

Pengaruh Konten Vlog “*Kimbab Family*” Terhadap Pengetahuan

Subscribers Mengenai Parenting



SKRIPSI

Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta

untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh

Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi

Ines Aryani Pangestuti

17107030078

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS ILMU SOSIAL & HUMANIORA

UIN SUNAN KALIJAGA

2021

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama Mahasiswa : Ines Aryani Pangestuti

Nama Induk : 17107030078

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Konsentrasi : Public Relations

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi saya ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi, dan skripsi saya ini adalah asli hasil karya/ penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/ penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 06 Desember 2021

Yang Menyatakan,



The image shows a red rectangular meter stamp with the text 'METERAL TEMPEL' and a unique code '9DC4DAJK00519875'. A handwritten signature in black ink is written over the stamp.

NIM 17107030078



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

NOTA DINAS PEMBIMBING
FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal : Skripsi

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
UIN Sunan Kalijaga
Di Yogyakarta

Assalamu'alaikum Wr. Wb

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Ines Aryani Pangestuti
NIM : 17107030078
Prodi : Ilmu Komunikasi
Judul :

**PENGARUH KONTEN VLOG "KIMBAB FAMILY" TERHADAP PENGETAHUAN
SUBSCRIBERS MENGENAI PARENTING**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggung-jawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb

Yogyakarta, 6 Desember 2021

Pembimbing

Lukman Nusa, M.I.Kom

NIP. 19861221 201503 1 005



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-988/Un.02/DSH/PP.00.9/12/2021

Tugas Akhir dengan judul : Pengaruh Konten Vlog "Kimbab Family" Terhadap Pengetahuan Subscribers Mengenai Parenting

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : INES ARYANI PANGESTUTI
Nomor Induk Mahasiswa : 17107030078
Telah diujikan pada : Kamis, 16 Desember 2021
Nilai ujian Tugas Akhir : A/B

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Lukman Nusa, M.I.Kom.

SIGNED

Valid ID: 61cc0a86db49b

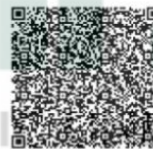


Penguji I

Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si

SIGNED

Valid ID: 61cc0eb80274b



Penguji II

Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M. Si.

SIGNED

Valid ID: 61c5666631b51



Yogyakarta, 16 Desember 2021

UIN Sunan Kalijaga

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.

SIGNED

Valid ID: 61cc211c3ac8b

MOTTO

Respect your efforts, respect yourself.

Self-respect leads to self-discipline. When you have both firmly under your belt,
that's real power – **Clint Eastwood**

Impian yang besar harus disertai usaha dan do'a yang besar pula- **Ibu**



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

HALAMAN PERSEMBAHAN

Skripsi ini dipersembahkan kepada:

Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim, Assalamu'alaikum wr.wb

Puji Syukur kehadiran Allah SWT yang telah memberikan nikmat, karunia dan hidayah-Nya sehingga penelitian ini dapat terselesaikan. Shalawat serta salam juga tidak lupa tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah menyelamatkan kita dari alam jahiliyah.

Skripsi ini berisi kajian singkat tentang “Pengaruh Konten Vlog *Kimbab Family* Terhadap Pengetahuan Subscriber Mengenai Parenting”. Penulisan skripsi ini masih sangat jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat dibutuhkan demi perbaikan penelitian selanjutnya.

Penyusunan Skripsi ini tidak terlepas dari bantuan, bimbingan dan dorongan dari banyak pihak. Maka dari itu, melalui kesempatan ini dengan segala kerendahan hati peneliti mengucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Mochammad Sodik, S. Sos., M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Dr. Rama Kertamukti, S. Sos., M.Sn selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Niken Puspitasari, S.IP., M.A selaku Dosen Pembimbing Akademik, yang telah membantu kegiatan akademik selama proses perkuliahan.
4. Lukman Nusa, M.I.Kom selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah sabar, meluangkan waktu, mencurahkan tenaga dan pikiran untuk membimbing

penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan. Semoga apa yang telah bapak berikan menjadi amal jariyah yang tidak akan pernah putus.

5. Fajar Iqbal, S.Sos., M.Si selaku Dosen Penguji 1 dan Dr. Fatma Dian Pratiwi, S.Sos M.Si. selaku Dosen Penguji 2 yang telah memberikan saran dan masukan yang membangun untuk memperbaiki penelitian ini.
6. Segenap dosen dan karyawan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
7. Keluarga saya Bapak Sohiran dan Ibu Suratmi, Simbah kakung Dalijo, simbah putri Sudiyah, dan adik saya Rahma Annisa yang senantiasa mendo'akan dan memberi dukungan baik moral dan materil sehingga penelitian ini dapat terselesaikan.
8. Teman-teman Ilmu Komunikasi C yang telah sama-sama saling mendukung satu sama lain selama masa perkuliahan. Terutama Ngopi Say yang selalu kompak dalam berwacana dan bersuara toa.
9. Rekan saya yang selalu mendengarkan keluh kesah kehidupan dan tak bosan memberi saya semangat Wanzul Umarul Husaini dan Rosita Dian Hidayati.
10. Kepada semua pihak yang telah membantu semoga perbuatan tersebut tercatat sebagai amal baik disisi Allah SWT, Aamiin.

Wassalamu 'alaikum wr.wb

Yogyakarta, 4 Desember 2021

Peneliti,

Ines Aryani Pangestuti
NIM: 17107030078

DAFTAR ISI

SURAT PERNYATAAN	i
NOTA DINAS PEMBIMBING.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan Penelitian.....	11
D. Manfaat Penelitian.....	11
1. Manfaat Teoritis	11
2. Manfaat Praktis.....	11
E. Telaah Pustaka	12
F. Landasan Teori	15
1. Teori Kultivasi (<i>Cultivation Theory</i>).....	15
2. Konten Vlog	17
3. YouTube	20
4. <i>Parenting</i>	21
5. Pengetahuan <i>Parenting</i>	24
G. Kerangka Pemikiran.....	28
H. Hipotesis	30
I. Metodologi Penelitian.....	30
1. Metode Penelitian.....	30

2. Populasi dan Teknik Sampling.....	31
3. Definisi Operasional.....	34
4. Teknik Pengumpulan Data	38
5. Skala Pengukuran	38
6. Uji Validitas dan Reliabilitas	40
7. Uji Asumsi	42
8. Uji Analisis Data	43
BAB II GAMBARAN UMUM	
A. Istilah Pada YouTube	45
B. Profil Keluarga “ <i>Kimbab Family</i> ”	46
C. <i>Parenting ala Kimbab Family</i>	49
BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Deskripsi Penelitian	51
B. Karakteristik Responden	52
1. Usia.....	52
2. Lama Waktu <i>Subscribe</i>	53
C. Uji Validitas dan Reliabilitas	53
1. Uji Validitas	53
2. Uji Reliabilitas.....	56
D. Deskripsi dan Pemaknaan Data	58
E. Uji Asumsi.....	88
1. Uji Normalitas	88
2. Uji Linearitas	89
3. Uji Heteroskedastisitas	90
F. Uji Analisis Data	91
1. Analisis Regresi Linear Sederhana.....	91
2. Uji Hipotesis.....	95
G. Pembahasan.....	96
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	101
B. Saran.....	102
DAFTAR PUSTAKA	103

LAMPIRAN.....	105
----------------------	------------



DAFTAR TABEL

Tabel 1 : Telaah Pustaka	12
Tabel 2 : Definisi Operasional	33
Tabel 3 : Usia Responden	49
Tabel 4 : Lama Waktu Subscribe	50
Tabel 5 : Hasil Uji Validitas Variabel X	52
Tabel 6 : Hasil Uji Validitas Variabel Y	53
Tabel 7 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel X	54
Tabel 8 : Hasil Uji Reliabilitas Variabel Y	54
Tabel 9 : Konten Kreator Mampu Membuat Saya Percaya Dengan Konten Yang Diunggah	55
Tabel 10 : Konten Kreator Tidak Berusaha Memanipulasi Penonton	56
Tabel 11 : Konten kreator mampu membuat saya tertarik untuk terus menonton konten yang diunggah	60
Tabel 12 : Konten kreator pada akun tersebut mampu membuat konten yang saya senangi.....	61
Tabel 13 : Saya tertarik dengan penampilan vlogger pada setiap konten yang diunggah.....	62
Tabel 14 : Saya tertarik dengan cara konten kreator dalam menyampaikan isi dan informasi kepada penonton	63
Tabel 15 : Saya tertarik dengan keramahan konten kreator pada setiap video yang diunggah.....	64
Tabel 16 : Konten kreator mampu membuat konten sesuai dengan minat penonton	65
Tabel 17 : Saya mengagumi isi konten yang diunggah.....	66
Tabel 18 : Saya kagum dengan vlogger karena mampu membuat konten yang bagus	67
Tabel 19 : Saya tertarik menonton pada akun tersebut karena setiap konten yang diunggah memiliki hal-hal baru yang menarik	68

Tabel 20 : Saya tertarik dengan konten yang diunggah karena selalu kreatif.....	68
Tabel 21 : Saya tertarik dengan isi konten yang diunggah karena berbeda dengan akun youtube lain	69
Tabel 22 : Dengan adanya question dan answer (Q&A) saya lebih mengerti isi konten.....	70
Tabel 23 : Saya dapat mengerti isi konten dalam akun youtube tersebut karena bersifat dua arah dengan menyediakan kolom komentar sebagai tempat diskusi penonton.....	71
Tabel 24 : Saya mengerti isi konten karena bahasa yang digunakan mudah dipahami.....	72
Tabel 25 : Saya dapat menerima informasi mengenai parenting dengan melihat praktik yang dilakukan vlogger pada konten yang diunggah.....	73
Tabel 26 : Saya dapat menerima informasi mengenai parenting melalui kata-kata atau verbal yang diucapkan vlogger pada konten yang diunggah.....	74
Tabel 27 : Saya merasa terhibur dengan konten mengenai keluarga/ parenting...	75
Tabel 28 : Saya tidak merasa bosan dengan konten keluarga yang diunggah pada akun tersebut	76
Tabel 29 : Komunikasi dengan anak dapat terbangun dengan bermain bersama .	77
Tabel 30 : Saya dapat mengetahui minat anak dengan bermain dengan mereka..	78
Tabel 31 : Saya tahu bahwa permainan edukatif dapat membantu anak untuk belajar.....	78
Tabel 32 : Saya tahu bagaimana melatih anak menjaga kebersihan, kesehatan, dan gaya hidup sehat.....	79
Tabel 33 : Saya tahu bagaimana menciptakan suasana yang menyenangkan dalam mewujudkan kebiasaan kepada anak	80
Tabel 34 : Saya tahu bagaimana menjelaskan alasan dan manfaat dari semua peraturan dan rutinitas yang dibuat untuk anak (cth: makan tepat waktu agar cukup energi untuk berkegiatan)	81
Tabel 35 : Saya tahu bagaimana menenangkan anak ketika sedang frustrasi	82

