



Pengaruh Kekerapan Menonton Youtube dan Sikap Terhadap Minat Untuk Menjadi Youtuber

The Influence of Youtube Watching Frequency and Attitude towards Interest to Become a Youtuber

Normala Ahmad^{1*}, Nik Saifudin Nik Md. Salleh², Dicky Wiwittan Toto Ngadiman³

^{1,2,3}Politeknik Kota Kinabalu,
88460 Kota Kinabalu, Sabah, MALAYSIA

*Corresponding Author

DOI: <https://doi.org/10.30880/ojtp.2022.07.01.010>

Received 28 January 2022; Accepted 27 March 2022; Available online 31 March 2022

Abstrak : Lebih dari 100 jam video telah dimuat naik ke saluran YouTube setiap minit, dan lebih daripada 1 bilion pengguna yang mengunjungi YouTube setiap bulan pada zaman kini. Kajian lepas mendapati saluran YouTube sering ditonton oleh orang dewasa yang berusia antara 18-34 tahun. Senario ini amat membimbangkan kerana isi kandungan YouTube kadangkala boleh mendatangkan kemudaratan terutamanya kepada golongan pelajar yang sepatutnya menumpukan masa kepada pembelajaran daripada menonton YouTube. Walaupun demikian, tidak dapat dinafikan bahawa terdapat kesan positif saluran YouTube terhadap segelintir golongan individu iaitu saluran YouTube boleh digunakan untuk menjana pendapatan yang lumayan oleh mereka yang lebih dikenali sebagai YouTuber. Justeru itu, kajian ini dijalankan untuk menilai hubungan antara kekerapan menonton YouTube dan sikap remaja mengenai YouTuber terhadap minat remaja untuk menjadi YouTuber sebagai kerjaya. Kajian ini akan menggunakan reka bentuk kajian tinjauan. Dalam kajian ini, seramai 42 orang pelajar daripada institusi pengajian tinggi iaitu Politeknik dijadikan sampel kajian. Teknik pensampelan ada yang digunakan adalah pensampelan rawak. Perisian SPSS v.22 digunakan untuk menjalankan analisis deskriptif dan Korelasi Pearson. Hasil kajian mendapati ramai pelajar cenderung untuk menjadi Youtuber. Hasil analisis juga mendapati sikap terhadap YouTuber mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menjadi YouTuber dalam kalangan pelajar. Disebabkan kesukaran untuk mengawal aktiviti YouTuber, kajian ini mencadangkan agar pihak institusi pendidikan sentiasa memberi nasihat bahawa hanya video-video yang memberi manfaat dan berunsur kebaikan sahaja dihasilkan kepada pelajar yang cenderung untuk menjadi YouTuber.

Kata Kunci : Sikap, kekerapan melayari YouTube, kerjaya

Abstract: More than 100 hours of video are uploaded to the YouTube channel every minute, and more than 1 billion users visit YouTube every month nowadays. Past studies have found that adults often view YouTube channels between the ages of 18-34. This scenario is particularly worrying because YouTube content can sometimes be detrimental, especially to students who should be devoting time to learning rather than watching YouTube. Nevertheless, there is no denying the positive impact of YouTube channels on a handful of individuals, i.e., YouTube channels can be used to generate lucrative income by those better known as YouTubers. Therefore, this study was conducted to evaluate the relationship between YouTube viewing frequency and adolescents' attitudes about YouTuber toward adolescents' interest in becoming a YouTuber as a career. This study will use a survey study design. In this study, 42 students from institutions of higher learning, namely Polytechnics, were used as the study sample. The sampling technique used is random sampling. SPSS v.22 software was used to perform descriptive analysis and Pearson Correlation. The results of the study found that many students tend to be YouTubers. The analysis results also found that attitudes towards YouTubers significantly affect the interest in becoming a YouTuber among students. Due to the difficulty in controlling YouTuber activities, this study suggests that educational institutions should always advise that only beneficial and beneficial videos are produced to students who tend to be YouTubers.

