi.⁶

b. Efek Pesan Media Massa

Efek pesan media meliputi efek kognitif, efek afektif dan efek behavorial. Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, difahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan. Efek afektif terjadi bila ada perubahan pada perasaan. Efek afektif berkaitan dengan emosi, sikap, atau nilai. Efek behavorial terjadi bila ada perubahan perilaku.⁷

⁵ Elvinaro Ardianto dan Lukiat Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, (Bandung: simbiosa Rekatama media, 2004), hlm. 49,

⁶ Ibid., hlm 50

⁷ Jalaludin Rakhmat. *Psikologi Komunikasi*, Cet 2(Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 17.

1) Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Dalam efek kognitif membahas mengenai bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Informasi adalah segala sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi. Informasi yang kita peroleh berfungsi membentuk kepastian dikepala kita dan kepastian ini membuat dunia kita menjadi terang. Kepastian membuat orang menjadi dapat merancang perilaku tertentu sesuai dengan konteks yang dihadapi.⁸

2) Efek afektif

Efek afektif kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan hanya sekedar memberitahu kepada khalayak agar menjadi tahu tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu. Setelah mengetahui informasi yang diterimanya, khalayak diharapkan dapat merasakannya. Seperti perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya.

3) Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan media massa:⁹

⁸ Riswandi, *Psikologi Komunikasi*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 113.

⁹ Karlinah, *Komunikasi Massa*, hlm. 8.11

a) Suasana emosional

Suasana emosional yang mendahului terpaan stimulus mewarnai respon kita pada stimulus itu. Respon orang terhadap sebuah film, sinetron televisi atau sebuah novel akan dipengaruhi oleh suasana emosionalnya.

b) Skema kognitif

Skema kognitif merupakan naskah yang ada dalam pikiran kita yang menjelaskan tentang alur peristiwa.

c) Suasana terpaan

Suasana terpaan merupakan kepercayaan yang dibangun setelah melihat sebuah tayangan.

d) Predisposisi individual

Tanggapan terhadap tayangan yang disaksikan berdasarkan karakteristik individu, seperti melankolis, periang, dan lainnya.¹⁰

e) Faktor identifikasi

Menunjukkan sejauh mana seseorang merasa terlibat dengan tokoh yang ditonjolkan dalam media massa.¹¹

¹⁰ Rosalinda, Hilda Marisa (2018) *PENGARUH TERPAAN VIDEO FEAR AND FREEDOM ROHINGYA TERHADAP PERSEPSI PELAJAR TENTANG UMAT BUDDHA DI MALANG* Studi Eksperimen pada Pelajar SMA Negeri 4 Malang. University of Muhammadiyah Malang.

¹¹ Rosalinda, Hilda Marisa (2018) *PENGARUH TERPAAN VIDEO FEAR AND FREEDOM ROHINGYA TERHADAP PERSEPSI PELAJAR TENTANG UMAT BUDDHA DI MALANG* Studi Eksperimen pada Pelajar SMA Negeri 4 Malang. University of Muhammadiyah Malang.

c. Efek konatif

Media massa memiliki efek yang kuat hingga pada tahap perilaku atau bisa disebut juga efek behavioral. Efek konatif merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Media memberikan informasi kepada khalayak yang kemudian diproses dalam otak sebagai informasi atau pengetahuan baru, kemudian menghasilkan rasa sedih, senang bahkan iba, dan direpresentasikan pada tindakan yang nyata.¹²

d. Efek behavioral

Merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Adegan kekerasan dalam televisi atau film akan menyebabkan orang menjadi bringas. Siaran kesejahteraan keluarga yang banyak disiarkan dalam televisi menyebabkan para ibu rumah tangga memiliki keterampilan baru. Pernyataan ini mencoba mengungkapkan tentang efek komunikasi massa pada perilaku khalayaknya. Pada tindakan dan gerakan yang tampak dalam kehidupan mereka sehari-hari.¹³

2. Teori S-O-R

Dalam penelitian ini menggunakan teori SOR (Stimulus, Organism, Respon), objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen seperti sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi, dan konasi. Menurut stimulus respon ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi

¹² Rosalinda, Hilda Marisa (2018) *PENGARUH TERPAAN VIDEO FEAR AND FREEDOM ROHINGYA TERHADAP PERSEPSI PELAJAR TENTANG UMAT BUDDHA DI MALANG* Studi Eksperimen pada Pelajar SMA Negeri 4 Malang. University of Muhammadiyah Malang.