Tabel 36 : Saya memberikan pujian terhadap prestasi yang dicapai oleh anak-anak	82
Tabel 37 : Saya tahu cara berempati dengan perasaan, keinginan serta perasaan yang ingin diungkapkan oleh anak.....	83
Tabel 38 : Saya tahu bahwa sangat penting untuk memberi waktu bagi anak untuk melepaskan diri dari kemarahan dan memberi waktu jeda untuk berpikir akan perbuatannya	84
Tabel 39 : Saya tahu bagaimana menjelaskan dan menjawab pertanyaan anak seputar rutinitas yang selalu dilakukan	85
Tabel 40 : Saya tahu bahwa perlu memperingatkan anak saat harus bergiliran kegiatan dengan temannya	86
Tabel 41 : Saya tahu bagaimana memberikan dorongan agar anak dapat percaya diri dengan keinginannya	86
Tabel 42 : Saya tahu bagaimana menunjukkan kehangatan, cinta, perawatan dan kasih sayang kepada anak melalui bahasa tubuh	87
Tabel 43 : Saya tahu bagaimana menunjukkan kehangatan, cinta, perawatan dan kasih sayang kepada anak melalui nada bicara	88
Tabel 44 : Hasil Uji Normalitas	89
Tabel 45 : Hasil Uji Linearitas	90
Tabel 46 : Hasil Uji Heteroskedastisitas	91
Tabel 47 : Analisis Koefisien Korelasi Konten Vlog Terhadap Pengetahuan <i>Subscribers</i> Mengenai <i>Parenting</i>	92
Tabel 48 : Interpretasi Koefisien Korelasi	92
Table 49 : Hasil Uji Signifikan	93
Tabel 50 : Hasil Koefisien Regresi Linear Sederhana	94
Tabel 51 : Hasil Uji Hipotesis	95

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 : Platform Media Sosial Yang Paling Aktif Di Indonesia.....	3
Gambar 2 : Channel YouTube <i>Kimbab Family</i> Per 30 Desember 2020.....	5
Gambar 3 : Komentar Penonton Tentang Konten <i>Kimbab Family</i>	8
Gambar 4 : Kerangka Pemikiran.....	29
Gambar 5 : Foto <i>Kimbab Family</i>	46
Gambar 6 : Channel YouTube <i>Kimbab Family</i> Per 30 Desember 2020.....	48



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner Penelitian.....	109
Lampiran 2. Jawaban Responden.....	113
Lampiran 3. Uji Validitas.....	117
Lampiran 4. Uji Reliabilitas	127
Lampiran 5. Uji Normalitas	127
Lampiran 6. Uji Linearitas	128
Lampiran 7. Uji Regresi Linear Sederhana.....	128
Lampiran 8 . Curriculum Vitae	129



ABSTRACT

In today's era, digital media is used as a mean of communication along with the increasing internet use by the public. It is a positive impact of communication technology improvement which generates new application related to communication such as social media. One of the most well-known social media is YouTube. YouTube has been a platform which gives people space to create and share various content such as family vlog. This kind of vlog shares some parenting knowledge needed by the society, since this kind of knowledge has not yet widely known. It is reflected by the high number in child abuse.

In the cultivation theory, media has a huge influence in manufacturing perception, values and social change in a society. At first, this theory is concentrated on television and audience study. However, as communication technology improved, this theory can be applied in new media, such as social media.

This research is aimed to analyze the impact of Kimbab Family's vlog on subscribers' knowledge on parenting using survey methods. The sample in this study was taken through random sampling. According to the simple regression linear analysis, it is known that the amount of Kimbab Family's vlog influence on subscribers' knowledge about parenting is 21,9%, while the other 78,1% is influenced by other variables outside this research. In addition, the research obtain significance value $0,000 < 0,05$. Therefore, H_0 is rejected and H_a is accepted.

Keyword : YouTube, Content Vlog, Cultivation, Parenting Knowledge for Subscribers

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

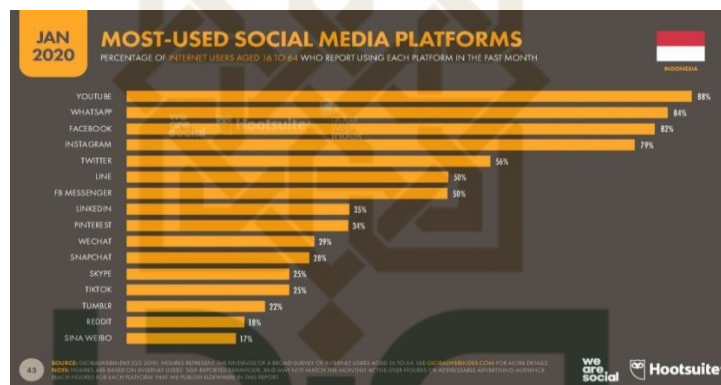
Pada era sekarang ini, media digital digunakan sebagai media komunikasi dengan meningkatnya konsumsi internet oleh masyarakat. Perkembangan internet sudah dianggap bagian dari Teknologi Informasi Komunikasi yang wajib dikuasai oleh masyarakat disebuah negara. Perkembangan internet memiliki pengaruh positif terhadap perkembangan teknologi komunikasi. Salah satu perkembangan teknologi ialah banyaknya aplikasi-aplikasi yang berhubungan dengan komunikasi baik aplikasi sosial media, maupun aplikasi informasi (Maulana, 2021)

Menurut Nasrullah (2015) dalam Widada (2018) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*co- operation*).

Salah satu media sosial yang mendominasi dan banyak digunakan adalah YouTube. YouTube merupakan sebuah situs web video sharing (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Didirikan pada bulan

Februari 2005 oleh orang mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim. Umumnya video-video di YouTube adalah video klip film, TV, serta video buatan para penggunanya sendiri (Tjanatjantia, 2013; Faiqah, 2016)

Gambar 1
Platform Media Sosial Yang Paling Aktif di Indonesia



Sumber : Hootsuite,2020

Data di atas menunjukkan bahwa media sosial seperti YouTube memang menjadi favorit masyarakat Indonesia dengan jumlah pengguna mengakses sekitar 88% dan kemudian diikuti oleh media sosial WhatsApp dengan jumlah akses sebesar 84%, Facebook dengan 82% lalu disusul oleh media sosial Instagram yang mencapai 79%. Dengan hasil tersebut dapat dilihat bahwa pengguna media sosial khususnya YouTube di Indonesia cukup besar.

Dengan popularitas YouTube, melahirkan para konten kreator atau biasa disebut dengan YouTubers yang memiliki pengaruh kuat bagi para *subscribers* dan *viewers* mereka melalui video yang diunggah. Dari sekian

banyak konten kreator di Indonesia mereka mengusung tema konten yang berbeda-beda diantaranya *daily vlogging*, *makeup & beauty*, keluarga, *pranks*, olahraga, *cooking channel*, tutorial, *food hunter*, *travel vlog*, *gaming*, edukasi, *cover lagu*, dan *gadget reviews*. Konten keluarga dapat masuk pula pada kategori *daily vlog* karena menampilkan kegiatan keseharian bersama keluarga. Penelitian yang dilakukan oleh tirta.id pada tahun 2019, genre vlog yang paling menarik dan paling diminati dalam kanal YouTube dengan data yang dihimpun dari Social Blade, yaitu situs penyedia statistik media sosial menunjukkan bahwa genre vlog yang diminati adalah *family vlog* (Kurniawan,2019)

Melalui konten bertema keluarga, secara tidak langsung konten kreator dapat memberikan ilmu *parenting* anak kepada penonton sehingga penonton dapat mengetahui ilmu tersebut. *Parent* dalam *parenting* sendiri memiliki beberapa definisi ibu, ayah, seseorang yang akan membimbing dalam kehidupan baru, seorang penjaga, maupun seorang pelindung. *Parent* adalah seseorang yang mendampingi dan membimbing semua tahapan pertumbuhan anak, yang merawat, melindungi, mengarahkan kehidupan baru anak dalam setiap tahapan perkembangannya (Brooks, 2001; Nooraeni,2017)

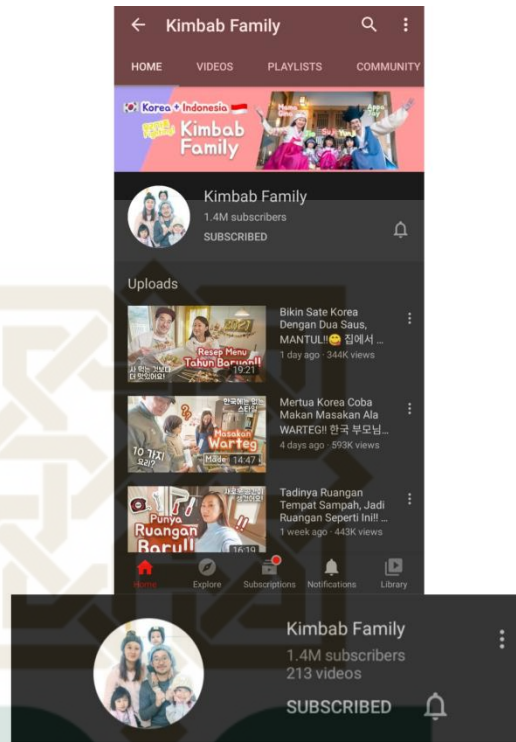
Ilmu parenting sangat diperlukan melihat data menurut Asisten Deputi Bidang Perlindungan Anak dari Kekerasan dan Eksploitasi, Valentina Ginting mengatakan bahwa berdasarkan data SIMFONI PPA, pada 1 Januari – 19 Juni 2020 terjadi 3.087 kasus kekerasan terhadap anak,

diantaranya 852 kekerasan fisik, 768 psikis, dan 1.848 kasus kekerasan seksual, angka tersebut tergolong tinggi. Hal itu menunjukkan bahwa masih banyak masyarakat yang belum memahami bagaimana pola asuh anak yang baik (Katarina, 2021; kemenppa, 2020)

Oleh karena itu calon orang tua maupun yang belum menikah harus mulai membekali diri dan memiliki pengetahuan ilmu *parenting* karena ilmu ini tidak dapat hanya dipelajari secara singkat. Dalam memahami ilmu *parenting* pun dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja, mulai dari mengikuti sekolah *parenting*, seminar *parenting*, dan membaca buku mengenai *parenting*. Selain itu, calon orang tua maupun yang ingin belajar mengenai ilmu *parenting* juga dapat belajar dari tokoh inspirasi untuk dijadikan referensi salah satunya adalah dengan menonton tayangan video pada media sosial YouTube.

Bahkan saat ini beberapa artis seperti Raffi Ahmad, Gading Marteen, Chelsea Olivia dan Ayudia Bing Slamet aktif mengunggah kesehariannya bersama keluarga untuk konten pada *channel* YouTube-nya. Namun adapula YouTubers yang mengangkat tema keluarga yang bukan dari kalangan artis, yaitu *Kimbab Family*.