Keywords: Attitudes, frequency of browsing YouTube, career

1. Pengenalan

Institusi TVET seperti Politeknik telah melahirkan ramai graduan yang kreatif. Kajian yang dijalankan oleh Ahmad dan Abdullah (2018) mendapati secara keseluruhannya pemerkasaan dan kreativiti, serta penjanaan idea di Politeknik berada pada tahap sederhana tinggi. Penjanaan idea dan kemahiran yang dipelajari di institusi TVET merupakan keperluan kepada graduan untuk mencipta pekerjaan sendiri (Ridzuan Yop, 2019) dan mendapatkan pendapatan yang lumayan. Dewasa ini, antara platform yang dapat menjana keuntungan yang lumayan adalah YouTube. Menurut Harian Metro (2020), dewasa ini YouTube jadi pilihan untuk menjana sumber pendapatan. YouTube mula membayar kepada pengkarya-pengkaryanya pada 2018, medium ini terus menjadi platform pilihan dalam menyiarkan karya produksi mereka. Saluran YouTube semakin popular untuk dikunjungi dan saluran ini YouTube telah mempengaruhi segelintir masyarakat (David, Sondakh & Harilama, 2017). Kajian yang dijalankan oleh Nibedita Roy Chowdhury (2019) mendapati bahawa kadar carian dan jumlah masa yang dihabiskan oleh pelajar kolej untuk menonton YouTube adalah sangat tinggi. Daripada tinjauan berikut pelajar telah menghabiskan 2 jam setiap hari dalam melayari video dari pelbagai jenis dan baru-baru ini ia bertambah kerana mereka menggunakan untuk tujuan pendidikan di institusi juga untuk pemahaman yang lebih baik. Kajian tersebut juga berjaya membuktikan bahawa pelajar cenderung meniru dan mengikuti ramai YouTuber dan mereka juga menghasilkan idea kreatif dan inovatif yang berbeza melalui melayari tutorial yang berbeza. Mereka cenderung menggunakan keperibadian yang berbeza dan menimbulkan pelbagai jenis emosi dalam situasi tertentu. Banyak kesan negatif akibat menonton video-video dalam YouTube seperti yang digambarkan oleh Ammarie dan Nurfebrianing (2018).

Media sosial seperti Facebook, YouTube dan lain-lain, memainkan peranan asas untuk generasi muda pada masa kini (Hamid et al., 2013). Mereka menggunakan media sosial seperti ini untuk mencari, membuat, berkongsi, bekerjasama untuk bersosial dan sebagainya. (Hamid et al., 2013). Media sosial juga mempunyai pelbagai kesan terhadap kehidupan remaja, dan ianya boleh menjadi positif atau negatif. Menurut Global Web Index 2017 Q2, Gen Z menghabiskan purata 163 minit sehari di rangkaian sosial dan perkhidmatan pesanan (seperti WhatsApp) (Mander & Young, 2017). YouTube merupakan antara 5 platform media sosial teratas yang mempunyai pengguna aktif bulanan paling banyak sebaris dengan Facebook, Instagram, Twitter dan Reddit (Kallas, 2017). Namun, menonton video di saluran YouTube adalah yang paling digemari oleh pengguna media sosial berbanding dengan media sosial yang lain, dan ini membantu meningkatkan populariti YouTube (Hang et al., 2018).

Menurut Zanatta (2017), pada masa kini YouTube bukan sahaja berfungsi sebagai perkongsian video, malah telah menjadi platform untuk menjana keuntungan. Platform YouTube juga telah digunakan sebagai medium pengiklanan, di mana iklan-iklan pemasaran telah diselitkan pada video-video YouTube. Saluran YouTube kini telah menjadi sebahagian daripada medium untuk pemasaran bagi YouTuber untuk berhubung dengan peminat mereka dan menerima maklum balas. Senario kini mendapati menjadi YouTuber kerjaya yang menghasilkan pendapatan yang berkesan. Saluran YouTube telah berkembang menjadi salah satu platform vlog, cabaran, siaran langsung, video memasak, permainan, kecantikan, DIY, sembang-sembang, video muzik, Q dan A, skits, petua, trik, video nasihat dan banyak lagi. Golongan remaja mendapati penggiat YouTube (YouTuber) lebih dikenali daripada selebriti tradisional (Defy media, 2015). Mereka dilihat sebagai role model dan sering dikenali di oleh peminat YouTube mereka. Namun, walaupun terkenal dalam talian, di luar komuniti YouTube mereka merupakan orang yang biasa sahaja dan tidak dikenali oleh sesiapa pun.

