

PENGARUH TERPAAN TAYANGAN YOUTUBE RUANG GURU DALAM MENINGKATKAN AKTIVITAS BELAJAR SISWA

Andre Indrawan¹, Diana Amaliasari^{2*)}, Dini Valdiani³

^{1,2,3} Universitas Pakuan, Bogor, Indonesia

*) Surel Korespondensi: d_amaliasari@gmail.com

Kronologi Naskah: diterima 10 Januari 2022; direvisi 12 Maret 2022; diputuskan 21 April 2022

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Probability Sampling* yaitu *Simple Random Sampling* digunakan karena peneliti memandang bahwa responden memiliki peluang yang sama untuk dijadikan sampel tanpa memperhatikan adanya strata dalam populasi tersebut, dimana sampel tersebut ditentukan dengan menggunakan rumus slovin dan mendapatkan jumlah responden sebanyak 113 siswa dari 156 siswa jumlah populasi. Aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor masih cukup kurang dalam menggunakan internet dengan baik namun dengan pembelajaran di Sekolah baik. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat pengaruh antara terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Berdasarkan hasil uji determinasi diperoleh hasil terpaan tayangan Youtube Ruang Guru memiliki kontribusi pada aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor sebesar 0,358 hal ini berarti kontribusi pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor sebesar 35,8 persen, sedangkan 64,2 persen lainnya dipengaruhi oleh faktor lain. Perlu dilakukan penelitian lebih lanjut untuk menjelaskan sebab-sebab lain tersebut.

Kata Kunci: aktivitas Belajar; media informas; ruang guru; siswa; youtube.

Abstract

This study aims to determine how much influence the Exposure of Ruang Guru Youtube Impressions as a medium of information on the learning activities of students of SMP Kamandaka Bogor. This study uses descriptive quantitative research methods. The sampling technique used in this study is Probability Sampling, the sample is determined using the Slovin formula and gets the number of respondents as many as 113 students. of 156 students' total population. Ruang Guru's Youtube as an information medium is sufficient to provide a lot of information and insight about the world of education from the material presented on the Youtube channel which can be watched for free anywhere and anytime, with various kinds of playlists presented on the Ruang Guru Youtube channel. The learning activities of the students of SMP Kamandaka Bogor are still lacking in using the internet well but with good learning in schools. The results of this study indicate that there is an influence between exposure to the Ruang Guru Youtube show on the learning activities of the students of SMP Kamandaka Bogor. the results of the determination test showed that the exposure of Ruang Guru's Youtube shows had a contribution to the learning activities of students of SMP Kamandaka Bogor by 0.358. influenced by other factors. Further research is needed to explain these other reasons.

Keywords: information media; learning activities; ruang guru; students; youtube.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi saat ini semakin cepat. Mulai dari teknologi komunikasi yang paling sederhana berupa perangkat yaitu televisi dan radio hingga telepon genggam dan internet. Kehadiran teknologi komunikasi ini semakin mempermudah aktivitas manusia dalam berkomunikasi dan berinteraksi sesama manusia, mendapatkan lebih banyak informasi bahkan banyak ilmu pengetahuan yang kita dapatkan dari teknologi komunikasi ini. Teknologi yang saat ini maju dengan pesat adalah internet. Internet memberikan dampak positif yang besar dalam kehidupan manusia. Penggunaan internet mampu memberikan informasi dan pengetahuan tentang ilmu pengetahuan yang lebih banyak. Internet tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi antar manusia akan tetapi juga dapat membantu mencari referensi dan informasi dari berbagai macam belahan dunia, dan penggunaan internet di Indonesia sendiri setiap tahunnya semakin meningkat pesat. Kemajuan teknologi khususnya media komunikasi inilah yang membuat masyarakat dapat menerima dan memberikan informasi secara cepat dan mudah. Media elektronik seperti televisi, radio dan internet merupakan media massa yang paling banyak di gemari oleh masyarakat karena masyarakat ingin mendapatkan informasi bahkan memberikan informasi dengan cepat dan mudah. Youtube merupakan sebuah situs web berbagi video (*video sharing*) yang dibuat oleh tiga mantan pegawai PayPal yang bernama Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada tahun 2005.