¹³ Karlinah. Komunikasi massa, hlm.8.14

khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi, jadi unsur dalam teori ini adalah:



Berdasarkan gambar tersebut menunjukkan bahwa: stimulus merupakan rangsangan atau dorongan sehingga unsur stimulus dalam teori ini adalah video traveling Dekjaw Sabar. Sedangkan organism adalah penerima atau komunikasi dalam penelitian ini adalah Anggota Komunitas APES (Anak Pondok Edan Scooter). Dan efek atau respon merupakan reaksi yang didapat setelah mendapatkan stimulus dalam hal ini adalah minat berwisata. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikasi terdapat dua kemungkinan, yakni diterima dan ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikasi. Proses berikutnya komunikasi mengerti. Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya sehingga timbul efek dari sebuah pesan yang telah disampaikan. Teori ini berdasarkan asumsi bahwa efek atau respon tergantung dari rangsangan (stimulus).¹⁴

¹⁴ Rosalinda, Hilda Marisa (2018) *PENGARUH TERPAAN VIDEO FEAR AND FREEDOM ROHINGYA TERHADAP PERSEPSI PELAJAR TENTANG UMAT BUDDHA DI MALANG* Studi Eksperimen pada Pelajar SMA Negeri 4 Malang. University of Muhammadiyah Malang.

3. Intensitas Menonton

Mempengaruhi tindakan dan sikap penonton. Penonton dapat melihat konten yang disajikan dalam setiap akun youtube sehingga penonton akan mendapat rangsangan dari pesan yang disampaikan. Sebuah pesan dalam media akan menimbulkan efek bagi penonton baik sikap maupun tindakan. Intensitas menonton youtube berarti kegiatan seseorang dalam melihat youtube sebagai portal video secara berulang ulang dalam kurun waktu tertentu. Menonton adalah melihat atau menyaksikan.¹⁵

Sardji menjabarkan bahwa menonton adalah suatu proses yang disadari atau tidak disadari penonton bahwa mereka berada di alam yang samar yang dihadapkan pada tumpuhan cahaya gambar bergerak diatas layar yang akan menimbulkan emosi, pikiran, dan perhatian manusia yang dipengaruhi tayangan-tayangan yang ditonton.

Intensitas adalah suatu kegiatan yang dilakukan secara terus menerus atau berulang ulang.¹⁶ Kata intensitas berasal dari Bahasa Inggris yaitu intense yang berarti semangat atau giat.¹⁷ Menurut Ajzen (1991) intensitas merupakan suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan tindakan tertentu.¹⁸ Seseorang yang melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah pada pola tindakan dan perilaku yang sama, yang didalamnya

¹⁵ Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 678

¹⁶ Ikmal Mahyudi, *Hubungan Intensitas Menonton Acara On The Spot Trans7 dengan Tingkat Ilmu pengetahuan Siswi Kelas 2 SMP 23 Pekanbaru*, Skripsi (Riau: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2014), hlm. 8.

¹⁷ John M. Echos dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: Pt. Gramedia, 2000), hlm. 326.

¹⁸ Ajzen. *Attitude, Personality, and Behavior*. Milton Keyhes. Open University:1991.

adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhannya.