Gambar 2
Channel YouTube Kimbab Family per 30 Desember 2020



Sumber : YouTube/*Kimbab Family*

Kimbab Family adalah *channel* YouTube keluarga multikultural Korea-Indonesia yang terdiri dari ibu, ayah serta 3 anak. Konten yang diunggah dalam *channel* YouTube tidak lain adalah aktivitas kehidupan sehari-hari di Korea Selatan, tips memasak masakan Indonesia serta tips belanja di Korea. YouTube *Kimbab Family* mulanya dibuat untuk membagikan cerita keseharian keluarga kepada kerabat dan teman terdekat di Bandung Indonesia, dan kemudian lebih menekuni bidang konten kreator. Sejak tahun 2018, saat ini *Kimbab Family* sudah memiliki penonton setia hingga 1,4 juta (data pada 30 Desember 2020). Dengan latar belakang budaya keluarga yang berbeda, dalam *daily vlog* yang diunggah keseharian *Kimbab*

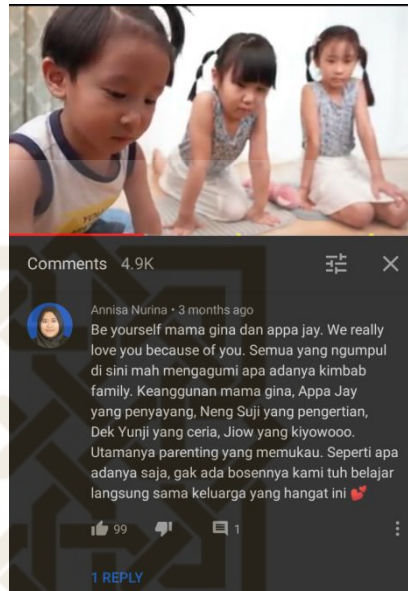
Family berkomunikasi dengan menggunakan dua bahasa atau *bilingual* yakni bahasa Indonesia dan bahasa Korea karena tidak ingin anak-anaknya melupakan bahasa ibu negara masing-masing. Dalam banyak kesempatan *Kimbab Family* menyajikan konten mengenai bagaimana *parenting* yang dilakukan kepada anak-anaknya. *Parenting* yang dilakukan orang tua (Gina, Jay) kepada anak-anaknya menjadi salah satu hal yang menjadi daya tarik dari konten vlog yang dibuat oleh *Kimbab Family* selain karena *hallyu wave* yang tinggi di Indonesia dilihat dari data yang disampaikan oleh Twitter pada tahun 2019 *tweet* terkait artis Kpop sepanjang tahun 2019 dan Indonesia berada pada peringkat 3 setelah Thailand dan Korea Selatan.

Karena animo khalayak yang sangat besar, *Kimbab Family* pernah beberapa kali menjadi *trending topic* di Twitter. Tak sedikit yang menilai bahwa keluarga mereka ini termasuk salah satu keluarga panutan. Hal tersebut tak lain karena mereka selalu menginspirasi, hangat, kompak, harmonis, dan memiliki pola asuh anak yang baik. *Kimbab Family* juga akhirnya mencetak buku yang berjudul “*Kimbab Family* (bukan) Kisah Drama Korea” yang diterbitkan oleh PT Mizan Pustaka untuk membagikan cerita mengenai keluarga multikultural tersebut. Selain itu *Kimbab Family* juga beberapa kali menjadi narasumber dalam workshop mengenai *parenting*. Beberapa di antaranya adalah *Virtual Talks Digital Parenting* pada Siberkreasi Netizen *Fair* 2020 dan Wonderfest 2021 yang merupakan Festival Daring Anak dan Keluarga Terbesar di Indonesia. Festival ini merupakan festival bermain anak dan orang tua, dan juga ajang menjelajah

sambil belajar, mengasah kreativitas dan keingintahuan (*Wonder*) anak sebagai generasi masa depan. Pada kesempatan tersebut *Kimbab Family* menjawab berbagai pertanyaan dari penggemar dan berbagi banyak hal seputar *parenting* (Faliha,2020)

Beberapa *Netizen* mengungkapkan alasan memilih menonton serta mengagumi *Kimbab Family* melalui akun Twitter, diantaranya :
@secondcaandy “yashh salut banget sama *parenting* appa jay sama mama gina. karena panutan banget. selalu support *Kimbab Family* dari dulu sampe sekarang,,ditambah lagi suji,yunji,jio gemas banget,,sopan lagi duh berharap banget kelak masa depan punya keluarga kayak gini...”,
@hayyuputri “Suka banget sama konten Q&A nya *Kimbab Family*, jadi makin nambah ilmu *parenting*. Semoga ya bisa segera dipraktekkan ilmunya”,
@FairuzRS “kalau mau *parenting* yang bagus dan ada di youtube coba ikutin *Kimbab Family*, pasangan indo-korea, *parenting* nya bagus bgt juga”,
@suhshine2919 “Makanya, lebih suka nonton *Kimbab Family* karena bisa saling belajar *parenting*”,
@starlight_ok “Kalo mau belajar *parenting* mending liat yutubnya *Kimbab Family* lah~”,
@bellaapatra “Belajar *parenting* mah sama Mama Gina–Appa Jay [#KimbabFamily](#). Udah paling bener.”. Beberapa cuitan tersebut menunjukkan bahwa khalayak yang menonton *Kimbab Family* karena *parenting* yang baik.

Gambar 3
Komentar Penonton Tentang Konten Kimbab Family



Sumber : YouTube/Kimbab Family

Selain cuitan twitter, gambar tersebut merupakan salah satu komentar atau respon penonton terkait *parenting* yang baik oleh orangtua pada *channel Kimbab Family* melalui konten video yang diunggah. Oleh karena itu pengguna media sosial YouTube memiliki jumlah hingga 88% dibandingkan dengan media sosial lainnya dikarenakan YouTube dapat memudahkan pengguna dalam mencari video apa saja yang dibutuhkan dan inginkan termasuk mengenai keluarga.

Selaras dengan pernyataan di atas, konsep yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan teori kultivasi yang pada awalnya dipelopori oleh George Gerbner bersama dengan rekan-rekannya di *Annenberg School of Communication* di Pannsylvania pada tahun 1969. Teori ini membahas mengenai proses kumulatif di mana televisi menanamkan suatu keyakinan

tentang realitas sosial kepada khalayaknya. Menurut teori ini, media diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap dan perilaku penontonya (*behavioral effect*). Pengaruh yang muncul pada diri penonton merupakan tahap lanjut setelah media ini terlebih dahulu mengubah dan membentuk keyakinan- keyakinan tertentu pada diri mereka melalui berbagai acara yang ditayangkan. Perspektif kultivasi pada awalnya lebih berkonsentrasi kepada studi televisi dan khalayak, khususnya mengenai tema-tema kekerasan di televisi. Dengan perkembangan teknologi informasi, perspektif kultivasi juga dapat diterapkan pada penelitian tentang efek kekerasan yang ada di media baru seperti media sosial.

Kimbab Family merepresentasikan nilai pola asuh anak atau nilai *parenting* yang ada dalam AL-Quran, seperti yang disebutkan dalam QS At-Tahrim /66:6 yang berbunyi:

يَتَأْتِيهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا قُلُوبًا أَنفُسُكُمْ وَأَهْلِيكُمْ نَارًا وَقُودُهَا النَّاسُ
وَالْحِجَارَةُ عَلَيْهَا مَلَائِكَةٌ غِلَاظٌ شِدَادٌ لَا يَعْصُونَ اللَّهَ مَا أَمَرَهُمْ وَيَفْعَلُونَ
مَا يُؤْمَرُونَ ﴿٦﴾

Artinya : Hai orang-orang yang beriman, peliharalah dirimu dan keluargamu dari api neraka yang bahan bakarnya adalah manusia dan batu; penjaganya malaikat-malaikat yang kasar, keras, dan tidak mendurhakai Allah terhadap apa yang diperintahkan-Nya kepada mereka dan selalu mengerjakan apa yang diperintahkan. (Q.S. At-Tahrim/66: 6)

Menurut tafsir Al- Mishbah, QS. At-Tahrim ayat 6 diatas memberikan tuntunan kepada kaum beriman untuk memelihara diri sendiri dengan meneladani Nabi serta pelihara juga keluarga yakni istri, anak –anak dan seluruh yang berada di bawah tanggung jawab mu (suami) dengan mendidik dan membimbing mereka agar terhindar dari api neraka. Hal itu juga sejalan dengan tafsir Wahbah Al-Zuhaily bahwa surah at-Tahrim ayat 6 ini bermaksud untuk menyuruh mendidik dan mengajar diri sendiri dan keluarga serta menjadikannya terjaga dari siksaka neraka. Ayat tersebut juga memberikan perintah kepada orang-orang yang beriman untuk menjalankan perintah dan meninggalkan semua larangan. Seorang anak harus dididik serta diperintahkan untuk taat kepada Allah serta melarang dan memberi nasehat kepada mereka agar terhindar dari perilaku yang jahat sehingga tidak melakukan perbuatan yang menyebabkan masuk neraka.

Oleh karena itu berdasarkan fenomena-fenomena diatas peneliti tertarik meneliti mengenai seberapa besar pengaruh konten vlog *Kimbab Family* terhadap peningkatan atau pengetahuan baru kepada *subscribers* mengenai *parenting*, dengan judul penelitian **“Pengaruh Konten Vlog “*Kimbab Family*” Terhadap Pengetahuan Subscribers Mengenai *Parenting*”**. Survey dilakukan kepada *subscribers channel* YouTube *Kimbab Family*.

B. Rumusan Masalah

1. Adakah pengaruh antara konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*?
2. Seberapa besar pengaruh konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh antara konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*.
2. Untuk mengetahui besaran pengaruh konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Hasil dari penelitian ini bermanfaat sebagai referensi atau acuan ilmiah dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya dalam kajian komunikasi massa yaitu *new media*. Serta dapat menjadi referensi untuk pembelajaran komunikasi yang berkaitan dengan pengembangan sistem informasi media sosial khususnya konten YouTube dalam hal edukasi *parenting* kepada penonton.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan studi *new media*, khususnya bagi para pembuat konten YouTube dalam mengetahui seberapa berpengaruhnya konten tersebut

dapat memberikan atau meningkatkan pengetahuan kepada *viewers* maupun *subscribers* mengenai *parenting*.