Youtube amat sangat populer bagi masyarakat dunia bahkan di Indonesia. Para pengguna Youtube dapat mencari, memuat, memutar,

berbagi video secara gratis. Video atau konten yang ada di dalam Youtube banyak diunggah oleh individu ataupun perusahaan. Berdasarkan penelitian oleh APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada awal tahun 2021 pengguna internet di Indonesia tembus 170 juta jiwa dari populasi sebanyak 274,9 juta jiwa. Internet yang digunakan yaitu website dan sosial media. Kegunaan internet tersebut untuk memenuhi kebutuhan seperti mendapatkan informasi, wawasan, berita dan hiburan. Berikut data sosial media yang paling sering digunakan di Indonesia. Sosial media yang paling sering digunakan adalah Youtube dengan hasil 93,8%. Youtube paling sering digunakan karena di dalam aplikasi tersebut sangat banyak keanekaragaman topik yang dapat kita tonton mulai dari berita *trending* topik, edukasi, otomotif, kuliner dan masih banyak lagi. Youtube memungkinkan penggunaannya untuk mengakses di mana saja dan kapan saja. Youtube di Indonesia telah banyak digunakan dalam berbagai bidang salah satunya adalah bidang pendidikan. Youtube cukup berperan sangat penting dalam bidang pendidikan karena banyak pelajar yang menggunakan Youtube itu sendiri sebagai media mencari informasi dan ilmu pengetahuan.

PT Ruang Raya Indonesia atau Ruang Guru berdiri pada tahun 2014 sebagai perusahaan penyedia layanan dan konten pendidikan berbasis teknologi yang didirikan oleh Adamas Belva Syah Devara dan Muhammad Iman Usman. Ruang Guru hadir pertama kali dalam pencarian guru privat. Ruang Guru telah menjadi layanan pendidikan berbasis teknologi terdepan di Indonesia. Ruang Guru bukan hanya hadir sebagai sebuah bisnis, akan tetapi juga bertujuan untuk meningkatkan kualitas guru dengan menciptakan lapangan

pekerjaan dan tambahan penghasilan bagi guru di Indonesia. Ruang Guru meyakini, dengan meningkatnya kualitas guru, maka kualitas pendidikan di Indonesia juga akan menjadi lebih baik. Ruang Guru adalah bimbel online terbesar di Indonesia Ruang Guru memiliki lebih dari 6 juta pengguna serta telah mengelola lebih dari 150.000 guru dan menawarkan jasa lebih dari 100 bidang pelajaran. Ruang Guru sendiri disajikan dengan konten berbasis *audio visual* (Video dan Audio) yang hadir dalam berbagai tempat mulai dari aplikasi *Google Play, App Store, Instagram, TikTok* dan *Youtube*. Harga paket yang ditawarkan Ruang Guru dengan menggunakan aplikasi mulai dari Rp. 800.000-1.800.000 tergantung paket yang dibeli dan tingkat pendidikan (SD, SMP, SMA/SMK) metode pembelajaran yang digunakan melalui aplikasi yaitu menggunakan video yang dibuat oleh Ruang Guru dan di aplikasi tersebut terdapat pengajar yang dapat menjelaskan materi yang akan disampaikan, dalam aplikasi tersebut dapat melakukan berbagai aktivitas seperti latihan soal, ujian dan sesi tanya jawab antara murid dengan pengajar.

Dalam mengakses kanal *Youtube* Ruang Guru tidak perlu mengeluarkan biaya hanya saja perlu menggunakan data akses internet atau biasa disebut kuota internet yang jauh lebih murah dibandingkan dengan menggunakan aplikasinya yang harus membayar Rp 800.000-1.800.000. Keterkaitan dengan penyiaran peneliti ingin mengetahui apakah adanya pengaruh dari sebuah tayangan yang dapat mempengaruhi aktivitas belajar siswa, mulai dari isi kontennya, materi, atau dari segi pengemasan videonya sehingga dapat menarik siswa untuk menontonnya serta mendapatkan berbagai macam informasi dan pengetahuan yang baru. Setelah peneliti

