

Pengaruh Tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* Terhadap Minat Belajar Bahasa Thailand

Adinda Siti Nur Afifah¹, Mayasari², Luluatu Nayiroh³

^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang
adindasiti112@gmail.com

ABSTRACT

YouTube is a popular social media medium of information and entertainment, and the increase of YouTube users is increasing every year. The GMMTV OFFICIAL YouTube Channel is one of the channels favored by individuals to find shows in the form of drama series, game shows, and variety shows. This study aims to determine the effect of the GMMTV OFFICIAL YouTube Channel on interest in learning Thai. This study uses new media theory with quantitative research methods through questionnaire data collection techniques with a total sample of 100 respondents. The results of this study indicate that the GMMTV OFFICIAL YouTube Channel shows interest in learning Thai language with a coefficient of determination of 49.3% and the rest is caused by other reasons. Through the results of research that has been processed with SPSS 26, the interactivity of the GMMTV OFFICIAL YouTube Channel has no significantly effects an interest in learning Thai. The flexibility of the GMMTV OFFICIAL YouTube Channel has significantly effect an interest in learning Thai. Media exposure to GMMTV OFFICIAL's YouTube Channel has significantly effect an interest in learning Thai.

Keywords: *YouTube, Interest in learning, Thai Language*

ABSTRAK

YouTube merupakan media sosial populer sebagai media informasi dan hiburan, peningkatan pengguna YouTube semakin bertambah setiap tahunnya. YouTube Channel GMMTV OFFICIAL menjadi salah satu channel yang digemari oleh individu dengan tujuan untuk mencari tayangan berupa serial drama, game show, dan variety show. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL terhadap minat belajar bahasa Thailand. Penelitian ini menggunakan teori new media dengan metode penelitian kuantitatif melalui teknik pengumpulan data kuesioner dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand dengan koefisien determinasi 49,3% dan sisanya disebabkan oleh sebab-sebab lain. Melalui hasil dari penelitian yang telah diolah dengan SPSS 26 menghasilkan, Interaktivitas tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL tidak mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand secara signifikan. Fleksibilitas tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand signifikan. Terpaan media tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand secara signifikan.

Kata Kunci: *YouTube, Minat Belajar, Bahasa Thailand*

PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi semakin berkembang pesat dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Adanya teknologi komunikasi yang sangat canggih mampu memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi melalui saluran media internet (Nayiroh, 2021). *YouTube* merupakan media sosial di internet dengan

banyaknya pengguna. *YouTube* menjadi salah satu media yang tercipta dengan masuknya media baru. *YouTube* sangat populer karena *webnya* yang menarik, memunculkan gambar dengan audio visual berupa video dengan durasi berbagai macam. Melalui *YouTube* individu mampu mengakses berbagai macam video hiburan berupa musik, rekomendasi film, hingga video edukasi yang dapat ditonton secara gratis oleh penggunanya (Tohari et al., 2019).

Media sosial sebagai media yang dibuat untuk menyebarkan pesan atau informasi adanya interaksi sosial dengan berbagai teknik publikasi mudah diakses dimanapun dan kapan saja dalam skala yang sangat besar (Eriyawati et al., 2020). Van Dijk mengatakan bahwa media sosial merupakan fasilitator melalui media secara online dengan fungsi untuk dapat mempererat jalinan antar individu, kehadiran pengguna dengan tujuan mempromosikan sebuah kegiatan atau konten yang akan disajikan dan terjadi interaksi aktif antara pengguna dan penyedia konten (Ferniansyah et al., 2021).

DataReportal mencatat pada tahun 2022 sebanyak 191,4 juta penduduk Indonesia menggunakan media sosial setara dengan 68,9 persen populasi penduduk Indonesia. Salah satu media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak merupakan media sosial *YouTube* dengan jumlah 139 juta pengguna di Indonesia (Jemadu & Prasty, 2022).

Budaya populer dari berbagai negara banyak masuk mengubah tatanan individu dalam bersosialisasi dan perubahan ragam budaya, seperti budaya korea masuk di Indonesia, media hiburan Thailand mulai dilirik oleh para individu yang mencari hiburan. Film Thailand, serial drama Thailand, hingga musik Thailand sudah mulai merambah di Indonesia. *Crazy Little Thing Called Love* sebagai film Thailand dengan genre romansa banyak diminati oleh khalayak pada tahun 2010, sehingga banyak individu yang mencari tayangan yang berasal dari Thailand melalui *YouTube* (Wardhani, 2021).