Sementara itu, kajian yang dijalankan oleh Ghani & Ghazali (2015) telah menjelaskan banyak kesan negatif YouTube terhadap masyarakat. YouTube telah memberi kesan buruk dari aspek psikologi kerana mereka menanamkan keperibadian dan sikap yang berlainan. Keadaan ini akan menimbulkan kekeliruan dalam fikiran seseorang apabila

mereka menampilkan diri di dunia nyata. Namun begitu, dari aspek pendidikan, YouTube menjadi semakin popular untuk dalam pendidikan dan membantu pendidikan bergerak lebih jauh ke hadapan (Cayari, 2011). Saluran YouTube telah bertahan sekian lama dan mendapat sambutan yang sangat menggalakkan. Walaupun YouTube boleh memberi kesan yang tidak baik kepada segelintir orang, tetapi saluran YouTube telah mendatangkan keuntungan yang lumayan kepada YouTuber. Ini menunjukkan bahawa bukan sahaja unsur negatif dalam YouTube tetapi turut memberi manfaat kepada individu lain. Justeru itu, bimbingan perlu diberikan kepada remaja agar mereka menjadi YouTube kepada video-video yang memberi manfaat sahaja. Berdasarkan perbincangan mengenai pengaruh YouTube dalam masyarakat, objektif kajian ini dijalankan untuk:

- a) Menilai tahap kekerapan menonton YouTuber dan sikap mengenai YouTuber terhadap kecenderungan untuk menjadi YouTuber
- b) Menentukan hubungan antara kekerapan menonton YouTuber dan sikap mengenai YouTuber terhadap minat untuk menjadi YouTuber

2. Metodologi

Reka bentuk kajian ini adalah berbentuk tinjauan kuantitatif. Lokasi kajian ini telah dijalankan di kawasan Kota Kinabalu di salah satu politeknik yang merupakan institusi pengajian tinggi. Sampel kajian dipilih dengan menggunakan teknik persampelan mudah dengan menggunakan borang soal selidik sebagai instrumen kajian. Seramai 42 pelajar sebuah Politeknik di Kota Kinabalu telah mengambil bahagian dalam kajian ini. Analisis yang dijalankan adalah analisis deskriptif dan Korelasi Pearson menggunakan Perisian SPSS. Item-item kajian adalah seperti yang ditunjukkan dalam Jadual 4 dibahagikan kepada tiga bahagian iaitu Kekerapan menonton YouTube (4 item), Sikap terhadap YouTuber (3 item) dan Minat menjadi YouTuber (4 item). Item-item adalah adaptasi daripada kajian Mathwick dan Rigdon (2004). Ukuran tahap min diukur dan dibahagikan kepada 4 kategori iaitu lemah, rendah, sederhana dan tinggi (Najmuddin, 2009) seperti dalam jadual 1.

Jadual 1 - Penentuan tahap berdasarkan skor min

Skor min	Tafsiran	Skor min
1.00– 1.99	Lemah	1.00– 1.99
2.00– 2.99	Rendah	2.00– 2.99
3.00– 3.99	Sederhana	3.00– 3.99
4.00– 5.00	Tinggi	4.00– 5.00

3. Dapatan Kajian

Ujian awal yang dijalankan adalah menentukan sama ada data kajian adalah normal atau tidak. Berdasarkan kepada nilai skewness dan kurtosis yang diperoleh dalam Jadual 2, kesemua item adalah normal kerana berada di dalam julat ± 3.00 di mana jika nilai yang diperoleh adalah > 3 atau < -3 maka item tersebut berada di dalam taburan normal (Kline 2005).

Jadual 2 - Analisis kenormalan item

Pemboleh ubah	Skewness	Status	Kurtosis	Status
	Statistic		Statistic	
Kekerapan menonton YouTube	-.700	Normal	-.086	Normal
Sikap terhadap YouTuber	-.016	Normal	-1.139	Normal
Minat menjadi YouTuber	-.446	Normal	-.674	Normal

Selain itu, ujian untuk mengesan data terpencil (outlier) menggunakan z-score juga dijalankan dan didapati tidak terdapat data terpencil kerana nilai juga berada dalam julat ± 3.00 . Berdasarkan kepada analisis kebolehpercayaan item, nilai Cronbach alpha yang diperoleh adalah 0.795 iaitu berada pada tahap tinggi dan boleh dipercayai.