Sesuatu yang menyangkut tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu memiliki jumlah volume tindakan yang dikatakan memiliki intensitas. Pengukuran intensitas itu menyangkut sikap atau tindakan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang sebagai objek yang terarah pada objek. Indikator intensitas menurut Ajzen adalah sebagai berikut.¹⁹

a. Perhatian

Ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini digambarkan dengan adanya stimulus yang dating, kemudian stimulus tersebut direpon, dan responnya berupa tersiratnya perhatian individu terhadap objek yang dimaksud. Perhatian dalam menonton youtube berupa tersiratnya perhatian maupun waktu dan tenaga individu untuk menonton adegan-adegan yang disajikan.

b. Penghayatan

Penghayatan dapat berupa pemahaman dan penyerapan akan sesuatu informasi dan kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu yang bersangkutan.

Dalam menonton youtube penghayatan meliputi pemahaman dan penyerapan akan adegan serta pesan dalam tayangan youtube, kemudian dijadikan informasi baru yang kemudian disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu yang bersangkutan.

¹⁹ Kautsar Intan Kumala Dewi, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Hijab Traveller di Trans Tv dengan Perilaku Memakai Jilbab Siswi Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Muhammadiyah Sawangan*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2017), hlm. 16-17

c. Durasi

Lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk melakukan perilaku atau kegiatan yang menjadi target. Durasi menonton youtube berarti membutuhkan waktu, lamanya selang waktu yang dibutuhkan untuk menonton sebuah tayangan youtube.

d. Frekuensi

Banyaknya pengeluaran perilaku menjadi target. Menonton youtube dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda-beda tergantung individu dalam menginginkan informasi tergantung pada individu yang bersangkutan.

4. Minat

Menurut Hilgard yang dikutip oleh Slameto mengatakan bahwa minat adalah kecenderungan yang tetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa kegiatan. Kegiatan yang diminati seseorang diperhatikan terus-menerus yang disertai dengan rasa senang.²⁰

Dan menurut Saleh minat adalah suatu kecenderungan untuk memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut dengan disertai perasaan senang.

Jadi minat merupakan kecenderungan atau arah keinginan terhadap sesuatu untuk memenuhi dorongan hati, minat merupakan dorongan dari dalam diri yang mempengaruhi gerak atau kehendak terhadap sesuatu, merupakan dorongan kuat bagi seseorang untuk melakukan segala sesuatu

²⁰ Ayu Litta Martin, *Pengaruh Akun Instagram @Expose Banten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten*, Skripsi (Banten: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018), hlm. 26-28

yang mewujudkan pencapaian tujuan dan cita-cita yang menjadi keinginannya. Minat memiliki unsur-unsur antara lain: perhatian, persiapan, keingintahuan, kesiapan bertindak, dan kecenderungan untuk terlibat.²¹

Walgitto mendefinisikan sebagai pemuatan atau konsentrasi dari seluruh aktivitas individu yang ditujukan kepada suatu objek.²² Menurut Andersen perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Sehingga jika pengguna jejaring sosial youtube memusatkan perhatiannya pada channel youtube @Dekjaw Sabar yang akan timbul pemahaman dari apa yang ditampilkan channel tersebut. Keingintahuan muncul ketika seseorang telah memfokuskan konsentrasinya pada suatu objek dalam penelitian ini adalah channel youtube @Dekjaw Sabar, keingintahuan muncul ditandai dengan bertambahnya pengetahuan dan informasi yang didapat dari channel youtube @Dekjaw Sabar.