menanyakan perihal Ruang Guru menurut Kepala Sekolah SMP Kamandaka Bogor Didin Supriadi sekolah tersebut pernah menggunakan Ruang Guru sebagai penunjang metode pembelajaran namun tidak bertahan lama lebih kurang hanya 7 bulan, hal itu karena faktor biaya yang dikeluarkan cukup lumayan mahal, dan SMP Kamandaka tidak menggunakan aplikasi Ruang Guru lagi. Peneliti menanyakan kepada salah satu siswa SMP Kamandaka Bogor yang pernah menggunakan aplikasi Ruang Guru yaitu Hilmita Dewi kelas VIII A ia menggunakan aplikasi Ruang Guru lebih kurang hanya 4 bulan saja. Ia mengatakan bahwa di dalam aplikasi Ruang Guru sangat menyenangkan dengan materi pembelajarannya, namun ia memutuskan untuk tidak menggunakannya lagi karena faktor biaya yang tidak murah. Dan Hilmita Dewi lebih mencari materi pembelajaran yang ia butuhkan melalui *Youtube* karena *Youtube* hanya menggunakan data kuota internet saja yang menggunakan biaya dengan cukup terjangkau. *Youtube* Sebagai Sarana Komunikasi Faiqah, Nadjib, dan Subhan (2016) berpendapat bahwa *Youtube* merupakan sebuah wujud dari salah satu sosial media yang masuk ke dalam kategori media baru. Media baru sendiri merupakan bagian dari teori komunikasi massa, dimana komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa dalam penyampaian informasi kepada khalayak banyak. Berdasarkan macam-macam teori komunikasi massa, media baru masuk sebagai salah satu kategori yakni media yang mempunyai ciri khas yang menonjol dalam penggunaan mebiaskan massa historis apapun, mengikat waktu, dan mengikat ruang.

SMP Kamandaka BOGOR yang berlokasi di Jl. H. Achmad Sobana Perumahan Bantarjati, Kota Bogor

adalah salah satu SMP Swasta yang berakreditasi B. Peneliti tertarik meneliti di SMP Kamandaka BOGOR ini adalah karena SMP Kamandaka memiliki nilai rata-rata Ujian Nasional pada tahun pelajaran 2018/2019 menurut data Pusat Penilaian Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan yaitu nilai rata-rata Ujian Nasional Bahasa Indonesia 58,77, Bahasa Inggris 42,59, Matematika 34,94, IPA 41,25 dan rerata nilai yaitu 44,39. SMP Kamandaka masuk kedalam daftar SMP Swasta di Kota Bogor yang cukup kurang diminati oleh masyarakat. Peneliti tertarik mengapa SMP Kamandaka bisa mendapatkan nilai ujian nasional dengan nilai rerata yang cukup lumayan di bawah, apakah sosial media yang mereka gunakan memberikan pengaruh terhadap aktivitas belajarnya? Dan apakah mereka menyaksikan tayangan bimbingan online seperti Youtube Ruang Guru lalu apa pengaruhnya terhadap aktivitas belajar? Maka dari itu peneliti ingin mengetahui apakah para siswa menonton tayangan Youtube Ruang Guru dan mendapatkan berbagai macam informasi, pengetahuan seputar dunia pendidikan sehingga dapat meningkatkan aktivitas belajar dan menambah ilmu pengetahuan bagi siswa.

Berdasarkan latar belakang di atas maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah: (1) Bagaimana terpaan tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi? (2) Bagaimana aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor? (3) Adakah pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor?

Teori Uses and Gratification

Perkembangan awal yang menjadi cikal bakal teori *uses and*

gratification dimulai pada tahun 1940-an. Ketika sejumlah peneliti mencoba mencari tahu motif yang melatarbelakangi audiens mendengarkan radio dan membaca surat kabar. Mereka meneliti suara radio dan mencari tahu mengapa orang tertarik terhadap program yang disiarkan, seperti mendengarkan program tersebut, atau motif orang membaca surat kabar (Morissan, 2013). Teori *uses and gratification* memfokuskan perhatian pada audiens sebagai konsumen media massa. Teori ini memulai bahwa audiens dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut (Morissan, 2013).

Metode Penelitian

Metode penelitian ini dilakukan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan metode survei. Lokasi penelitian ini dilakukan di SMP Kamandaka Bogor yang berlokasi di Jl. H. Achmad Sobana Perumahan Bantarjati, Kota Bogor. Dengan waktu penelitian pada bulan juni 2021 sampai dengan batas waktu yang belum ditentukan. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah keseluruhan siswa SMP Kamandaka Bogor yaitu 156 siswa dari data absensi SMP Kamandaka Bogor bulan juni 2021. *Probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap unsur (anggota) populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel (Sugiyono, 2015), Dalam teknik pengambilan sampel ini penulis menggunakan teknik *Simple Random Sampling*. *Simple Random Sampling* yaitu dikatakan *simple* (sederhana) karena pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan strata

yang ada didalam populasi itu (Sugiyono, 2015). Dalam jumlah sampel dari sebuah populasi digunakan teknik penarikan sampel dengan rumus Slovin. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran dari populasi yang diketahui jumlahnya (Kriyanto, 2010). Dalam hasil perhitungan yang telah dilakukan, maka didapat hasil sebesar 113 siswa SMP Kamandaka Bogor yang akan menjadi responden.