E. Telaah Pustaka

Tabel 1

Telaah Pustaka

No	Judul Artikel	Nama dan Sumber	Persamaan	Perbedaan
1.	Hubungan Menonton <i>Channel</i> YouTube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar	Hersha Rahmawati, Abdul Rozak https://ejournal.uksw.edu/cakrawala/article/view/4390/1609 Jurnal Cakrawala E ISSN 2655-1969	-Sama sama menggunakan pendekatan kuantitatif dan membahas mengenai salah satu <i>channel</i> YouTube	Konten <i>channel</i> YouTube pada jurnal tersebut meneliti mengenai literasi media, sedangkan peneliti meneliti mengenai <i>parenting</i> .
2.	Pengaruh Konten Vlog dalam YouTube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi	Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Harilama https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/index/index e-journal Acta Diurna. Vol. VI. No 1 tahun 2017	Persamaan dengan penelitian ini yaitu membahas mengenai konten YouTube	-Peneliti memiliki spesifik <i>channel</i> YouTube yaitu “ <i>Kimbab Family</i> ” sedangkan pada jurnal tidak spesifik pada <i>channel</i> YouTube siapa. -Fokus peneliti membahas mengenai pemahaman <i>subscribers</i> , sedangkan pada jurnal fokus kepada pembentukan sikap. Teori yang digunakan dalam jurnal teori Jarum Hipodermik, sedangkan peneliti menggunakan teori kultivasi
3.	Pengaruh Content YouTube <i>Channel</i> Acep Gates Terhadap Opini Subscriber Tentang Odha	Bori Silviani Br. Sitorus, Evawani Elysa Lubis, M.,Si https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFISIP/article/download/25209/24424 JOM FISIP Vol.6 Edisi II Desember 2019	-Sama-sama memfokuskan pada konten salah satu <i>channel</i> YouTube yang akan diteliti. - objek yang dikaji sama sama <i>subscribers channel</i> YouTube.	-Penelitian yang akan dilakukan peneliti untuk mengetahui pengaruh terhadap pemahaman <i>subscribers</i> , sedangkan paa jurnal mengenai opini <i>subscribers</i> - teori yang digunakan dalam jurnal Teori S-R (Stimulus-Response) sedangkan peneliti menggunakan teori kultivasi

Sumber : Olahan Peneliti

- 1) Hubungan Menonton *Channel* YouTube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Jurnal karya Hersha Rahmawati, Abdul Rozak pada tahun 2017 ini menjelaskan mengenai bagaimana *channel* YouTube dalam memberikan pemahaman mengenai literasi media.

Persamaan yang dijadikan acuan dalam penelitian ini adalah *channel* YouTube sebagai objek dari penelitian. Sementara perbedaan dalam kedua penelitian adalah pada jurnal Hersha Rahmawati, Abdul Rozak memiliki sampel penelitian yaitu kepada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar, sedangkan penelitian ini memiliki sampel penelitian yaitu *subscribers* pada *channel* YouTube. Kemudian pada aspek pembahasan, jurnal membahas mengenai pemahaman literasi media, sedangkan peneliti meneliti pengetahuan mengenai *parenting*. Pada analisis data pada jurnal menggunakan *Spearman Rank Order Correlation* sedangkan peneliti menggunakan *Pearson Product Moment*.

- 2) Pengaruh Konten Vlog dalam YouTube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi yang terbit pada tahun 2017.

Persamaan yang ada dalam dua penelitian ini yaitu subjek penelitian yang sama-sama mengenai konten YouTube. Sedangkan perbedaan dalam kedua penelitian ini pada jurnal menekankan pengaruh konten vlog terhadap pembentukan sikap pada mahasiswa, sedangkan peneliti lebih menekankan mengenai pengetahuan *subscribers* setelah melihat pesan media. Dalam

jurnal tidak disebutkan detail vlog pada *channel* siapa/apa yang akan diteliti, sedangkan peneliti akan meneliti *channel Kimbab Family*. Jurnal Eribka Ruthellia David Mariam Sondakh Stefi Harilama yang ditulis pada tahun 2017 ini meneliti dengan menggunakan teori Jarum Hipodermik sedangkan peneliti menggunakan teori kultivasi.

- 3) Pengaruh Content YouTube *Channel Acep Gates* Terhadap Opini Subscriber Tentang Odha. Jurnal karya Bori Silviani Br. Sitorus, Evawani Elysa Lubis, M.,Si pada tahun 2019 ini membahas mengenai pemanfaatan YouTube oleh Acep Gates sebagai tempat *sharing* mengenai HIV/AIDS serta pengalamannya sebagai ODHA (Orang Dalam HIV/AIDS) serta bagaimana *channel* YouTube memiliki pengaruh kepada khayalak.

Persamaan kedua penelitian tersebut yaitu jurnal dan penelitian membahas mengenai konten sebuah *channel* YouTube yang akan diteliti, jurnal meneliti mengenai konten YouTube Acep Gates sedangkan peneliti mengenai konten YouTube *Kimbab Family*. Kemudian kedua penelitian memiliki kesamaan dalam mencari sampel yaitu *subscirbers*. Sedangkan untuk perbedaannya terletak pada aspek pembahasan, dalam jurnal Bori Silviani mereka membahas mengenai opini *subscribers* , sedangkan dalam penelitian mengetahui pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*. Perbedaan selanjutnya yaitu pada teori yang digunakan yoleh jurnal adalah Teori S-R (Stimulus-Response), sedangkan peneliti menggunakan teori Kultivasi.

F. Landasan Teori

1. Teori Kultivasi (*Cultivation Theory*)

Gagasan era media baru menjadi tanda penting dalam perubahan dalam teori media. Hal ini melonggarkan konsep “media” dari komunikasi “massa” mulai dari jangkauan yang sangat kecil sampai dengan yang sangat luas. Perbedaan besar antara media lama dengan media baru terletak pada pendekatan interaksi dan integrasi sosial yang artinya media baru lebih interaktif dan menciptakan pemahaman tentang komunikasi pribadi sedangkan media lama lebih cenderung sebagai sumber informasi (Littlejohn & Foss, 2009:413)

Cultivation theory (teori kultivasi) pertama kali dikemukakan oleh George Gerbner bersama dengan rekan-rekannya di *Annenberg School of Communication* di Pennsylvania pada tahun 1969, dalam artikel berjudul “*the television World of Violence*”. Artikel tersebut merupakan salah satu tulisan dalam buku bertajuk *Mass Media and Violence* yang disunting D. Lange, R. Baker & S. Ball. Menurut Wood (2000) kata ‘*cultivation*’ sendiri merujuk pada proses kumulatif di mana televisi menanamkan suatu keyakinan tentang realitas sosial kepada khalayaknya. Menurut teori kultivasi ini, media diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap dan perilaku penontonya (*behavioral effect*). Pengaruh tersebut tidak muncul seketika melainkan bersifat kumulatif dan tidak langsung. Pengaruh yang muncul pada diri penonton merupakan tahap lanjut setelah media ini terlebih dahulu

mengubah dan membentuk keyakinan- keyakinan tertentu pada diri mereka melalui berbagai acara yang ditayangkan. Penonton televisi dikelompokkan ke dalam dua kategori, yakni *light viewer* (penonton ringan) dalam arti menonton rata-rata dua jam per hari atau kurang dan cenderung menggunakan jenis media dan sumber informasi yang lebih bervariasi, dan *heavy viewer* (penonton berat) cenderung mengandalkan televisi sebagai sumber informasi (Saefudin dan Venus, 2005)

Kultivasi merupakan proses antara pesan, audiens, dan konteks, yang terus berlangsung kontinyu dan dinamis serta lebih memfokuskan pada persepsi seseorang atau kelompok dalam realitas sosial setelah menonton televisi.

Ahmadi dan Yohana (2009) dalam mengemukakan bahwa menurut perspektif kultivasi, televisi menjadi media pembelajaran utama bagi masyarakat untuk mempelajari lingkungan dan dunia sekitarnya. Dengan demikian, televisi berpengaruh dalam membangun persepsi, nilai-nilai, dan perubahan sosial yang ada di masyarakat. perspektif kultivasi pada awalnya lebih berkonsentrasi kepada studi televisi dan khalayak, khususnya mengenai tema-tema kekerasan di televisi. Dengan perkembangan teknologi informasi, perspektif kultivasi juga dapat diterapkan pada penelitian tentang efek kekerasan yang ada di media baru seperti media sosial.

Di dalam jurnal “*Cultivation Theory: Effect and Underlying Process*” mengemukakan tentang perkembangan dari teori kultivasi

sendiri, yaitu kemungkinan *new media* dalam memberikan efek pengaruh kepada khalayak dan lebih besar dari pada televisi di era sekarang ini. Media baru ini menyediakan konten baru dan pengalaman menonton baru yang dapat berkontribusi pada penyempurnaan teori kultivasi dan proses-proses yang mendasarinya (Shrum, 2009: Shrum 2017)

2. Konten Vlog

Video Blog, atau bisa disingkat Vlog merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan media video diatas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama yang diunggah di media sosial YouTube. Berbagai perangkat yang digunakan untuk membuat vlog seperti ponsel berkamera, kamera digital yang dapat merekam video, atau kamera yang dilengkapi mikrofon merupakan modal yang mudah untuk melakukan aktivitas video blogging. Secara sederhana Vlog adalah sebuah konten kreatif yang dibuat oleh seseorang untuk membagikan *daily life* dalam bentuk video yang sengaja ditayangkan kepada banyak orang. Vlog dibuat untuk menyajikan informasi yang menarik, lucu, unik, kreatif dan edukatif. (Fitrya, Unde& Aziz, 2018)

Dalam Ruthellia (2017), konten vlog dalam YouTube merupakan sebuah isi dan penyampaian pesan video yang menunjukkan kredibilitas, daya tarik dan kekuasaannya sebagai konten kreator dimana isi dan penyampaian pesan video harus menarik, dapat dimengerti dan

diterima penonton. Sehingga dapat dituliskan bahwa indikator konten vlog adalah kredibilitas, daya tarik, kekuasaan, isi konten channel YouTube menarik perhatian, isi konten channel YouTube dapat dimengerti dan isi konten channel YouTube dapat diterima (Rakhmat, 2013:260) dalam Ruthellia (2017):

a) Kredibilitas seorang vlogger

1) Kepercayaan yang didapat dari penonton.

Kepercayaan memiliki makna yaitu harapan dan keyakinan (akan kejujuran, kebaikan dan sebagainya) (kbbi.web.id).

Kepercayaan yang dimaksud dalam penelitian ini yaitu bagaimana seorang konten kreator dapat menciptakan kepercayaan kepada penonton agar masyarakat tetap mengikuti konten yang dibuat.

2) Keahlian membuat konten

Keahlian merupakan sebuah kemampuan yang dapat melakukan sesuatu sesuai peran (pustakaindo.co.id). dalam penelitian ini keahlian yang dimaksud adalah kemampuan konten kreator dalam menciptakan isi konten yang menarik dan disenangi oleh penonton.

b) Daya tarik vlogger

1) Secara fisik

Fisik yang dimaksud dalam penelitian adalah penampilan konten kreator dalam video yang diunggah, cara

menyampaikan isi dan informasi kepada penonton, dan keramahan.

- 2) Memiliki kesamaan dengan penonton. Misalnya dalam minat. Konten kreator membuat konten sesuai dengan minat penonton.

c) Kekuasaan vlogger

Menumbuhkan perasaan kagum pada penonton terhadap dirinya atau konten yang dibuatnya. Bagaimana konten kreator dapat menumbuhkan rasa kagum kepada penonton terhadap konten yang dibuat.

d) Isi video menarik perhatian

- 1) Memiliki hal-hal baru. Seorang konten kreator harus memperhatikan isi video yang fresh dengan konten-konten terbaru.

- 2) Mengandung hal-hal yang berbeda dari jenis video lain. Dalam penelitian ini konten kreator memperhatikan isi konten yang kreatif dan berbeda dengan video *channel* lain.

e) Isi video dapat dimengerti

- 1) Bersifat dua arah atau penonton juga terlibat dalam pembuatan video. Konten kreator membuat isi konten mengenai question dan answer (Q&A) mengenai *parenting* serta menyediakan kolom komentar sehingga penonton terlibat dalam tayangan konten tersebut.