Selanjutnya timbul perasaan dalam diri individu, ketertarikan adalah proses yang dialami setiap individu tetapi sulit dijelaskan. Tertarik adalah suka atau senang, tetapi belum melakukan aktivitas. Winkell mendefinisikan rasa tertarik sebagai penilaian positif terhadap suatu

²¹ Ayu Litta Martin, *Pengaruh Akun Instagram @Expore Banten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten*, Skripsi (Banten: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018), hlm. 26-28

²² Ayu Litta Martin, *Pengaruh Akun Instagram @Expore Banten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten*, Skripsi (Banten: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018), hlm. 26-28

objek.²³ Rasa tertarik merupakan rasa yang dimiliki setiap individu dalam ungkapan suka, senang dan simpati terhadap sesuatu sebelum melakukan aktivitas, sebagai penilaian positif atau suatu objek. Sehingga ditandai dengan perasaan suka dan ketertarikan pada sesuatu, yang dalam perasaan ini perasaan suka dan tertarik untuk melakukan travelling setelah melihat channel youtube @Dekjaw Sabar. Kesiapan bertindak adalah dimana individu mempunyai keinginan meniru dan mencontoh dari apa yang ditampilkan, dengan kata lain dalam penelitian ini dimana individu mempunyai keinginan untuk bertindak melakukan travelling sesuai dengan pengaruh channel youtube @Dekjaw Sabar.

Kecenderungan untuk terlibat dapat dikatakan sebagai situasi dimana individu mempunyai keinginan untuk mengunjungi berbagai tempat wisata yang ditampilkan dan mengikuti apa yang akun youtube @dekjaw Sabar lakukan, sebagai contoh individu dari anggota komunitas Apes mengunggah video mereka saat melakukan travelling ke jejaring sosial youtube.

5. Akun @Dekjaw Sabar

@Dekjaw Sabar merupakan akun channel youtube dari sekian banyak channel yang mempromosikan pariwisata dan kegiatan sosial keliling Indonesia menggunakan kendaraan bermotor yaitu vespa. Peran akun channel youtube @Dekjaw Sabar sebagai promosi wisata-wisata yang sangat indah di Indonesia, dengan subscriber sebanyak 278.000 (pada

²³ Winkell, *Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar*. Jakarta: Gramedia. 1983. Hal.30.

21 Juli 2018) dan juga telah memposting 114 video yang berkaitan dengan travelling keliling Indonesia dari Sabang sampai Merauke.

Dari hasil komunikasi antara peneliti dengan pemilik channel youtube @Dekjaw Sabar adalah untuk memperkenalkan berwisata keliling Indonesia dengan mengendarai vespa yang diimbangi dengan kegiatan sosial kepada seluruh masyarakat Indonesia terutama para pengguna vespa. Respon dari masyarakat umum dan para pengguna vespa menurut Dekjaw Sabar yaitu sangat baik, tidak sedikit dari mereka ikut mensupport akun channel youtube @Dekjaw Sabar untuk dijadikan referensi tujuan travelling keliling Indonesia dengan mengendarai vespa.

6. Santri Pesantren

Menurut KH. Sahal Mahfudz pesantren mempunyai jiwa watak yang jarang ditemui pada lembaga pendidikan lain, yakni watak islami yang kuat, watak sosial kemasyarakatan, watak kemandirian, jiwa perjuangan, bermusyawarah, dan lebih dari itu adalah watak ikhlas.²⁴ Dari segi fisik, pesantren merupakan sebuah kompleks pendidikan yang didalamnya terdiri dari susunan bangunan dilengkapi dengan sarana prasarana pendukung penyelenggaraan pendidikan.

Fungsi dan peran pesantren dapat diukur dari bahan ajar yang disuguhkan kepada para santri. Karena bahan ajar merupakan bagian kurikulum yang dapat membentuk mindset dan kiprah santri di tengah masyarakat kelak. Setidaknya setiap pesantren membekali para santri dengan 6 pengetahuan, yaitu: ilmu syariah, ilmu empiris, ilmu yang

²⁴ Sahal Mahfudz, *Nuansa Fiqih Sosial* (Yogyakarta: LKIS< 2004), 329.

membuat kemampuan berpikir kritis dan berwawasan luas, ilmu Pembina budi pekerti, latihan keterampilan kemasyarakatan, dan pengembangan mental karakternya.²⁵