Hasil dan Pembahasan

Variabel X terdiri dari beberapa indikator yaitu durasi, frekuensi, dan atensi. Indikator durasi dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 3,28 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai cukup pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian siswa SMP Kamandaka sering menggunakan dan menonton tayangan di Youtube dengan durasi menonton sekitar 15-20 menit. Terkait durasi menonton tersebut membuktikan bahwa siswa cukup lama menggunakan gadget terlebih untuk menonton Youtube.

Indikator frekuensi dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 2,63 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai cukup pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa sebagian siswa SMP Kamandaka cukup sering menggunakan aplikasi Youtube untuk dan untuk kanal Youtube Ruang Guru cukup sedikit menonton tayangannya karena video yang dibuat Ruang Guru tidak banyak sehingga tidak memenuhi kebutuhan penonton sepenuhnya.

Indikator atensi dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 4,12 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai baik pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan

bahwa sebagian siswa SMP Kamandaka sering menggunakan dan menonton tayangan di Youtube untuk mendapatkan pengetahuan, wawasan dan hal-hal baru.

Variabel Y terdiri dari beberapa indikator yaitu kognitif, afektif, dan psikomotorik. Indikator kognitif dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 4,02 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai baik pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa siswa SMP Kamandaka sering menggunakan dan menonton tayangan di kanal Youtube Ruang Guru untuk mendapatkan pengetahuan, informasi serta materi sesuai yang dicari.

Indikator afektif dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 3,97 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai baik pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa siswa SMP Kamandaka menonton tayangan di kanal Youtube Ruang Guru karena, mereka senang mendapatkan pengetahuan, informasi, dan materi pembelajaran dengan pengemasan video yang sangat menarik dan mudah untuk dipahami.

Indikator psikomotorik dari jumlah 113 responden siswa SMP Kamandaka Bogor, didapat nilai rata-ran sebesar 3,92 yang apabila dilihat memiliki kategori nilai baik pada nilai rata-ran yang telah dibuat. Hal tersebut menunjukkan bahwa siswa SMP Kamandaka sering menggunakan dan menonton tayangan di kanal Youtube Ruang Guru mereka bisa mengerjakan tugas sesuai dengan materi yang dicari dan dapat diaplikasikan dalam pembelajaran disekolah.

Hasil dan Pembahasan

Analisis Regresi Linier Sederhana

Dalam upaya untuk mengetahui dan memprediksi nilai suatu variabel respon (Y) berdasarkan nilai variabel prediktor (X) di mana jumlah variabel prediktor hanya ada satu, diperlukan uji atau analisis regresi linear sederhana. Dalam penelitian ini model persamaan regresi linear sederhana yang disusun untuk mengetahui pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor.

Nilai konstan sebesar 29.432 menyatakan bahwa nilai $X = 0$ atau variabel terpaan tayangan tidak ada, maka nilai aktivitas belajar 29.432.

Koefisien regresi variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru (X) 0,693 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai point variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru, maka akan lebih baik aktivitas belajar siswa 0,693. Interpretasi dari persamaan diatas adalah bahwa koefisien regresi variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru (X), memiliki tanda positif (0,693), yaitu mengandung arti bahwa tayangan Youtube Ruang Guru searah dengan meningkatnya aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Dengan kata lain, variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru cukup mempunyai pengaruh terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Berdasarkan nilai signifikansi dari tabel Coefficients diperoleh nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel terpaan tayangan (X) berpengaruh terhadap variabel aktivitas belajar (Y).

Uji Hipotesis

Uji Koefisien Regresi (Uji T)

Apabila nilai t hitung (dalam output SPSS dalam kolom Sig). lebih

kecil dari nilai tingkat kesalahan 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat, sedangkan apabila nilai t hitung lebih besar dari tingkat kesalahan 0.05 maka dapat dinyatakan bahwa variabel bebas tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel terikat.