3.1 Analisis Demografi Responden

Berdasarkan kepada jadual 3, seramai 42 orang terlibat dalam kajian ini. Daripada jumlah tersebut 45.2 peratus adalah lelaki dan selebihnya adalah perempuan. Berdasarkan jabatan, majoriti responden adalah daripada jabatan bukan kejuruteraan iaitu sebanyak 71.4 peratus, manakala selebihnya adalah daripada jabatan bukan kejuruteraan. Berdasarkan kepada CGPA, majoriti adalah daripada pelajar yang memperoleh CGPA antara 3.00 hingga 3.65.

Manakala berdasarkan semester, pelajar daripada semester 3 adalah yang paling ramai menjawab soal selidik ini iaitu 59.5 peratus. Berdasarkan kepada maklumat responden yang diperolehi, menunjukkan bahawa responden boleh membuat pandangan atau pertimbangan yang kerana majoriti prestasi akademik mereka adalah pada tahap yang baik.

Jadual 3 - Latar belakang responden

Item	Perkara	Kekerapan	Peratus
Jantina	Lelaki	19	45.2
	Perempuan	23	54.8
Jabatan	Bukan kejuruteraan	30	71.4
	Kejuruteraan	12	28.6
CGPA	Bawah 1.99	1	2.4
	2-2.99	4	9.5
	3-3.65	21	50
	3.66-4	16	38.1
Semester	1	6	14.3
	3	25	59.5
	4	4	9.5
	5	7	16.7

3.2 Analisis Deskriptif Tahap Kekerapan Menonton Youtube, Sikap Terhadap Youtuber Dan Minat Menjadi YouTuber

Jadual 4 menunjukkan analisis bagi item kajian. Min yang tertinggi bagi pemboleh ubah kekerapan menonton YouTube adalah daripada item A1 iaitu “Saya kerap menonton saluran YouTube” yang memperoleh skor min 4.45. Sementara itu, item B1 iaitu “Menjadi YouTuber adalah idea yang baik” memperoleh min tertinggi bagi pemboleh ubah sikap terhadap YouTuber iaitu skor min 4.21. Manakala item DV1 iaitu “Menjana pendapatan sebagai YouTuber adalah idea yang baik” memperoleh min 4.38, merupakan min tertinggi bagi pemboleh ubah minat menjadi YouTuber.

Jadual 4 - Analisis deskriptif tahap kekerapan menonton YouTube, sikap terhadap YouTuber dan minat menjadi YouTuber

Kod item	Item kajian	Skor Min	Tahap ¹
Kekerapan menonton YouTube			
A1	Saya kerap menonton saluran YouTube.	4.45	Tinggi
A2	Saya lebih kerap menonton YouTube apabila ada masa lapang.	4.36	Tinggi
A3	Saya kerap menonton wayang dalam saluran YouTube berbanding dengan saluran lain.	3.4	Sederhana
A4	Saya seronok melihat video-video dalam saluran YouTube yang dihasilkan	4.4	Tinggi
	Purata	4.15	Tinggi
Sikap terhadap YouTuber			
B1	Menjadi YouTuber adalah idea yang baik.	4.21	Tinggi
B2	Mengisi masa lapang dengan membuat video YouTube adalah idea yang bijak.	4.19	Tinggi
B3	Saya suka dengan pekerjaan sebagai YouTuber	3.74	Sederhana
	Purata	4.05	Tinggi

Minat menjadi YouTuber			
DV1	Menjana pendapatan sebagai YouTuber adalah idea yang baik.	4.383	Tinggi
DV2	Saya berhasrat untuk menjadi YouTuber	3.93	Sederhana
DV3	Saya akan belajar menghasilkan video YouTube untuk menjana pendapatan.	3.81	Sederhana
DV4	Saya berhasrat untuk menghadiri bengkel yang mengajar menjadi YouTuber yang berjaya	4.05	Tinggi
Purata		4.04	Tinggi