2) Bahasa yang digunakan mudah dipahami. Hal yang perlu diperhatikan oleh konten kreator adalah penggunaan bahasa yang mudah dipahami oleh penonton sehingga tujuan dan maksud konten tersebut tersampaikan.

f) Isi video dapat diterima

- 1) Memberi informasi. Pembuatan konten harus memberikan informasi mengenai ilmu *parenting* baik melalui praktik langsung maupun secara verbal.
- 2) Bersifat menghibur. Selain memberikan informasi, konten yang diunggah harus tetap menampilkan unsur hiburan sehingga penonton tidak merasa bosan dan mengerti dengan maksud konten keluarga tersebut.

3. YouTube

YouTube adalah sebuah portal website yang menyediakan layanan video sharing. User yang telah mendaftar bisa mengunggah video miliknya ke server YouTube agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia. Video yang diunggah biasanya merupakan video-video pribadi para penggunanya. bukan itu saja bahkan video klip artis Hollywood, Bollywood, dan video dari seluruh mancanegara bisa dicari disini (Asdani,2018)

YouTube merupakan sebuah platform media sosial yang didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karem ditahun 2005. Dengan adanya YouTube memudahkan pengguna untuk menemukan,

menonton, serta membagikan berbagai video. Sejak awal diluncurkan, YouTube sudah mendapat sambutan baik dari masyarakat. YouTube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini adalah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Dian,2015)

YouTube saat ini telah memiliki perkembangan sehingga terdapat berbagai macam fitur-fitur layanan yang dibutuhkan oleh penggunanya. Dengan memiliki lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, setiap hari orang menonton ratusan jam video di YouTube dan menghasilkan miliaran kali penayangan (Ibnu, 2018)

4. *Parenting*

Parenting berasal dari kata bahasa Inggris yang berarti proses mengasuh anak atau pengasuhan. *Parenting* adalah suatu upaya pendidikan yang dilakukan oleh orang tua atau keluarga, yang meliputi aktivitas-aktivitas seperti: memberi makan atau asupan nutrisi yang diberikan kepada anak, memberi petunjuk (*guiding*), dan melindungi (*protecting*) sebagai usaha untuk mengoptimalkan pertumbuhan dan perkembangan anak. Penggunaan “*parenting*” disebabkan karena belum ada kata dalam bahasa Indonesia yang tepat untuk mewakili aktivitas-aktivitas dari proses interaksi antara orang tua dan anak (Heru & Risdianto, 2016)

Pendidikan karakter sejak dini dapat berhasil karena dipengaruhi oleh keluarga, karena pada kenyataannya seorang anak lebih banyak

menghabiskan waktu bersama keluarga daripada sekolah maupun sosial. Menurut Diana Baumrind yang merupakan seorang ilmuwan psikologi perkembangan dari Amerika Serikat, memiliki penelitian mengenai perbedaan pola asuh anak dengan judul “*Child care practices anteceding three patterns of preschool behavior*” pada 1967 dan ditulis pada Parenting Skills Untuk Membangun Karakter Anak (Aplikasi Dakwah Melalui Bimbingan Kelompok) (Satriah,dkk,2018) :

a) Pola Asuh Otoritarian (*Authoritarian Parenting Style*)

Pola asuh ini bersifat menuntut anak untuk tunduk dan patuh dengan aturan dan perintah dari orang tua tanpa adanya kebebasan untuk mengemukakan pendapat sendiri dan bertanya.

Menurut Baumrind, anak-anak yang diasuh dengan pola ini sering merasa tidak bahagia, cemas, takut, menarik diri karena tidak puas diri, dan memiliki keterampilan komunikasi yang lemah)

(Satriah,dkk,2018)

b) Pola Asuh Autoritatif (*Authoritative Parenting Style*)

Pola asuh ini adalah tipe parenting yang mendorong anak untuk mandiri, namun orangtua tetap memberi batasan dan mengontrol perilaku anak. Orang tua bersikap hangat, mengasuh dengan kasih sayang serta perhatian. Orang tua memberikan ruang kepada anak untuk membicarakan apa yang mereka inginkan atau harapkan dari orang tuanya. Baumrind mengatakan anak dengan pola asuh ini memiliki sikap percaya diri, dapat mengatasi stress,

dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan, merasa bahagia, memiliki keinginan untuk berprestasi serta dapat berkomunikasi baik dengan teman-teman maupun orang dewasa (Solaiman,1997;Satriah,dkk,2019)

c) Pola Asuh Mengabaikan (*Negleckful Parenting Style*)

Dalam pola asuh mengabaikan ini, orang tua tidak melakukan kontrol terhadap anak dan tidak ikut campur dalam kehidupan anaknya. Orang tua juga tidak mendukung dan memonitor perilaku anak, serta meninggalkan tanggung jawab sebagai orang tua. Anak yang diasuh dengan pola ini cenderung tidak dewasa, merasa diasingkan dalam keluarga, tidak mempunyai kompetensi yang baik secara sosial maupun akademik.

d) Pola Asuh Memanjakan (*Indulgent Parenting Style*)

Dalam pola pengasuhan ini, orang tua sangat terlibat dengan anaknya namun sedikit sekali menuntut atau mengendalikan mereka. Orang tua dalam pola asuh ini cenderung memanjakan, dan mengizinkan anaknya melakukan apapun yang diinginkan, serta memberikan kebebasan kepada anak tanpa adanya norma-norma yang harus diikuti oleh mereka. Anak dengan pola asuh indulgent ini menunjukkan sikap tidak mandiri, cenderung mendominasi orang lain, tidak bisa mengontrol diri, menuntut orang lain mengikuti keinginannya. Selain itu mereka juga

cenderung agresif dan impulsif serta kurang bertanggung jawab
(Boyd & Bee,2006 ; Satriah,dkk,2019)

5. Pengetahuan *Parenting*

Knowledge atau pengetahuan adalah hasil penginderaan manusia atau hasil tahu seseorang terhadap suatu objek dari indra yang dimilikinya. Selain itu pengertian lain dari pengetahuan yakni hasil dari informasi yang kemudian diperhatikan, dimengerti dan diingat. Pengetahuan dapat menjadi penyebab atau motivator bagi seseorang dalam bersikap dan berperilaku, sehingga dapat pula menjadi dasar terbentuknya suatu tindakan yang dilakukan oleh seseorang (Notoatmodjo,2012; Azwar,2007)

Pengetahuan dapat diketahui melalui media massa yaitu informasi yang diperoleh dari pendidikan formal ataupun non formal yang memberikan pengaruh jangka pendek sehingga dapat menghasilkan perubahan atau peningkatan pengetahuan. Adanya informasi baru yang didapatkan mengenai suatu hal memberikan landasan kognitif baru untuk terbentuknya pengetahuan mengenai hal tersebut.

Pengetahuan pengasuhan anak sendiri merupakan aspek penting dalam membentuk perkembangan pada diri anak. Orangtua memerlukan pengetahuan yang memadai agar dapat memberikan pengasuhan yang benar bagi anak. Pengetahuan pengasuhan meliputi memahami cara merawat anak-anak, bagaimana anak-anak mengembangkan, dan peran beragam orangtua dalam kehidupan anak-anak (Erlanti dkk, 2016)

Maka yang dimaksud pengetahuan *parenting* disini adalah efek yang timbul khalayak memilih menonton konten YouTube “*Kimbab Family*” sehingga penonton dapat memperoleh pengetahuan baru atau mengalami peningkatan pengetahuan mengenai *parenting*. Menurut Jane Brooks penulis buku *The Process Of Parenting* dalam (Raini,2018:3) terdapat dua aspek pengetahuan *parenting* yaitu pengetahuan perkembangan anak dan pengetahuan keterampilan mengontrol anak. Dapat dikatakan memiliki pengetahuan *parenting*, apabila mengerti, mengingat dan tahu aspek pengetahuan *parenting* sebagai berikut:

1. Perkembangan Anak

- a) Kegiatan bermain

Bermain dengan anak merupakan hal yang penting untuk membangun komunikasi dengan anak, memiliki kedekatan dengan anak. Dengan bermain bersama anak, orangtua juga dapat mengetahui minat anak dengan bermain dengan mereka. Selain itu orangtua juga dapat membantu anak belajar dengan memberikan permainan edukasi bagi anak.

- b) Merawat diri sendiri

Pemeliharaan diri sendiri diperlukan untuk memperoleh kesehatan menyeluruh bagi anak. Yaitu melatih dalam menjaga kebersihan, kesehatan, gaya hidup sehat dengan

menciptakan suasana yang menyenangkan sehingga dapat mewujudkan kebiasaan yang baik bagi anak.

2. Keterampilan mengontrol anak

a) Disiplin

- Orangtua memberikan alasan dan manfaat dari semua peraturan dan rutinitas yang dibuat untuk anak sehingga anak dapat memahami bahwa hal tersebut baik baginya.
- Membantu untuk fokus kepada perhatian alternative ketika mereka frustasi.
- Memberikan perhatian ketika anak telah melakukan tindakan positif dan tunjukkan penghargaan atas perilaku mereka.
- Memberi empati pada perasaan dan keinginan anak dan ungkapkan apa yang mungkin dirasakan oleh mereka
- Memberi waktu bagi anak untuk melepaskan diri dari kemarahan dan memberi waktu jeda untuk berpikir akan perbuatannya. Setelah tenang bicara masalah secara baik-baik dengan anak.
- Berbicara kepada anak selama melakukan rutinitas, menjelaskan dan menjawab pertanyaan seputar rutinitas tersebut.
- Memberikan peringatan bagi anak saat giliran berganti kegiatan dan memberikan pilihan jika memungkinkan.

b) Keluarga

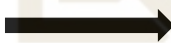
Sebagai tempat pendidikan pertama bagi anak, orangtua harus memberikan contoh dan menjadi model yang baik bagi anak, menjadi supporter untuk anak dengan memberikan dorongan agar anak dapat percaya diri dengan keinginannya. Saat orangtua berbicara dengan anak bahasa tubuh, kasih sayang, nada bicara dan kesediaan bermain membuat anak merasakan kasih sayang, dicintai dan diperharikan oleh orangtua.

G. Kerangka Pemikiran

Penelitian ini mengacu pada Teori Kultivasi. Teori ini memiliki asumsi bahwa media diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap dan perilaku penontonya (*behavioral effect*). Pengaruh yang muncul pada diri penonton merupakan tahap lanjut setelah media ini terlebih dahulu mengubah dan membentuk keyakinan- keyakinan tertentu pada diri mereka melalui berbagai acara yang ditayangkan.

A. *Conceptioning*


Berdasarkan asumsi dasar teori yang digunakan yaitu Teori Kultivasi teori tersebut dapat dibangun dengan variabel :

Media  Terbangun persepsi dan nilai oleh penonton

B. *Judgement*

Menyusun variabel utama teori dengan variabel utama masalah.