Berdasarkan tabel di atas, variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru memiliki nilai sig = 0.000 yang lebih kecil dari nilai tingkat kesalahan 0.05 sehingga dapat diartikan bahwa terpaan tayangan Youtube Ruang Guru berpengaruh signifikan terhadap aktivitas belajar siswa. Diperolehnya nilai tersebut karena siswa cenderung lebih menikmati dan memahami dari video tayangan Youtube Ruang Guru dengan pengemasan video yang sangat menarik, kreatif, variatif dan tidak membosankan. Tayangan di Youtube Ruang Guru juga bisa ditonton kapan saja dan dimana saja.

Uji F

Uji F digunakan untuk mengetahui pengaruh dan tingkat signifikansi variabel pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa. Pengaruh signifikansi ini menunjukkan keberartian hubungan yang terjadi dapat berlaku dalam penelitian ini. Hasil uji F nilai F hitung terlihat pada kolom terakhir (sig). Tabel di atas menunjukkan nilai sig 0.000 lebih kecil dari nilai nilai tingkat signifikansi 0,05 sehingga dapat disimpulkan bahwa model regresi linier yang diestimasi layak digunakan dengan menjelaskan pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru (X) terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor (Y).

Koefisien Determinasi

Uji ini bertujuan untuk mengetahui persentase total variasi variabel-variabel. Uji koefisien determinasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah R Square yang terdapat dalam *output* SPSS pada Model Summary yang diinterpretasikan untuk menjelaskan total variasi antar variabel penelitian. Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui R Square sebesar 0.358 hal ini berarti kontribusi pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa sebesar 35,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 64.2 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada peneliti kali ini. Hasil uji koefisien determinasi tersebut memberikan makna, bahwa masih terdapat variabel dependent lain yang mempengaruhi aktivitas belajar siswa. Untuk itu perlu pengembangan lebih lanjut, terkait dengan topik dalam penelitian ini.

Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Ruang Guru Sebagai Media Informasi Dalam Meningkatkan Aktivitas Belajar Siswa SMP Kamandaka Bogor

Dalam hal ini peneliti akan meneliti tentang kanal Youtube Ruang Guru yang memiliki jumlah pelanggan atau biasa disebut *subscriber* sebanyak 954.121 memiliki jumlah video sebanyak 935, dan 53.160.625 kali ditonton (diakses pada tanggal 17 Juni 2021). Dalam kanal Youtube Ruang Guru memiliki genre yaitu tentang edukasi dan video pembelajaran. Pada kanal Youtube Ruang Guru mereka memberikan konten video secara gratis yang dapat diakses oleh siapa saja dan dimana saja yang sangat bermanfaat dan mengedukasi bagi para penontonnya yang dapat ditonton sesuai kebutuhan dan terdapat banyak *playlist* yang hadir di kanal Youtube Ruang guru yaitu antara lain ruangbelajar,

video belajar, *skill academy*, *brain academy*, sekolah online, ruangguru *update*, belajar di rumah, ruangkelas, sekolah online, cerita juara, *RG Live*, *#ROGUpdate* dan masih banyak lagi, yang telah disiapkan oleh Ruang Guru sesuai kebutuhan tema dan materi. Dengan hadirnya inovasi dan kreatifitas yang dihadirkan oleh Ruangguru yaitu bimbel online yang dapat diakses dari aplikasi ataupun sosial media seperti Youtube. Ruangguru memiliki peluang yang sangat besar untuk menarik minat siswa dengan metode pembelajaran yang baru, sehingga dapat meningkatkan aktivitas belajar para siswa. Karena pada zaman sekarang siswa atau siswi lebih sering menggunakan *gadget*, mereka lebih senang mengeksplor apa yang mereka butuhkan dan inginkan di internet. Diharapkan siswa menggunakan internet dengan positif seperti mencari informasi, pengetahuan, wawasan yang dapat meningkatkan aktivitas belajar mereka. Penelitian mengenai pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor ini bertujuan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara tayangan Youtube Ruang Guru dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa. Pada analisis masalah, peneliti menguji variabel X dan variabel Y di mana peneliti ingin mengetahui seberapa besar variabel terpaan tayangan mempengaruhi variabel aktivitas belajar pada siswa SMP Kamandaka Bogor. Untuk menguji hal tersebut, penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode analisis regresi linear sederhana, uji t dan uji f.