¹Penentuan tahap adalah berdasarkan nilai min dalam jadual 1

3.3 Analisis Korelasi Pearson Hubungan Antara Kerap Menonton Youtube dan Sikap Terhadap Youtuber Terhadap Minat Menjadi YouTuber

Analisis Korelasi Pearson digunakan dalam kajian ini adalah untuk mengkaji hubungan di antara pemboleh ubah tidak bersandar terhadap pemboleh ubah bersandar. Hasil analisis seperti dalam jadual 5 menunjukkan pemboleh ubah kerap menonton YouTube ($p > .05$) tidak mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menjadi YouTuber dalam kalangan pelajar. Namun begitu, pemboleh ubah sikap terhadap YouTuber mempengaruhi secara signifikan terhadap minat menjadi YouTuber dalam kalangan pelajar ($p < .05$).

Jadual 5 - Analisis Korelasi Pearson

		Kekerapan menonton YouTube	Sikap terhadap YouTuber	Minat menjadi YouTuber
Kekerapan menonton YouTube	Pearson Correlation	1		
	Sig. (2-tailed)			
	N	42		
Sikap terhadap YouTuber	Pearson Correlation	.060	1	
	Sig. (2-tailed)	.704		
	N	42	42	
Minat menjadi YouTuber	Pearson Correlation	.098	.629**	1
	Sig. (2-tailed)	.536	.000	
	N	42	42	42
**Korelasi adalah signifikan pada tahap 0.01 (2-tailed)				

4. Kesimpulan

Objektif utama kajian ini dijalankan untuk menilai hubungan di antara kekerapan menonton YouTube dan sikap remaja mengenai YouTuber terhadap minat remaja untuk menjadi YouTuber sebagai kerjaya. Dalam kajian ini, penyelidik telah membincangkan dan membuat analisis statistik. Hasil dapatan menunjukkan kekerapan menonton YouTube adalah sangat tinggi selari dengan kajian yang dijalankan oleh Mander dan Young (2017). Masa menonton akan lebih bertambah apabila pelajar mempunyai masa lapang. Penyelidikan ini menunjukkan bahawa YouTuber memainkan peranan penting dalam kehidupan remaja yang aktif di YouTube. YouTube telah menjadi sebahagian daripada kehidupan seharian remaja pada masa kini di mana mereka menonton video YouTube setiap hari, bercakap dengan rakan mereka mengenai YouTube, memiliki atau mengikuti akaun peminat, membeli barang dagangan dan menghantar mesej ke YouTuber kegemaran mereka. Perkara ini juga berlaku pada remaja di institusi pengajian tinggi di mana ramai remaja mahu menjadi YouTuber sendiri dan telah memulakan saluran YouTube.

Dari segi sikap terhadap YouTuber, majoriti mempunyai pandangan yang positif terhadap YouTuber. Dapatan ini juga selari dengan kajian yang dijalankan oleh Westenberg (2016) di mana YouTuber telah mempengaruhi remaja dalam banyak aspek sehingga ibu bapa perlu mengawasi gelagat anak mereka kerana terpengaruh dengan unsur-unsur yang ada dalam YouTube. Selain itu, ia juga mempengaruhi pandangan dan minda mereka untuk menjadi YouTuber juga. Seperti yang diterangkan oleh Westenberg (2016), remaja tidak menyedari pengaruh YouTuber terhadap mereka. Remaja berbahasa dan meminta nasihat dari YouTuber, untuk membeli barang, pakaian yang dipromosikan dan disalin oleh YouTubers. Ibu bapa sering mengatakan bahawa anak-anak mereka menghabiskan banyak masa di telefon dan YouTube. Walau bagaimanapun, kebanyakan ibu bapa tidak tahu apa yang sebenarnya dilakukan dan ditonton oleh anak-anak mereka di YouTube, walaupun YouTube adalah sebahagian besar dari kehidupan seharian mereka.