Santri secara umum adalah sebutan bagi seseorang yang mengikuti pendidikan Ilmu Agama Islam di suatu tempat yang dinamakan Pesantren, biasanya menetap di tempat tersebut hingga pendidikannya selesai. Menurut Nurcholis Madjid, asal usul kata “Santri” dapat dilihat dari dua pendapat. Pertama, pendapat yang mengatakan bahwa “Santri” berasal dari kata “sastri”, sebuah kata dari Bahasa sansekerta yang artinya melek huruf. Pendapat ini menurut Nurcholis Madjid didasarkan atas kaum santri kelas liberary bagi orang Jawa yang berusaha mendalami agama melalui kitab-kitab bertulisan dan berbahasa Arab. Kedua, pendapat yang mengatakan bahwa perkataan santri sesungguhnya berasal dari Bahasa Jawa, dari kata “santri” berarti seseorang yang selalu mengikuti seorang guru kemana guru ini pergi menetap.²⁶ Disisi lain, Zamkhasyari Dhofier berpendapat bahwa, kata “Santri” dalam Bahasa India berarti orang tahu buku-buku suci agama Hindu, atau seorang sarjana ahli kitab suci agama Hindu. Atau secara umum dapat diartikan buku-buku suci, buku-buku agama, atau buku-buku tentang ilmu pengetahuan.²⁷

Santri adalah para siswa yang mendalami ilmu-ilmu agama di pesantren baik dia tinggal di pondok maupun pulang setelah selesai waktu

²⁵ Abdul Hakim Sudarnyoto, *Bunga Rampai Pemikiran Islam Kebangsaan* (Jakarta: Baitul Muslimin, 2008), 27.

²⁶ Yasmadi, *Modernisasi Pesantren: Kritik Nurcholis Madjid Terhadap Pendidikan Islam Tradisional* (Jakarta: Ciputat Press, 2005), 61.

²⁷ Zamkhasyari Dhofier, *Tradisi Pesantren* (Cet. II; Jakarta Mizan), 18.

belajar zamkhasyari Dhofier membagi menjadi dua kelompok sesuai dengan tradisi pesantren yang diamatinya, yaitu:²⁸

- a. Santri mukim, yaitu para santri yang menetap di pondok, biasanya diberikan tanggung jawab mengurus kepentingan pondok pesantren. Bertambah lama tinggal di pondok, statusnya akan bertambah, yang biasanya diberi tugas oleh kyai untuk mengajarkan kitab-kitab dasar kepada santri-santri yang lebih junior.
- b. Santri kalong, yaitu santri yang selalu pulang setelah selesai belajar atau kalua malam ia berada di pondok dan kalau siang pulang kerumah.

F. Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban atau dugaan sementara atas permasalahan penelitian yang memerlukan data atau menguji kebenarannya. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Hipotesis dalam penelitian ini adalah:

H^a : adanya pengaruh menonton video traveling channel youtube “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota komunitas Apes (anak pondok edan scooter).

H^0 : Tidak terdapat pengaruh menonton video traveling channel youtube “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota komunitas Apes (anak pondok edan scooter).

²⁸ Harun Nasutionet. *Al, Ensiklopedia Islam* (Jakarta: Depag RI, 1993), 1036.

G. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran umum rencana penyusunan bab yang akan diuraikan dalam skripsi ini, adapun sistematik terdiri dari 5 bab dengan uraian sebagai berikut:

BAB I: PENDAHULUAN

Merupakan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

BAB II: METODE PENELITIAN

Metode penelitian meliputi jenis analisis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, validitas, reliabilitas, dan analisis data.

BAB III: GAMBARAN UMUM

Bab ini tentang gambaran umum sejara komunitas Apes, visi, misi dan letak geografis.

BAB IV: HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memaparkan hasil analisis data yang telah diperoleh dari responden, yang terdiri dari deskripsi data penelitian, pengujian validitas dan uji reabilitas.