Variabel utama teori

Media  Terbangun persepsi dan nilai oleh penonton

Variabel utama masalah

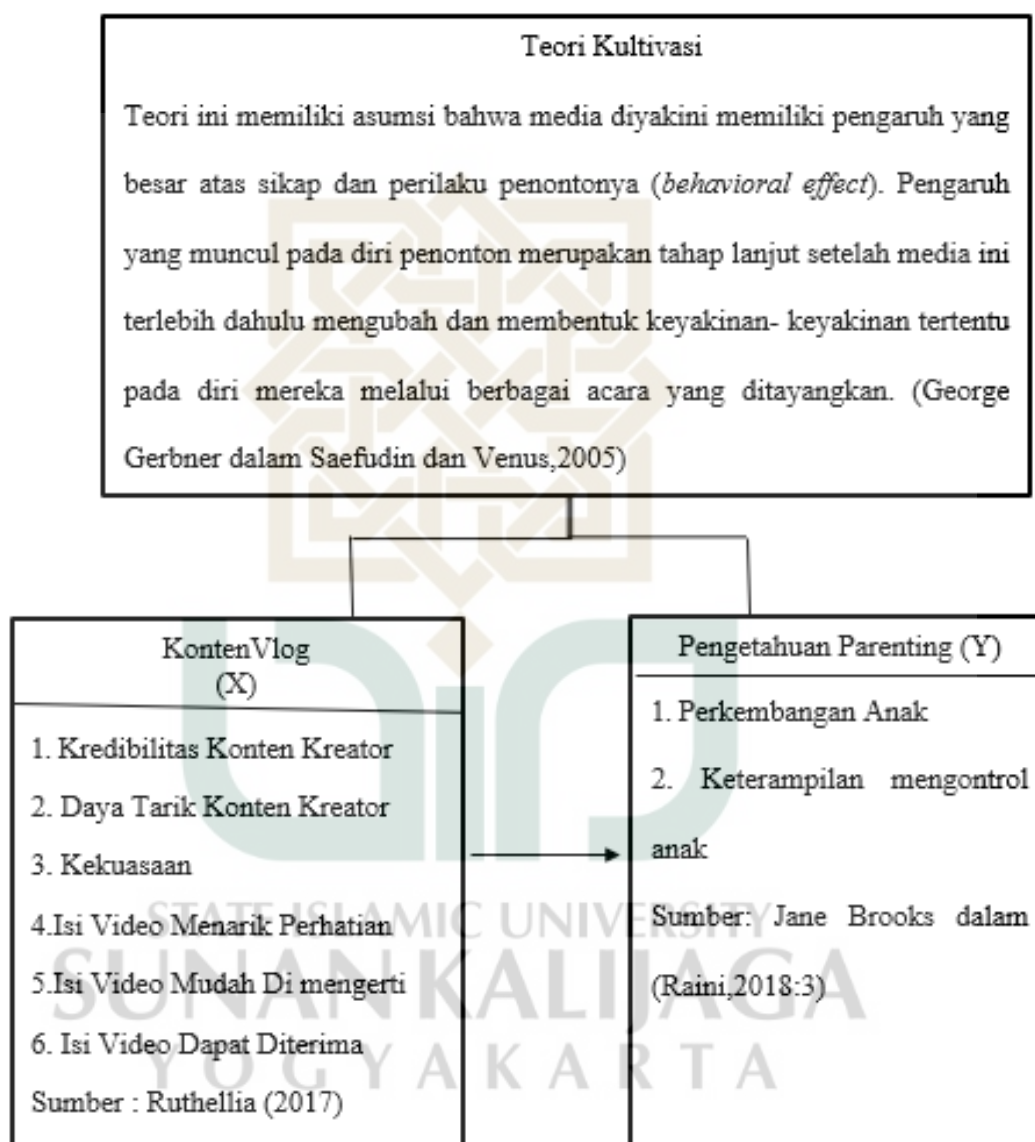
Konten Vlog  Pengetahuan *Subscribers*

C. *Reasoning*

Adanya keselarasan antara premis-premis yang telah dikonsepsikan pada tahap *conceptioning* dan diputuskan pada tahap *judgment*, dibuat kesimpulan logis. Maka konten vlog *Kimbab Family* akan memberikan pengetahuan bagi *subscribers* mengenai *parenting*.

Gambar 4

Kerangka Pemikiran



H. Hipotesis

- Hipotesis nol (H_0) :

Tidak terdapat pengaruh antara konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*

- Hipotesis Alternatif (H_a) :

Terdapat pengaruh antara konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*

I. Metodologi Penelitian

1. Metode Penelitian

Pada penelitian ini, metodologi penelitian kuantitatif yang digunakan adalah survei. Survei merupakan salah satu metode yang tersedia bagi peneliti sosial yang tertarik untuk mengumpulkan data guna menjelaskan suatu populasi yang terlalu besar untuk diamati secara langsung. Survei merupakan metode sangat baik untuk mengukur sikap, dan orientasi suatu masyarakat melalui berbagai kegiatan jajak pendapat (*public opinion poll*) (Morissan, 2012: 166)

Survei yang digunakan adalah survei eksplanatif. Eksplanatif dimaksud untuk menggambarkan suatu generalisasi atau menjelaskan hubungan satu variabel dengan variabel lain, karena itu penelitian eksplanatif menggunakan hipotesis dan untuk menguji hipotesis digunakan statistic infrensial (Bungin, 2013: 51)

2. Populasi dan Teknik Sampling

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas: obyek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Jadi populasi bukan hanya sekedar jumlah yang ada pada obyek/subyek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek atau obyek itu (Sugiyono, 2013: 119). Populasi dalam penelitian ini merupakan *subscribers* pada *channel* YouTube *Kimbab Family* dengan total 1,4 juta *subscribers* per 30 Desember 2020.

b. Teknik Sampling

Teknik sampling adalah merupakan teknik pengambilan sampel. Untuk menentukan sampel yang digunakan dalam penelitian, terdapat berbagai teknik sampling yang digunakan. Teknik sampling berbicara bagaimana kita merancang tata cara pengambilan sampel agar menjadi sampel yang representatif (Sugiyono, 2013: 121).

Dalam proses penyeleksian sampel, penelitian ini menggunakan teknik *Probability Sampling* yang meliputi *Simple Random Sampling* (Sampel Acak Sederhana). Dikatakan simple (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi

dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi ini. Hal ini dikarenakan populasi yang merupakan *subscribers* dari *channel* YouTube *Kimbab Family* memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel (Sugiyono,2013: 122)

c. Sample Size

Total *subscribers channel* YouTube *Kimbab Family*, terdapat 1,4 juta *subscribers* per 30 Desember 2020. Berdasarkan data tersebut diketahui bahwa jumlah populasi yang akan diteliti dalam penelitian sebanyak 1,4 juta. Untuk menemukan ukuran sampel penelitian, peneliti mengambil sampel dengan menggunakan rumus Slovin dengan toleransi kesalahan sebesar 10%. Untuk lebih jelas mengenai rumus Slovin yang dituliskan dalam Sugiyono (2013:87) yaitu :

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

n : Jumlah Sampel

N : Jumlah Populasi = 1.400.000

e : Toleransi Kesalahan = 10%

$$n = \frac{1.400.000}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{1.400.000}{1 + 1.400.000 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{1.400.000}{1+1.400.000(0,01)}$$

$$n = \frac{1.400.000}{1 + 14.000}$$

$$n = \frac{1.400.000}{4.001} = 99,99$$

$$\mathbf{n = 100}$$

Maka, berdasarkan perhitungan diatas, jumlah sampel yang diambil dalam penelitian ini dengan toleransi kesalahan 10%, berjumlah 100 responden dari *subscribers channel Kimbab Family*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

3. Definisi Operasional

Tabel 2
Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator	Item Pertanyaan
1.	Konten Vlog Vlogger	Kredibilitas Vlogger	1. Konten kreator mampu membuat saya percaya dengan konten yang diunggah 2. Konten kreator tidak berusaha memanipulasi penonton 3. Konten kreator mampu membuat saya tertarik untuk terus menonton konten yang diunggah 4. Konten kreator pada <i>channel</i> tersebut mampu membuat konten yang saya senang
		Daya Tarik Vlogger	1. Saya tertarik dengan penampilan vlogger pada setiap konten yang diunggah 2. Saya tertarik dengan cara konten kreator dalam menyampaikan isi dan informasi kepada penonton 3. Saya tertarik dengan keramahan konten kreator pada setiap video yang diunggah

			4. Konten kreator mampu membuat konten sesuai dengan minat penonton
		Kekuasaan	1. Saya mengagumi isi konten yang diunggah 2. Saya kagum dengan vlogger karena mampu membuat konten yang bagus
		Isi Video Menarik Perhatian	1. Saya tertarik menonton pada <i>channel</i> tersebut karena setiap konten yang diunggah memiliki hal-hal baru yang menarik 2. Saya tertarik dengan konten yang diunggah karena selalu kreatif 3. Saya tertarik dengan isi konten yang diunggah karena berbeda dengan <i>channel</i> lain
		Isi Video Dapat Dimengerti	1. Dengan adanya <i>question</i> dan <i>answer</i> (Q&A) saya lebih mengerti isi konten 2. Saya dapat mengerti isi konten dalam akun YouTube tersebut karena bersifat dua arah dengan menyediakan kolom komentar sebagai tempat diskusi penonton 3. Saya mengerti isi konten karena bahasa yang digunakan mudah dipahami
		Isi video dapat diterima	1. Saya dapat menerima informasi mengenai <i>parenting</i> dengan praktik yang dilakukan vlogger pada konten yang diunggah 2. Saya dapat menerima informasi mengenai <i>parenting</i> melalui kata-kata atau verbal yang dilakukan vlogger pada konten yang diunggah

			<p>3. Saya merasa terhibur dengan konten mengenai keluarga/ <i>parenting</i></p> <p>4. Saya tidak merasa bosan dengan konten keluarga yang diunggah pada <i>channel</i></p>
2	Pengetahuan <i>Parenting</i>	Perkembangan Anak	<p>1. Komunikasi dengan anak dapat terbangun dengan bermain bersama</p> <p>2. Saya dapat mengetahui minat anak dengan bermain dengan mereka</p> <p>3. Saya tahu bahwa permainan edukatif dapat membantu anak untuk belajar</p> <p>4. Saya tahu bagaimana melatih anak menjaga kebersihan, kesehatan, dan gaya hidup sehat</p> <p>5. Saya tahu bagaimana menciptakan suasana yang menyenangkan dalam mewujudkan kebiasaan kepada anak</p>
		Keterampilan mengontrol anak	<p>1. Saya tahu bagaimana menjelaskan alasan dan manfaat dari semua peraturan dan rutinitas yang dibuat untuk anak</p> <p>2. Saya tahu bagaimana menenangkan anak ketika sedang frustrasi</p> <p>3. Saya memberikan pujian terhadap prestasi yang dicapai oleh anak-anak</p>

			<p>4. Saya tahu cara berempati kepada anak dengan perasaan, keinginan serta perasaan yang ingin diungkapkan oleh anak</p> <p>5. Saya tahu bahwa sangat penting untuk memberi waktu bagi anak untuk melepaskan diri dari kemarahan dan memberi waktu jeda untuk berpikir akan perbuatannya</p> <p>6. Saya tahu bagaimana menjelaskan dan menjawab pertanyaan anak seputar rutinitas yang selalu dilakukan</p> <p>7. Saya tahu bahwa perlu memperingatkan anak saat harus bergiliran kegiatan dengan temannya</p> <p>8. Saya tahu bagaimana memberikan dorongan agar anak dapat percaya diri dengan keinginannya</p> <p>9. Saya tahu bagaimana menunjukkan kehangatan, cinta, perawatan dan kasih sayang kepada anak melalui bahasa tubuh</p> <p>10. Saya tahu bagaimana menunjukkan kehangatan, cinta, perawatan dan kasih sayang kepada anak melalui nada bicara</p>
--	--	--	--

Sumber: Olahan Peneliti

4. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian kuantitatif kali ini, teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner. Menurut Larry Cristensen dalam Sugiyono (2013:192-193) kuesioner merupakan instrumen untuk pengumpulan data, dimana partisipan atau responden mengisi pertanyaan atau pernyataan yang diberikan oleh peneliti. Peneliti dapat menggunakan kuesioner untuk memperoleh data yang terkait dengan pemikiran, perasaan, sikap, kepercayaan, nilai, persepsi, kepribadian dan perilaku dari responden.