Ketertarikan individu akan tayangan hiburan yang berasal dari Thailand meningkatkan ketertarikan individu untuk datang berkunjung secara langsung ke Thailand. Pada bulan Juni 2022 wisatawan yang telah mengunjungi Thailand sebanyak 767.497.000 dari berbagai negara. Jumlah wisatawan yang berasal dari Indonesia memiliki kenaikan yang signifikan berjumlah 345.438 per Juni 2022 (Ceicdata, 2022).

Faktor yang mempengaruhi individu untuk mengunjungi suatu negara adalah karena individu tersebut menonton tayangan yang ditampilkan melalui media online seperti pada *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* merupakan salah satu *Channel* yang menyajikan acara hiburan Thailand. *GMMTV* merupakan perusahaan *entertainment* yang dinaungi oleh GMM GRAMMY dan berdiri sejak 3 Agustus 1995 (Triadanti, 2020). *GMMTV* merupakan perusahaan industri hiburan di Thailand yang dalam penulisan aksara Thailand yaitu ชีเอ็มเอ็มทีวี atau dibaca *Chi Em Em Thiwi* yang telah banyak menghasilkan karya. Berdiri sebagai anak perusahaan dari GMM GRAMMY yang memproduksi program tv, serial drama, hingga musik. *GMMTV* telah banyak menciptakan serial drama populer dan juga banyak menerbitkan aktor dan aktris

besar yang berkarir di Thailand (Triadanti, 2020).

Susanto mengatakan minat merupakan dorongan dari dalam diri yang memberikan efek ketertarikan dan perhatian akan suatu objek sehingga menimbulkan rasa senang dari dirinya hingga mendapatkan kepuasan tersendiri. Individu akan terus menggali dan mencari informasi yang membuatnya tertarik (Yanizon & Purba, 2017).

Bahasa sebagai sebuah lambang yang memudahkan setiap individu dalam berinteraksi satu sama lain, membentuk sebuah proses komunikasi yang saling terhubung. Setiap negara memiliki bahasanya masing masing sehingga tidak semua negara akan mengerti bahasa dari negara lain. Bahasa menjadi alat perantara antar individu untuk bisa saling berkomunikasi (Suherman, 2011). Bahasa sebagai alat komunikasi antar manusia agar dapat saling berinteraksi, dan dapat dengan mudah tersampaikan. Bahasa menjadi bagian paling penting dalam keberlangsungan hidup manusia agar dapat saling berinteraksi (Mayasari & Yuyun, 2016).

Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian sesuai dengan penjelasan diatas mengenai pengaruh tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* terhadap minat belajar bahasa Thailand pada pengikut akun *Instagram @Jazlearnthai*. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden dengan *simple random sampling*.

Pengikut pada akun dijadikan sebagai sampel pada penelitian ini *Instagram @Jazlearnthai* merupakan akun *Instagram* belajar bahasa Thailand dengan menggunakan media sosial *Instagram* dan kontennya berisi video atau foto yang dibagikan dengan isi materi pembelajaran bahasa Thailand disetiap konten yang dipostingnya. Peneliti memiliki rumusan masalah yaitu seberapa besar pengaruh tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* terhadap minat belajar bahasa Thailand pada pengikut akun *Instagram @Jazlearnthai*.

TINJAUAN LITERATUR

Peneliti menggunakan teori *new media* pada penelitian ini, Power dan Littlejohn mengatakan bahwa *new media* atau media baru sebagai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. *New media* menyediakan keterbukaan dan fleksibilitas pengguna, *new media* bisa memberikan banyak pilihan dan keanekaragaman bagi individu (Littlejohn & Foss, 2009).

New media menjadi dasar pada penelitian karena teori ini sesuai dengan apa yang sedang peneliti teliti, bagaimana sebuah media baru berupa media sosial *YouTube* dapat mendorong individu mengikuti arus perkembangan media. Penelitian ini memfokuskan media baru dari *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* dapat mendorong individu belajar bahasa Thailand melalui terpaan tayangan yang ditonton.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian kuantitatif merupakan metode yang digunakan pada penelitian ini. Sugiyono mengatakan metode penelitian kuantitatif merupakan

metode yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2017).