BAB V: PENUTUP

Bab ini berisi kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang telah ditulis pada bagian awal penelitian, serta saran untuk penelitian selanjutnya.

BAB V

PENUTUP

Setelah dilakukan analisis data dan pembahasan, penelitian berjudul Pengaruh Menonton Video Channel Youtube “Dekjaw Sabar” Terhadap Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes (anak pondok edan scooter) maka kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian yang dilakukan dan saran akan diuraikan sebagai berikut:

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dan pembahasan mengenai Pengaruh Menonton Video Channel *Youtube* “Dekjaw Sabar” Terhadap Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis dari variabel Intensitas Menonton, tingkat intensitas menonton video channel *youtube* “Dekjaw Sabar” pada anggota komunitas Apes termasuk dalam kategori sedang yaitu sebanyak 70%. Dihitung dari masing-masing indikator perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi berada pada taraf sedang. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa anggota Komunitas Apes tidak hanya didasarkan menonton video channel *youtube* “Dekjaw Sabar” saja akan tetapi juga dari faktor lain.
2. Berdasarkan hasil analisis dari variabel Minat Berwisata Anggota Komunitas Apes termasuk dalam kategori sedang yaitu sebanyak 81%. Dihitung dari masing-masing indikator kognitif, afektif, dan konatif. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa isi pesan dalam video channel

youtube “Dekjaw Sabar” mampu menarik ketertarikan dalam berwisata pada anggota Komunitas Apes.

3. Berdasarkan hasil analisis koefisien korelasi Product Moment, terdapat pengaruh menonton video channel *youtube* “Dekjaw Sabar” terhadap minat berwisata anggota Komunitas Apes. Hasil perhitungan *pearson product moment* menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,404 dan nilai signifikansi 0,001. Maka H_a (Hipotesis Alternatif) diterima dan H_0 (Hipotesis Nol) ditolak.

B. Saran

Melihat penelitian yang dilakukan, ada beberapa saran yang diajukan oleh peneliti sehingga dapat dijadikan pertimbangan yaitu:

1. Bagi masyarakat umum, bahwa anak pondok atau santri bisa tertarik kepada kegiatan travelling dan melakukan kegiatan sosial diluar dari kegiatan pondok pesantrennya.
2. Untuk anggota komunitas Apes, pertahankan kegiatan travelling dengan melibatkan banyak kegiatan positif seperti melakukan kegiatan sosial yang melibatkan ilmu agama yang sudah didapat dari pondok pesantren.
3. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar mampu melakukan penelitian yang lebih baik dan bervariasi dengan variabel-variabel lain yang berpengaruh dalam minat berwisata untuk para santri karena menonton tayangan channel *youtube* “Dekjaw Sabar”

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Hakim Sudarnyoto, *Bunga Rampai Pemikiran Islam Kebangsaan* (Jakarta: Baitul Muslimin, 2008), hlm. 27.
- Ahmad, Norzieiriani, Azizah Omar, T. Ramayah.(2010). Consumer Lifestyle and Online Shopping Continuance Intention, [Online] tersedia: <http://emeraldinsight.com/journals> [15 Juli 2013] (Ahmad, Omar, & Ramayah, 2011).
- Ajzen,I. 1991. The Theory of Plsnned Behaviour. *Organizational Behaviour and Human Decision Processes*.
- Ayu Litta Martin, *Pengaruh Akun Instagram @Expore Banten Terhadap Minat Berkunjung (Traveling) ke Tempat Wisata di Banten*, Skripsi (Banten: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, 2018), hlm. 26-28
- Eko Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2006), hlm. 678.
- Elvinaro A. dan Lukiat K.E: *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. (Bandung: simbiosa Rekatama media, 2004), hlm. 49.
- Erwan Agus Purwanto, Ph.D, Dyah Ratih Sulistyastuti, M.Si. *Metode Penelitian Kuantitatif:Untuk Administrasi Publik Dan Masalah Sosial*, (Yogyakarta : Penerbit gava media, 2017), hlm.40.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariat Dengan Program SPSS*, ed.2, cet.3. (Semarang: Universitas Diponegoro, 2005). hlm. 16.