Proses analisis regresi linear sederhana yang telah dilakukan menunjukkan bahwa berdasarkan uji t dapat diketahui nilai probabilitas t hitung untuk variabel memiliki nilai Sig = 0.000 yang lebih kecil dari tingkat signifikan 0.05 (5%). Hasil uji t tersebut

dikaitkan dengan hipotesis yang diajukan yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor.

H_a : Terdapat pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru sebagai media informasi dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor.

Berdasarkan hasil uji t yang dilakukan dan mendapatkan hasil dari variabel terpaan tayangan yang terdapat unsur durasi, frekuensi dan atensi dalam tayangan Youtube Ruang Guru memiliki pengaruh dalam meningkatkan aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor, maka H_a dapat diterima. Selanjutnya R-square sebesar 0,358 menjelaskan bahwa terpaan tayangan yang terdapat unsur durasi, frekuensi dan atensi memiliki pengaruh terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor sebesar 35,8 persen sedangkan 64,2 persen sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Hubungan Teori *Uses and Gratification* dalam Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Ruang Guru Sebagai Media Informasi Dalam Meningkatkan Aktivitas Belajar Siswa SMP Kamandaka Bogor

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Menurut Morissan (2013:77-78) Teori *uses and gratification* memfokuskan perhatian pada audiens sebagai konsumen media massa. Teori ini memulai bahwa audiens dalam menggunakan media berorientasi pada tujuan, bersifat aktif sekaligus diskriminatif. Audiens dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta

bertanggung jawab terhadap pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan mereka tersebut. Mulai dari media cetak seperti koran, majalah dan tabloid, media elektronik seperti televisi dan radio, ataupun media online yang saat ini banyak diminati seperti sosial media dan situs web.

Berdasarkan penelitian ini dan mengacu pada teori di atas, siswa dalam penelitian ini berperan aktif dalam mengkonsumsi sebuah tayangan khususnya di internet dalam media sosial Youtube. Karena pada dasarnya remaja bebas memilih tayangan yang ada di media sosial seperti Youtube dan mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihan media tersebut. Saat ini lebih sering menggunakan Youtube karena sosial media ini sangat populer dan mudah untuk mencari berbagai macam informasi, pengetahuan, wawasan, dan hiburan.

Youtube Ruang Guru menjadi salah satu tempat untuk mencari berbagai macam informasi, pengetahuan, wawasan edukasi dengan pengemasan video yang sangat menarik. Ruang Guru sudah memiliki target audiens yaitu seperti anak sekolah mulai dari SD, SMP, SMA, bahkan Kuliah. Dalam kanal Youtube banyak memberikan pembelajaran dari berbagai macam materi yang dapat diakses oleh siapa saja yang membutuhkan. Hal ini memungkinkan remaja siswa khususnya SMP Kamandaka Bogor untuk menonton tayangan Youtube Ruang Guru untuk mendapatkan informasi, pengetahuan, dan materi untuk menyelesaikan tugas di sekolah ataupun hanya untuk mencari wawasan saja sehingga tanpa disadari para siswa yang menonton tayangan Youtube yang bergenre edukasi seperti Ruang Guru bisa menambah pengetahuan bagi dirinya sehingga dapat meningkatkan aktivitas

belajar pada saat di rumah ataupun di sekolah.

Simpulan dan Saran

Simpulan yang dihasilkan dalam penelitian ini adalah: variabel dari terpaan tayangan Youtube Ruang Guru memiliki 3 indikator yaitu durasi, frekuensi, dan atensi. Dimana rentang kriteria pada indikator durasi dengan nilai 3,28 termasuk pada kategori cukup, rentang kriteria pada indikator frekuensi dengan nilai 2,63 termasuk pada kategori cukup, dan rentang kriteria pada indikator atensi 4,12 termasuk pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa siswa menonton Youtube lebih kurang 15-20 menit dan untuk menonton tayangan Youtube tentang edukasi ataupun Youtube Ruang Guru lebih kurang 5-10 menit saja, dan menonton tayangan Youtube lebih dari 5 kali dalam seminggu namun berbeda dengan menonton tayangan Youtube tentang edukasi ataupun Ruang Guru lebih kurang hanya 2-3 kali dalam seminggu. Karena siswa menonton Youtube yang bersifat edukasi hanya ketika dia membutuhkan materi pembelajaran saja. Namun ketika menonton tayangan edukasi dan Ruang Guru sesuai materi yang dicari dan dibutuhkan para siswa tersebut dapat memahami materi yang disampaikan dari isi konten yang disajikan mulai dari pengemasan video dengan animasi yang menarik, isi materi yang mudah dipahami, dan metode pembelajaran online yang baru sehingga dapat mempengaruhi aktivitas belajarnya.