Metode pengumpulan sampel pada penelitian ini menggunakan *simple random sampling* dan didapatkan sampel sebanyak 100 responden yang berasal dari pengikut akun *Instagram @Jazlearnthai*. Data primer pada penelitian ini yaitu penyebaran kuesioner kepada responden melalui *link google form* yang disebar oleh peneliti kepada sampel yang sesuai dengan kategori yang peneliti sesuaikan. Penelitian ini membagi variabel X menjadi sub variabel yang sesuai dengan turunan teori yang digunakan yaitu sub variabel X1 (Interaktivitas), sub variabel X2 (Fleksibilitas), dan sub variabel X3 (Terpaan Media).

HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini melalui proses penyebaran kuesioner berupa *link google form* kepada pengikut akun *Instagram @Jazlearnthai* diambil sampel berjumlah 100 responden dari populasi pengikut akun *Instagram @Jazlearnthai*. Melalui hasil penelitian ini karakteristik responden dibagi berdasarkan usia responden.

Responden berdasarkan jenis kelamin

Usia	Frekuensi
11-15 tahun	18
16-20 tahun	48
21-25 tahun	31
26-30 tahun	3
Total	100

Berdasarkan data yang sudah dikumpulkan rentang usia 16-20 lebih banyak dibandingkan dengan rentang usia lainnya hal ini wajar karena mengingat rentang usia mereka pada tingkatan remaja akhir yang masih menggali jati dirinya untuk memasuki tahap dewasa selanjutnya. Rentang usia 26-30 tahun yang jumlahnya bahkan kurang dari 10 orang karena tingkat usia mereka yang sudah menginjak dewasa dan lebih berfokus pada masa depan yang sudah tertata sedemikian rupa.

Uji Normalitas

Uji normalitas memiliki tujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel residual atau variabel pengganggu memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *Kolmogorov Smirnov* yang diolah dengan SPSS versi 26. Berikut merupakan hasil uji normalitas yang telah dikelola oleh peneliti:

Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.45416644
Most Extreme Differences	Absolute	.106
	Positive	.042
	Negative	-.106
Test Statistic		.106
Monte Carlo Sig. (2-tailed)	Sig.	.200 ^d

Melalui tabel diatas diketahui bahwa hasil uji normalitas dengan Monte Carlo Sig. (2-tailed) sebesar 0,200 > 0,05, maka nilai Monte Carlo Sig. (2-tailed) lebih besar dari 0,05 artinya data yang digunakan berdistribusi normal.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana digunakan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh variabel (X) tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* terhadap variabel (Y) minat belajar bahasa Thailand. Berikut merupakan hasil uji regresi linear sederhana menggunakan perhitungan SPSS 26:

Regresi Linear Sederhana

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	547.520	1	547.520	89.988	.000 ^b
	Residual	596.270	98	6.084		
	Total	1143.790	99			
a. Dependent Variable: Minat Belajar						
b. Predictors: (Constant), Tayangan <i>YouTube Channel GMMTV OFFICIAL</i>						

Tabel analisis regresi linear sederhana diatas menghasilkan F hitung = 89.988 dengan tingkat signifikansi yaitu 0,000 < 0,05, maka jika nilai signifikansi < 0,05 maka variabel X mempengaruhi variabel Y, dan jika nilai signifikansi > 0,05 maka variabel X tidak mempengaruhi variabel Y. Tabel diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansi < 0,05 dapat disimpulkan bahwa variabel (X) tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi variabel (Y) minat belajar.