Hastuti, Tri. "Pengaruh struktur modal dan ukuran perusahaan terhadap kinerja keuangan pada perusahaan tekstil dan garmen yang terdaftar di bursa efek indonesia periode 2010-2014". *Jurnal online mahasiswa FISIP*, vol. 4:2 (Oktober, 2017), hlm. 1-7.

Harun Nasutionet, Al Ensiklopedia Islam (Jakarta: Depag RI, 1993), 1036.

Husaini U. dan R. Purnomo Setiady Akbar, *Pengantar Statistika* (PT Bumi Aksara, Jakarta, 2009) hlm: 181.

Ikmal Mahyudi, *Hubungan Intensitas Menonton Acara On The Spot Trans7 dengan Tingkat Ilmu pengetahuan Siswi Kelas 2 SMP 23 Pekan Baru*, Skripsi (Riau: Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi, 2014).

Jalaludin, Rakhmat: *Psikologi Komunikasi*, ed. 2, Cet 2 (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2013), hlm. 17.

John M. Echos dan Hasan Shadily, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: PT. gramedia,2000), hlm. 326.

Karinah S, Ardianto E, Komala L. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. (Bandung, Univeristas Terbuka), hlm. 8.11.

Kautsar Intan Kumala Dewi, *Hubungan Intensitas Meonton Tayangan Hijab Traveller di Trans Tv dengan Perilaku Memakai Jilbab Siswi Kelas XI Jurusan Tata Busana SMK Muhammdyah Sawangan*, Skripsi (Yogyakarta: Fakultas Dakwah dan Komunikasi, 2017).

Munawar Syamsudin Aan, *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), hlm. 171.

Mustika Elli Rini, Ayub Ilfandy Imran, *Pengaruh Terpaan Tayangan Traveling Channel Di Youtube Terhadap Minat Berwisata Subscribers Di Indonesia* (Surabaya: Universitas Telkom Indonesia, 2017), hlm. 939.

Nanang Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2012). hlm. 20.

Rachmat Kriyantono, *Teknik Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Group, 2006). hlm.59.

Riswandi. *Psikologi Komunikasi*, ed. 1, cet. 1 (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2013), hlm. 113.

Rosalinda, Hilda Marisa, *pengaruh terpaan video fear and freedom rohingya terhadap persepsi pelajar tentang umat buddha di malang studi eksperimen pada pelajar sma negeri 4 malang*. University of Muhammadiyah Malang.

Singarimbun. Masri. dan Sofyan Efendi. 1985 *Metode Penelitian Survey*, Jakarta LP3ES

Supranto, Lima Krisna. *Perilaku Konsumen dan strategi pemasaran untuk memenangkan persaingan bisnis* (Jakarta: Mitra Wacana Media, 2007), hlm. 291.

Sahal Mahfudz, *Nuansa Fiqih Sosial* (Yogyakarta: LKIS, 2004), hlm 329.

Suharsimi Arikunto, *Manajemen Penelitian*, (Jakarta: Rineka Cipta, 2010), hlm. 134.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif RND* (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm. 93.

Tulus Winarsunu, *Statistik Dalam Penelitian Psikologi&Pendidikan*, (Malang: Univ. Muhammadyah, 2002), hlm. 11

Yasmadi, *Modernisasi Pesantren: Kritik Nurcholis Madjid Terhadap Pendidikan Islam Tradisional* (Jakarta: Ciputat Press, 2005), hlm. 61.

Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel hingga Instrumentasi* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009), hlm. 99.

Zamkhasyari Dhofier, *Tradisi Pesantren*, ed. 2, cet. 2 (Jakarta: Al-Mizan), hlm. 18.