Kuesioner yang disebarkan bersifat kuesioner tertutup yang akan dilakukan dengan menggunakan media *google form* kepada 100 responden yang merupakan *subscribers* dari *channel* YouTube *Kimbab Family*. Kuesioner tertutup yaitu kuesioner yang dirancang sedemikian rupa untuk merekam data tentang keadaan yang dialami oleh responden sendiri, kemudian semua alternatif jawaban yang harus dijawab oleh responden telah tertera dalam angket tersebut. (Bungin, 2008:123)

Dalam penelitian ini, kuisisioner yang dibagikan kepada responden adalah terkait konten vlog *Kimbab Family* terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*. Adapun konten vlog *Kimbab Family* yang dimaksud dalam penelitian ini adalah vlog yang didalamnya berkaitan dengan bagaimana orangtua mendidik serta mengajarkan perilaku yang baik kepada anak.

5. Skala Pengukuran

Menurut Sugiyono (2013:135) skala pengukuran merupakan kesepakatan yang digunakan sebagai acuan untuk menentukan panjang pendeknya interval

yang ada dalam alat ukur, sehingga alat ukur tersebut bila digunakan dalam pengukuran akan menghasilkan data kuantitatif.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu skala Likert dalam bentuk pilihan ganda. Skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel dan kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pertanyaan atau pernyataan.

Menurut Budiaji (2013:128) penggunaan skala likert ini karena adanya penggolongan kedalam dua skala pengukuran yang berbeda yaitu diantara ordinal dan interval. Pada skala Likert, jawaban setiap item instrument memiliki gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif. Dalam penyusunan instrument variabel tertentu, butir-butir pertanyaan dibuat dalam bentuk kalimat positif, netral atau negatif, sehingga responden dapat menjawab dengan serius dan konsisten (Sugiyono,2013:96)

Jawaban item instrumen :

- a. Sangat Setuju
- b. Setuju
- c. Netral
- d. Tidak Setuju
- e. Sangat Tidak Setuju

6. Uji Validitas dan Reliabilitas

a. Uji Validitas

Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti. Dengan kata lain, suatu instrumen pengukuran yang valid mengukur apa yang hendak diukur. Menentukan validitas pengukuran memerlukan suatu evaluasi terhadap kaitan antara definisi operasional variabel dengan definisi konseptual. (Morissan, 2012:103)

Untuk menghitung validitas dan mencari korelasi, peneliti menggunakan rumus person *product moment*. Syarat- syarat data yang digunakan dalam Korelasi Pearson diantaranya:

- 1) Berskala interval/rasio
- 2) Variabel X dan Y harus bersifat independen satu dengan lainnya
- 3) Variabel harus kuantitatif simetris (Safitri, 2016)

Sesuai dengan syarat-syarat penggunaan rumus *person product moment* diatas, data yang digunakan adalah data interval. Data interval adalah data yang punya ruas atau iinterval, atau jarak yang berdekatan dan sama. Jarak itu berpedoman pada ukuran tertentu misalnya nilai rata-rata (*mean*), bilangan kelipatan atau nilai lainnya yang disepakati (Bungin, 2008:121)

Rumus :

$$r_{xy} = \frac{N\sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{(N\sum x^2 - (\sum x)^2)(N\sum y^2 - (\sum y)^2)}}$$

Keterangan:

R_{xy} = Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y

N = jumlah sampel

$\sum xy$ = Jumlah perkalian antara variabel x dan y

$\sum x^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai x

$\sum y^2$ = Jumlah dari kuadrat nilai y

$(\sum x)^2$ = Jumlah nilai x kemudian dikuadratkan

$(\sum y)^2$ = Jumlah nilai y kemudian dikuadratkan

b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* berarti sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu hasil pengukuran dapat dipercaya apabila dalam beberapa kali pelaksanaan pengukuran terhadap kelompok subyek yang sama, diperoleh hasil pengukuran yang relatif sama, selama aspek yang diukur dalam diri subyek memang belum berubah. (Matondang, 2009)

Reliabilitas adalah indikator tingkat keandalan atau kepercayaan terhadap suatu hasil pengukuran. Suatu pengukuran dikatakan *reliable* atau memiliki keandalan jika konsisten memberikan jawaban yang sama (Morissan, 2012:99)

Untuk uji reliabilitas dapat menggunakan rumus *Alpha Cronbach*. Pengujian reliabilitas dengan teknik *Alpha Cronbach* dilakukan untuk jenis data interval/essay (Triana & Widyarto, 2013:187). Rumus ini sering digunakan sebagai teknik pengujian keandalan kuesioner, serta dapat mendeteksi indikator-indikator yang tidak konsisten. Adapun rumusnya sebagai berikut:

$$r_{11} \left(\frac{n}{n-1} \right) \left(1 - \frac{\sum \sigma_t^2}{\sigma^2} \right)$$

Keterangan:

r_{11} = Reabilitas yang dicari

n = Jumlah Item Pernyataan yang di uji

$\sum \sigma_t^2$ = Jumlah Varians Skor tiap-tiap items

σ_t^2 = Varians Total

7. Uji Asumsi

Asumsi klasik merupakan syarat yang harus dipenuhi pada analisis regresi sederhana. Uji asumsi klasik yang biasa digunakan adalah uji normalitas, uji linearitas, dan uji heteroskedesitas.

a) Uji Normalitas

Uji normalitas berfungsi untuk menguji apakah dalam sebuah model regresi, variabel pengganggu memiliki distribusi normal. Keadaan normal didapatkan atau memenuhi uji normalitas ketika nilai hasil uji normalitas yang difokuskan pada nilai Asimp.Sig (2-tailed) variabel residual berada pada angka lebih dari 0,05 atau 5% dan apabila keadaan yang sebaliknya, jika nilai Asimp.Sig (2-tailed) berada di bawah 0,05 atau 5% maka data tersebut tidak memenuhi uji normalitas. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov* (Ghozali, 2011:160)

b) Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk memilih model regresi yang akan digunakan. Uji linearitas bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antara variabel dependen terhadap setiap variabel independen secara linear yang hendak diuji. Aturan untuk keputusan linearitas dapat dengan membandingkan nilai signifikansi dari deviation from linearity yagn

dihasilkan dari uji linearitas (menggunakan bantuan SPSS) dengan nilai alpha yang digunakan. Jika nilai signifikansi dari Deviation from Linearity > alpha (0,05) maka nilai tersebut linear (Djazari,2013; Sudarmanto, 2005)

c) Uji Heteroskedastisitas

Menurut Ghozali (2011:139) uji heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam sebuah regresi terjadi ketidaksamaan varian dari residual dari suatu pengamatan ke pengamatan lain. Prasyarat yang harus terpenuhi dalam model regresi adalah tidak adanya gejala heteroskedastisitas. Pada penelitian ini uji heteroskedastisitas menggunakan uji glesjer yaitu mengkorelasikan nilai absolut residual dengan masing-masing variabel dengan nilai probabilitas signifikansinya adalah 5% (Ayuwardani,2018)

Apabila ketiga uji asumsi tersebut terpenuhi, maka peneliti dapat melanjutkan untuk uji analisis data.

8. Uji Analisis Data

Penelitian ini digunakan untuk mengetahui besaran pengaruh antara konten vlog YouTube terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*. Untuk menguji kedua variabel tersebut, penelitian ini menggunakan uji analisis data dengan rumus Regresi Linier Sederhana. Untuk analisis persyaratan regresi dilakukan dengan uji normalitas, uji linearitas, uji multikolinearitas, dan uji heteroskedastisitas. (Pingge&Wangid,2016)

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y= Subjek nilai dalam variabel terikat yang diprediksikan

a= Harga Y bila X = 0 (harga konstan)

b= angka arah koefisien regresi

X= Subjek pada variabel bebas yang mempunyai nilai tertentu



BAB IV

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Konten Vlog “*Kimbab Family*” Terhadap Pengetahuan Subscribers Mengenai *Parenting*” ini bertujuan untuk menganalisis besaran pengaruh konten vlog terhadap pengetahuan *parenting* dengan menggunakan teori kultivasi. Berdasarkan analisis data pada bab pembahasan maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Konten vlog *Kimbab Family* memiliki hubungan dengan pengetahuan *parenting* dari *subscribers* dilihat dari hasil uji hipotesis yang menunjukkan hasil nilai signifikansinya adalah 0,000 yang berdasarkan nilai tersebut kurang dari 0,05 (taraf signifikansi 5%). Dengan demikian H_0 ditolak dan H_a diterima dimana hal tersebut berarti terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel konten vlog “*Kimbab Family*” terhadap pengetahuan *subscribers* mengenai *parenting*.
2. Kemudian diperoleh koefisien determinansi (R square) yang mengandung pengertian bahwa pengetahuan *parenting* dari subscribers dipengaruhi oleh konten vlog *Kimbab Family* sebesar 21,9% dan sisa 78,1% dipengaruhi oleh faktor lain. Angka tersebut menunjukkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan yang rendah.
3. Hasil penelitian ini sesuai dengan teori kultivasi dimana teori efek media ini pada intinya media diyakini memiliki pengaruh yang besar atas sikap dan perilaku penontonya (*behavioral effect*) yang muncul setelah media ini terlebih dahulu mengubah dan membentuk keyakinan- keyakinan tertentu pada diri mereka melalui berbagai acara yang ditayangkan. Dalam hal ini

konten vlog yang diunggah oleh *Kimbab Family* ditonton terus menerus oleh *subscribers* sehingga mereka dapat memiliki pengetahuan mengenai ilmu *parenting*.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh, peneliti memberikan saran-saran yang dapat diajukan, yaitu :