Uji Parsial T

Uji Parsial T digunakan untuk dapat mengetahui seberapa jauh pengaruh antara satu variabel bebas dengan variabel terikat. Berikut merupakan hasil olah data peneliti yang dikelola menggunakan SPSS 26:

Uji Parsial T

Coefficients ^a			
Model		t	Sig.
1	(Constant)	4.778	.000
	Interaktivitas X1	1.767	.080
	Fleksibilitas X2	3.681	.000
	Terpaan Media X3	2.652	.009

a. Dependent Variable: Minat Belajar

Uji Parsial T akan menghasilkan data berpengaruh atau tidak berpengaruh jika:

1. H_0 diterima dan H_a ditolak maka $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau $sig > 0,05$
2. H_0 ditolak dan H_a diterima maka $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau $sig < 0,05$

Hasil pengujian parsial (T) pada tabel diatas dapat diartikan variabel interaktivitas (X1) data diperoleh nilai Sig. $0,080 > 0,05$ maka dapat disimpulkan jika H_0 diterima dan H_a ditolak, artinya variabel interaktivitas secara signifikansi tidak mempengaruhi variabel minat belajar. Variabel fleksibilitas (X2) data diperoleh nilai Sig. $0,000 < 0,05$ maka dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel fleksibilitas mempengaruhi variabel minat belajar. Variabel terpaan media (X3) data diperoleh nilai Sig. $0,009 < 0,05$ maka dapat disimpulkan jika H_0 ditolak dan H_a diterima, artinya variabel terpaan media secara signifikansi mempengaruhi variabel minat belajar.

Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi untuk mengetahui seberapa besar pengaruh dari nilai variabel bebas pada variabel terikat. Jika nilai koefisien determinasi 1 maka terdapat hubungan yang sempurna dan jika nilai koefisien 0 (nol) maka tidak terdapat hubungan antar variabel. Berikut merupakan uji koefisien determinasi yang dikelola oleh peneliti menggunakan SPSS 26:

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.702 ^a	.493	.478	2.457

a. Predictors: (Constant), Terpaan Media, Interaktivitas, Fleksibilitas

Hasil pengujian pada tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai koefisien determinasi adalah 49,3%. Maka, dapat disimpulkan bahwa pengaruh tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand sebesar 49,3% persen dan 50,7% dipengaruhi oleh faktor lainnya dapat dijelaskan oleh sebab – sebab lainnya.

PEMBAHASAN

Perkembangan teknologi yang begitu cepat dan terus berkembang menyebabkan perubahan pola individu yang dapat menggunakan media secara cepat dan sangat mudah. Melalui *YouTube* individu mampu mengakses berbagai macam video hiburan berupa musik, rekomendasi film, hingga video edukasi yang dapat ditonton secara gratis oleh penggunaanya (Tohari et al., 2019).

Melalui data responden dengan jumlah sampel sebanyak 100 responden didapatkan bahwa tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand sebanyak 42,1% dan 57,1% disebabkan oleh variabel lainnya yang tidak ada dalam penelitian ini.

Teori *new media* menjadi dasar teori pada penelitian ini, *new media* merupakan sebuah media online yang bersifat fleksibel dan interaktif bisa berfungsi secara personal atau privat dan juga secara publik dengan menggunakan internet (Feroza & Misnawati, 2020).

Power dan Littlejohn mengatakan bahwa *new media* atau media baru sebagai periode baru di mana teknologi interaktif dan komunikasi jaringan, khususnya internet, akan mengubah masyarakat. *New media* menyediakan keterbukaan dan fleksibilitas pengguna, *new media* bisa memberikan banyak pilihan dan keanekaragaman bagi individu (Littlejohn & Foss, 2009).

Melalui terpaan media baru, individu dapat merasakan dampak masing masing tergantung dari bagaimana individu tersebut menggunakan media sosial yang digunakan.

Media baru yang bersifat interaktif dimana dapat terjadi interaksi antara user dengan user, user dengan sistem, dan user dengan dokumen. Interaksi yang terjadi tanpa melibatkan komunikasi secara langsung hanya berhadapan langsung dengan media komputer yang merupakan ciptaan dari media baru berbasis internet. Data responden yang sudah terkumpul mendapatkan kesimpulan bahwa interaktivitas tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* tidak mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand.

Sifat *new media* yang fleksibel dapat digunakan kapan saja dan dimana saja tanpa Batasan ruang dan waktu. Individu dapat dengan mudah mengakses media dimana saja, fleksibilitas tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand.

Terpaan media dalam tayangan tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand. Melalui pengukuran data individu yang terukur melalui durasi penggunaan individu menonton tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL*, frekuensi, dan atensi dari media yang digunakan.

Segala kemudahan yang ada pada media baru dinilai dapat memberikan perubahan ditengah individu yang menggunakan, tingkat berapa lama individu menggunakan suatu media dapat mengubah bagaimana individu tersebut dapat menginginkan sesuatu yang selalu dilihatnya melalui media sosial.

KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan penelitian yang berjudul pengaruh tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* terhadap minat belajar bahasa Thailand bahwa tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand dengan sub variabel interaktivitas (X1), fleksibilitas (X2), dan terpaan media (X3). Didapatkan, bahwa interaktivitas tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* tidak mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand dengan nilai t hitung < dari t tabel yaitu 1,767 dengan t tabel 1,984 dan nilai signifikansi yang lebih besar dari 0,05 yaitu 0,080, maka H₀ diterima dan H_a ditolak. Fleksibilitas tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* berpengaruh terhadap minat belajar bahasa Thailand dengan nilai t hitung > dari t tabel yaitu 3,681 dengan t tabel 1,984 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,000, H₀ ditolak dan H_a diterima, dan terpaan media tayangan *YouTube Channel GMMTV OFFICIAL* mempengaruhi minat belajar bahasa Thailand dengan nilai t hitung > dari t tabel yaitu 2,652 dengan t tabel 1,984 dan nilai signifikansi yang lebih kecil dari 0,05 yaitu 0,009, maka H₀ ditolak dan H_a diterima.

DAFTAR PUSTAKA

- Ceicdata. (2022). *Thailand Kunjungan Wisatawan 1981 - 2022*. Ceicdata.Com. <https://www.ceicdata.com/id/indicator/thailand/visitor-arrivals>
- Eriyawati, A., Mayasari, M., & Ramdhani, M. (2020). Pengaruh YouTube Atta Halilintar Terhadap Motivasi Bagi Mahasiswa. *Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, 5(2), 139. <https://doi.org/10.29240/jdk.v5i2.2152>
- Ferniansyah, A., Nursanti, S., & Nayiroh, L. (2021). *Pengaruh Media Sosial Tiktok terhadap Kreativitas Berpikir Generasi Z*. 7(9), 6.
- Feroza, C. S., & Misnawati, D. (2020). Penggunaan media sosial instagram pada pkun @yhoophii_official sebagai media komunikasi dengan pelanggan. *Jurnal Inovasi*, 14(1), 32-41.
- Jemadu, L., & Prastya, D. (2022). *Jumlah Pengguna Media Sosial Indonesia Capai 191,4 Juta per 2022*. Suara.Com. <https://www.suara.com/tekno/2022/02/23/191809/jumlah-pengguna-%09media-sosial-indonesia-capai-1914-juta-per-2022>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Teori Komunikasi, Theories of Human Communication, Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mayasari, & Yuyun, Y. (2016). Implikatur Percakapan dan Konvensional dalam Iklan Kartu Perdana di Televisi. *Jurnal Politikum Indonesiana*, 1(1), 55-65. <http://journal.unsika.ac.id/index.php/politikomindonesiana/article/view/298>
- Nayiroh, L. (2021). Proses Penetrasi Sosial Hubungan Pasangan Pengguna Aplikasi Kencan Online (Tinder) Dimasa Pandemi Covid-19. *Public Relation and Media*

Communication Studies Journal, 3(2), 57–66.

<https://doi.org/10.35706/jprmedcom.v3i2.6342>

Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta, CV.

Suherman, A. (2011). Pembelajaran Bahasa Asing. *Universitas Pendidikan Indonesia*.

Tohari, H., Mustaji, & Bachri, B. S. (2019). Pengaruh penggunaan YouTube. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 07(01), 1–13.

Triadanti. (2020). [INFOGRAFIS] 15 Top Artis GMMTV, Manajemen Bintang Thailand Beken. *Idntimes.Com*.

<https://www.idntimes.com/hype/entertainment/danti/infografis-15-top-%09artis-gmmtv-manajemen-bintang-thailand-beken/1>

Wardhani, L. (2021). 10 Film Thailand Romantis Terbaik, Bikin Senyum Sampai Baper.

Wolipop.Detik.Com. <https://wolipop.detik.com/entertainment-news/d-%095656252/10-film-thailand-romantis-terbaik-bikin-senyum-sampai-baper>.

Yanizon, A., & Purba, N. (2017). Hubungan Antara Sikap Orang Tua Dengan Minat Belajar Siswa. *Jurnal Kopasta*, 4(1), 1–6.