Variabel dari aktivitas belajar memiliki 3 indikator yaitu kognitif, afektif dan psikomotorik. Dimana rentang kriteria pada indikator kognitif dengan nilai 4,02 termasuk pada kategori baik, rentang kriteria pada indikator afektif dengan nilai 3,97 termasuk pada kategori baik, dan rentang kriteria pada indikator psikomotorik

dengan nilai 3,92 termasuk pada kategori baik. Hal ini menunjukkan bahwa siswa dari menonton tayangan Youtube Ruang Guru mendapatkan pemahaman materi pembelajaran yang dapat meningkatkan aktivitas belajarnya baik di rumah ataupun di sekolah. Penggunaan media sosial Youtube masih kurang digunakan untuk mendapatkan pengetahuan dan wawasan tentang edukasi atau yang bersifat akademik bagi remaja khususnya siswa SMP Kamandaka Bogor.

Nilai konstan sebesar 29.432 menyatakan bahwa nilai $X = 0$ atau variabel terpaan tayangan tidak ada, maka nilai aktivitas belajar 29.432. Koefisien regresi variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru (X) 0,693 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai point variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru, maka akan lebih baik aktivitas belajar siswa 0,693. Interpretasi dari persamaan di atas adalah bahwa koefisien regresi variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru (X), memiliki tanda positif (0,693), yaitu mengandung arti bahwa tayangan Youtube Ruang Guru searah dengan meningkatnya aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Dengan kata lain, variabel terpaan tayangan Youtube Ruang Guru cukup mempunyai pengaruh terhadap aktivitas belajar siswa SMP Kamandaka Bogor. Hasil nilai koefisien determinasi, berdasarkan hasil perhitungan diketahui R Square sebesar 0.358 hal ini berarti kontribusi pengaruh terpaan tayangan Youtube Ruang Guru terhadap aktivitas belajar siswa sebesar 35,8 persen, sedangkan sisanya sebesar 64,2 persen dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti pada peneliti kali ini.

Saran dalam penelitian ini adalah: Untuk siswa ataupun para remaja agar lebih bijak dalam menggunakan internet serta media sosial. Gunakan media sosial internet untuk memenuhi keperluan dan kebutuhan yang positif.

Peneliti berharap Ruang Guru lebih meningkatkan inovasi dan kreatifitas dalam penyajian konten di dalam aplikasi maupun kanal Youtubenya, seperti menggunakan *thumbnail* video yang menarik, pengambilan gambar yang *cinematic*, dan *editing* video yang tidak itu-itu saja melainkan lebih dinamis seperti mengembangkan *design graphic/motion graphic* agar penonton lebih dimanjakan dari audio visual yang diberikan. Karena pada saat ini tayangan yang mengedukasi sudah mulai jarang disiarkan. Tayangan edukasi ini sangat baik bagi para siswa untuk meningkatkan aktivitas belajarnya.

Referensi

- Ardianto, E. (2014). *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Alex, S. (2006). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Baskoro, A. (2011). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta: PT. Transmedia.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Revisi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi: Edisi Revisi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Effendy, OU. (2011). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Lamintang, F. (2013). *Pengantar Ilmu Broadcasting dan Cinematography*. Jakarta: In Media.
- Morissan. (2013). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Oemar, H (2010). *Proses Belajar Mengajar*. Cetakan keempat. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Purnama, H. (2011). *Media Sosial Di Era Pemasaran 3.0. Corporate and Marketing Communication*. Jakarta: Pusat Studi Komunikasi dan Bisnis Program Pasca Sarjana Universitas Mercu Buana.
- Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Solomon, M R. (2011). *Consumer Behavior (Buying, Having, and Being)*. New Jersey: Person.
- Sarwono. (2010). *Psikologi Remaja*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Widyatama, R. (2009). *Buku Pengantar Periklanan*. Yogyakarta: Pustaka Book Publisher.