Kesimpulannya, kajian ini mendapati minat menjadi YouTuber dalam kalangan pelajar adalah tinggi. Namun begitu, kekerapan menonton YouTube tidak mempengaruhi minat pelajar untuk menjadi Youtuber, tetapi ianya dipengaruhi oleh sikap mereka terhadap Youtuber. Justeru itu, kajian ini mencadangkan agar satu dasar dibentuk bagi mengawal kegiatan YouTuber agar tidak menyebarkan video yang tidak baik dan berunsur fitnah. Walaupun pada pandangan tradisional, saluran video YouTube mempunyai unsur-unsur kelalaian, namun ianya boleh menghasilkan manfaat yang besar sekiranya digunakan untuk tujuan kebaikan seperti mencari dan menyebarkan ilmu pengetahuan

Penghargaan

Penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada mereka yang terlibat secara langsung atau tidak langsung dalam menjayakan kajian sehingga diterbitkan artikel ini.

Rujukan

- Ahmad, Z., & bin Abdullah, S. (2018). *Pembudayaan Inovasi di Politeknik dan Kolej Komuniti*.
- Ammarie, R. H., & Nurfebiaraning, S. (2018). Pengaruh iklan pop-up bukalapak versi pahlawan pada youtube terhadap sikap khalayak. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 2(2), 78-94.
- Cayari, C. (2011). The YouTube Effect: How YouTube Has Provided New Ways to Consume, Create, and Share Music. *International Journal of Education & the Arts*, 12(6), n6.
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *ACTA DIURNA KOMUNIKASI*, 6(1).
- Defy Media (2015). *Acumen report: Youth Video Diet*.
- Everard, A., & Galletta, D. F. (2005). How presentation flaws affect perceived site quality, trust, and intention to purchase from an online store. *Journal of management information systems*, 22(3), 56-95.
- Ghani, N. M., & Ghazali, S. (2015). Response of YouTube users on Bullying Cases Among Malaysian Students. *Sains Humanika*, 6(1), 9-17.
- Hamid, N. A., Ishak, M. S., Ismail, S. A., & Yazam, S. S. (2013). Social media usage among university students in Malaysia. Retrieved October 23, 2017, from https://www.researchgate.net/publication/286050927_Social_media_usage_among_university_students_in_Malaysia
- Harian Metro. (2020). YouTube jadi pilihan jana wang. <https://www.hmetro.com.my/itmetro/2020/07/595805/youtube-jadi-pilihan-jana-wang>
- Hang, W. S., Foo, L. C. Y., Kang, M. W. T., & Wong, S. Y. (2018). *The impact of social media (YouTube) towards the behavioral change of Generation Z* (Doctoral dissertation, UTAR).
- Kallas, P. (2017). Top 15 most popular social networking sites and apps. Retrieved October 23, 2017, from <https://www.dreamgrow.com/top-15-most-popular-socialnetworking-sites/>
- Kline, R. B. (2005). *Principles and Practice of Structural Equation Modelling. 2nd Edn*. New York: Guilford Press.
- Mander, J., & Young, K. (2017). Gen z: examining the attitudes and digital behaviors of internet users aged 16-20. Retrieved on October 23, 2017, from <https://cdn2.hubspot.net/hubfs/304927/Downloads/GenZ-Summary-Report-Q2-2017.pdf>
- Mathwick, C., & Rigdon, E. (2004). Play, flow, and the online search experience. *Journal of consumer research*, 31(2), 324-332.
- Nibedita Roy Chowdhury (2019). A Study on the User Behavior and Impact of Youtube Videos on College Students from East Bangalore. *International Journal of Multidisciplinary Research Review* 07(03):1148
- Pallant, J. (2016). *SPSS Survival Manual: A Step By Step Guide to Data Analysis Using SPSS Program* (6th ed.). London, UK: McGraw-Hill Education.

Ridzuan Yop. (2019). Graduan perlu jadi 'pencipta pekerjaan'. <https://www.bharian.com.my/rencana/komentar/2019/12/638563/graduan-perlu-jadi-pencipta-pekerjaan>

Syed Najmuddin Et Al. 2009. Kajian persepsi pelajar terhadap tahap profesionalisme guru pendidikan Islam MRSM. *JIAE: Journal of Islamic and Arabic Education* 1(2): 31–50.

Westenberg, W. M. (2016). *The influence of YouTubers on teenagers: a descriptive research about the role YouTubers play in the life of their teenage viewers* (Master's thesis, University of Twente).

Zanatta, J. A. (2017). Understanding YouTube Culture and How It Affects Today's Media.