1. Bagi hannel YouTube *Kimbab Family* diharapkan untuk tetap memberikan ilmu *parenting* baik dalam bentuk verbal maupun praktik kepada anak.
2. Kepada peneliti selanjutnya diharapkan dapat menemukan variabel-variabel diluar dari yang telah diteliti supaya memperoleh hasil yang variatif dan bermanfaat dalam lingkup media baru.
3. Untuk *subscribers Kimbab Family* atau para pengguna YouTube agar selalu memanfaatkan media sosial dengan baik agar memperoleh manfaat dari media itu sendiri salah satunya adalah pengetahuan baru mengenai berbagai hal.
4. *Kimbab Family* mengusung konsep multikultural yang mewakili identitas individu yang termasuk didalamnya identitas budaya yang mereka miliki sebagai keluarga yang berlatar belakang keluarga multikultural. Oleh karena menonjolkan mengenai keluarga dua negara maka ranah keluarga berbeda latar belakang budaya dapat menjadi aspek yang dapat diteliti untuk kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini,Aflah Zuhrotul. (2018). Pengaruh E-Dakwah Daqu Movie Di YouTube Terhadap Peningkatan Pengetahuan Islam Pada Mahasiswa Uinsa Surabaya. Surabaya : Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Almamater Wartawan
- Akbar, Ali.(2018). Efektifitas YouTube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi On Tv). Aceh: Universitas Islam Negeri Ar-Raniry
- Antonia,W & Lutfie.(2018). Pengaruh Gaya Hidup Dan Electronic Word Mouth Melalui Media Beauty Vlog YouTube Terhadap Keputusan Pembelian Lipstik La Tulipe Cosmetics Pada Tahun 2018. e-Proceeding of Applied Science, 4 <https://openlibrarypublications.telkomuniversity.ac.id/index.php/appliedscience/article/view/6575>
- Aziz, A. (2017). Relasi Gender Dalam Membentuk Keluarga Harmoni (Upaya Membentuk Keluarga Bahagia). *HARKAT : Media Komunikasi Islam Tentang Gender dan Anak*. 12(2), 27-37 <http://journal.uinjkt.ac.id/index.php/psga/article/view/7713/4288>
- Ayuwardani, R. (2018). Pengaruh Informasi Keuangan Dan Non Keuangan Terhadap Underpricing Harga Saham Pada Perusahaan Yang Melakukan Initial Public Offering (Studi Empiris Perusahaan Go Public Yang Terdaftar Di Bursa Efek Indonesia Tahun 2011-2015). *Jurnal Nominal*,148. <https://journal.uny.ac.id/index.php/nominal/article/view/19781>
- Azwar, S. (2007). *Sikap Manusia Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Budiaji, W. (2013). Skala Pengukuran Dan Jumlah Respon Skala Likert (The Measurement Scale And The Number Of Responses In Likert Scale).*Jurnal Ilmu Pertanian dan Perikanan*,2. <https://osf.io>
- Bungin, B. (2013). *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format- format Kuantitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- David, E. R. (Eribka), Sondakh, M. (Mariam), & Harilama, S. (Stefi). (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1), 93363. <https://www.neliti.com/publications/93363/pengaruh-konten-vlog-dalam-YouTube-terhadap-pembentukan-sikap-mahasiswa-ilmu-kom>

- Erica, D. (2013). Penerapan *Parenting* Pada Perkembangan Anak Usia Dini Menurut Sudut Pandang Islam. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699. <https://ejournal.bsi.ac.id>
- Faliha,A.(2020). Intip Keharmonisan *Kimbab Family*, Keluarga Indonesia-Korea yang Seru dan Kompak. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jabar/intip-keharmonisan-keluarga-campuran-indonesia-korea-kimbab-family-yang-seru-dan-ko.html>
- Fitrya S, Unde A, Aziz S. (2018). Pengungkapan Identitas Diri Melalui Media Sosial: Studi Mengenai Etnografi Virtual Melalui Vlog. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 7(1). <https://journal.unhas.ac.id>
- Hariyanto, Didik & Mariyanto A. (2020). Motif menonton Vlog “Keluarga Beti” Channel YouTube Arif Muhammad. *Jurnal Komunikasi*. <https://journal.umsida.ac.id>
- Hendawati, Y., & Kurniati, C. (2017). Penerapan Metode Eksperimen Terhadap Pemahaman Konsep Siswa Kelas V Pada Materi Gaya Dan Pemanfatannya. *Metodik Didaktik*, 13(1). <https://doi.org/10.17509/md.v13i1.7689>
- Herdono, I& Ningtyas.(2019). Pengaruh Terpaan Tayangan YouTube “Londokampung” Terhadap Tingkat Pengetahuan Bahasa Suroboyoan Pada *Subscribers* Di Surabaya. *Jurnal Spektrum Komunikasi Vol. 7*. <https://spektrum.stikosa-aws.ac.id/index.php/spektrum/article/view/31>
- Hyoscyamina, D. E., & Dewi, K. S. (2012). Pengembangan Program *Parenting* Bagi Anak Usia Dini Dengan Pendekatan Psikologi Positif Dan Karakter Islami. *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Islami*, 30–46. <https://publikasiilmiah.ums.ac.id>
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). *Eksistensi Media Sosial,YouTube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia*. Baitul ’Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Kemenppa. (2020). *Angka Kekerasan Terhadap Anak Tinggi di Masa Pandemi, Kemen PPA Sosialisasikan Protokol Perlindungan Anak*. Publikasi Dan Media. <https://www.kemenpppa.go.id/index.php/page/read/29/2738/angka-kekerasan-terhadap-anak-tinggi-di-masa-pandemi-kemen-pppa-sosialisasikan-protokol-perlindungan-ank>
- Kriyantono, Rachmat. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Kurniawan, F. (2019). *Konten Paling Populer di YouTube Indonesia: Vlog Keluarga*. <https://tirto.id/konten-paling-populer-di-YouTube-indonesia-vlog-keluarga-edwU>

- Maharani, N.(2016). *Information Overload Pada Pengguna Media Sosial (Studi Kualitatif Tentang Information Overload Pada Pengguna Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa S1 Reguler Program Studi Ilmu Komunikasi Angkatan 2012/2013 Sampai 2015/2016 Universitas Sebelas Maret)*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret
- Mauanah, S. N, & Suprijono, A. (2016). *Parenting Education Sebagai Pendidikan Keluarga (Motiv Keterlibatan Orang Tua Dalam Parenting Education)*, 04, 1–10. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id>
- Maulana, J. (2021). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Islam Kalimantan. *Jurnal Ilmu Komunikasi : MUTAKALLIMIN*,04,26. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/4814>
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nisa, U. (2017). *Studi Resepsi Khalayak Terhadap Pemberitaan Syariat Islam Pada Kompas.com*. *Jurnal Komunikasi Global*, 6, 78–79. <https://jurnal.unsyiah.ac.id>
- Nooraeni, R. (2017). *Implementasi Program Parenting Dalam Menumbuhkan Perilaku Pengasuhan Positif Orang Tua Di PAUD Tulip Tarogong Kaler Garut*. *Jurnal Pendidikan Luar Sekolah*, 13(2), 31–41. <https://ejournal.upi.edu>
- Notoatmodjo, S. (2012). *Promosi Kesehatan dan Perilaku Kesehatan*. Jakarta: Rineka Cipta
- Pingge H. D, & Wangid M (2016). *Faktor Yang Mempengaruhi Hasil Belajar Mahasiswa Sekolah Dasar di Kecamatan Kota Tambolaka*. *Jurnal Pendidikan Sekolah Dasar*, 2, 155. <http://journal.uad.ac.id>
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti M. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja*. *Prosiding Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(1). <https://doi.org/10.24198/jppm.v3i1.13625>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). *Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital*. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>
- Rahmawati H.,& Rozak A. (2020). *Hubungan Menonton Channel YouTube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar*. *Jurnal Penelitian Sosial Cakrawala*,9, 97–115. <https://ejournals.uksw.edu>
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosda Karya
- Riyanto, A. D. (2020). *Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2020*. <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/>

- Rizky, K. (2021). *Angka Kehamilan Tinggi Kala Pandemi*.
<https://news.unika.ac.id/2021/01/angka-kehamilan-tinggi-kala-pandemi/>
- Safitri, W. R. (2016). *Analisis Korelasi Peason Dalam Menentukan Hubungan Antara Kejadian Demam Berdarah Dengue Dengan Kepadatan Penduduk di Kota Surabaya Pada Tahun 2012-2014*. Jurnal Ilmu Keperawatan.
<https://journal.stikespemkabjombang.ac.id>
- Satriah L, Tajiri H, & Yulianti. (2019). *Parenting Skills Untuk Membangun Karakter Anak (Aplikasi Dakwah Melalui Bimbingan Kelompok)*. Bandung: Tim Riset Pengabdian.
- Saefudin, H & Venus,A. (2007). Cultivation Theory. *Mediator*, 8(1), 84-85.
<https://ejournal.unisba.ac.id>
- Shrum,L.J. (2017). Cultivation Theory: Effects and Underlying Processes. *The International Encyclopedia of Media Effects*. 10.1002/9781118783764.wbieme0040
- Sudijono, A. (2011). *Pengantar Evaluasi Pendidikan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiono S, & Irwansyah. (2019). Vlog Sebagai Media Story Telling Digital Bagi Tokoh Publik Pemerintahan. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media* 23(2).
<https://jurnal.kominfo.go.id>
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabet CV.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV.
- Sugiyono.(2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung : Alfabeta CV
- Thanissaro, P. N., & Kulupana, S. (2015). Buddhist teen worldview: Some normative background for health professionals. *Contemporary Buddhism*, 16(1), 28–42.
<https://doi.org/10.1080/14639947.2015.1006801>
- Triana, D, & Widyarto W. (2013). Relevansi Kualifikasi Kontraktor Bidang Teknik Sipil Terhadap Kualitas Pekerjaan Proyek Konstruksi Di Provinsi Banten. *Jurnal Fondasi*, 1. <https://jurnal.untira.ac.id>
- W. Littlejohn, Stephen & Karen A. Foss. (2011). *Teori Komunikasi : Theoris Of Human Communication* Edisi 9. Salemba Humanika
- Werner, J Severin & Tankard, J.(2014). *Teori Komunikasi : Sejarah, metode, dan terapan di dalam media massa*. Jakarta: Kencana Prenada Media

- Widada, Cahya Kumbul. (2018). Mengambil Manfaat Media Sosial Dalam Pengembangan Layanan. *Journal of Documentation and Information Science*, 2,24. https://www.researchgate.net/publication/332077569_MENGAMBIL_MANFAAT_MEDIA_SOSIAL_DALAM_PENGEMBANGAN_LAYANAN/link/5d51ae3b4585153e595057a4/download
- Wulandari, Ayu.(2019). Pengaruh Terpaan Informasi Akun Instagram @mahasiswa_universitasriau Terhadap Pengetahuan Kegiatan Akademik Mahasiswa Universitas Riau. *JOM FISIP*,6. <https://jom.unri.ac.id>
- Zahra, & Rina.(2018). Pengaruh Celebrity Endorser Hamidah Rachmayanti Terhadap Keputusan Pembelian Produk Online Shop Mayoutfit Di Kota Bandung. *Jurnal Lontar*,6. <https://e-jurnal.lppmunsera.org/index.php/LONTAR/article/view/648>

