

**PENGARUH AKUN YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN
KHALAYAK PERIHAL *MENTAL HEALTH*
(Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)**

SKRIPSI

Oleh

VERONICA APRILIANA T.A



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

ABSTRAK

PENGARUH AKUN YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN KHALAYAK PERIHAL *MENTAL HEALTH* (Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)

By

VERONICA APRILIANA T.A

Teknologi informasi dan media sosial telah menjadi gaya pada saat ini, bahkan hampir semua sudah menggunakan media soseial. Youtube merupakan platform dengan jumlah pengguna tertinggi dimana mencapai hingga 93,8% dari populasi yang ada di Indonesia (Hootsuite Indonesian Digital Report, 2021). Dengan demikian Youtube merupakan platform yang cukup berpotensi untuk menjadi salah satu media yang efektif dalam menyebarkan dan memperluas berbagai informasi. Terdapat fenomena gangguan mental yang memiliki kecenderungan menghinggapi beberapa anak muda karena berbagai tekanan-tekanan sosial. Di Indonesia diibaratkan setiap satu jamnya terdapat kasus bunuh diri atau mencapai 10.000 jiwa. Faktor yang paling mempengaruhi kondisi kesehatan mental di Indonesia adalah rendahnya pemahaman atau literasi kesehatan mental. Penelitian ini ingin mengetahui apakah akun youtube yang merupakan media sosial dengan jumlah populasi tertinggi memiliki pengaruh yang besar untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman mengenai kesehatan mental bagi para khalayak khususnya para remaja dan pemuda. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pengaruh konten Youtube Satu Persen-Indonesian *Life School* terhadap literasi kesehatan mental remaja dan pemuda yang sudah melakukan *subscribe* dan menonton. Peneliti ingin mengetahuilebih dalam mengenai pengaruh suatu akun Youtube dalam memberikan pemahaman terhadap khalayak khususnya remaja karena penting bagi kita untuk memahami kesehatan mental sejak remaja, terlebih remaja merupakan usia yang rentan terkena depresi. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei melalui kuisioner dan studi pustaka. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa (1) terdapat pengaruh konten Youtube Satu Persen terhadap literasi pemahaman kesehatan mental. (2) Akun Youtube Satu Persen memberi pengaruh terhadap pemahaman khalayak (subscriber remaja Youtube Satu Persen) perihal kesehatan mental sebesar 37,2%.

Kata Kunci : Youtube, Satu Persen-Indonesian *Life School*, Pemahaman Kesehatan Mental.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF YOUTUBE ACCOUNTS ON AUDIENCE UNDERSTANDING ABOUT *MENTAL HEALTH* (CASE STUDY ON A ONE PERCENT YOUTUBE ACCOUNT)

By
VERONICA APRILIANA TA

Information technology and social media have become fashionable at this time, in fact, almost all have used social media. Youtube is the platform with the highest number of users, reaching up to 93.8% of the population in Indonesia (Hootsuite Indonesian Digital Report, 2021). Thus Youtube is a platform that has the potential to become an effective medium for disseminating and expanding various information. There is a phenomenon of mental disorders that tend to affect some young people due to various social pressures. In Indonesia it is likened to every one hour there is a suicide case or up to 10,000 people. The factor that most influences the condition of *Mental Health* in Indonesia is the low understanding or literacy of *Mental Health*. This study wanted to find out whether the YouTube account, which is the social media with the highest population, has a big influence on providing knowledge and understanding about *Mental Health* for audiences, especially teenagers and young people. This study aims to find out how the One Persen-Indonesian *Life School* Youtube content influences the *Mental Health* literacy of adolescents and youth who have subscribed and watched. Researchers want to know more about the influence of a Youtube account in providing understanding to audiences, especially teenagers because it is important for us to understand *Mental Health* from a young age, especially teenagers are at an age that is prone to depression. Researchers used a quantitative approach to the survey method through questionnaires and literature. The results of this study indicate that (1) there is an influence of One Percent Youtube content on literacy in understanding *Mental Health*. (2) One Percent Youtube account has an influence on the understanding of the audience (Youtube One Percent youth subscribers) regarding *Mental Health* by 37.2%.

Keywords: Youtube, One Percent-Indonesian *Life School*, Understanding *Mental Health*.

**PENGARUH AKUN YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN
KHALAYAK PERIHAL *MENTAL HEALTH*
(Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)**

Oleh

VERONICA APRILIANA T.A

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2023**

Judul Skripsi : **PENGARUH AKUN YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN KHALAYAK PERIHAL *MENTAL HEALTH* (Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)**

Nama Mahasiswa : **Veronica Apriliansa T. A.**

Nomor Pokok Mahasiswa : **1716031077**

Jurusan : **Ilmu Komunikasi**

Fakultas : **Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si.
NIP. 198007282005012001

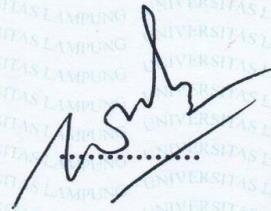
2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si.
NIP. 198007282005012001

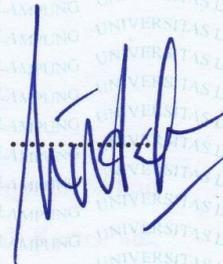
MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Wulan Suciska, S.I.Kom.,M.Si.



Penguji Utama : Andi Windah, S.I.Kom.,MComn&MediaSt.



2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Dra. Ida Nurhaida, M.Si
NIP. 196108071987032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 16 Januari 2023

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Veronica Apriliana T.A
NPM : 1716031077
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Alamat : Perumahan Cisoka Indah Regensi H.11 No.05 Rt.05
Rw.06
No. Handphone : 082210208599

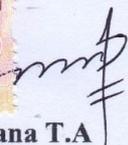
Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul “Pengaruh Akun Youtube Terhadap Pemahaman Khalayak Perihal *Mental Health* (Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)” adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 16 Januari 2023
Yang membuat pernyataan,




Veronica Apriliana T.A
NPM. 1716031077

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Veronica Apriliana Tri Astuty. Penulis dilahirkan di Jakarta pada 12 April 1999. Penulis merupakan anak ketiga dari tiga bersaudara, buah hati dari orang tua yang luar biasa yaitu Jausinton dan Suntari. Penulis menyelesaikan pendidikan di SDN Cisoka 01 pada tahun 2011, SMP Negeri 01 Cisoka pada tahun 2014, dan SMAN

1 Kab.Tangerang pada tahun 2017. Pada tahun 2017 penulis terdaftar di Universitas Lampung, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik sebagai mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi.

Selama menjadi mahasiswa, penulis aktif dalam kegiatan organisasi yaitu menjadi bendahara bidang broadcasting di Himpunan Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi, Sekab BEM Universitas Lampung, Penulis sudah mulai terjun ke dunia kerja sejak awal masuk kuliah, dimulai menjadi MC jurusan, MC Fakultas, MC Universitas, lalu kemudian menjadi penyiar radio di Sonora Lampung. Pada 2020 penulis menjadi Kepala Jurnalis sekaligus Kepala Presenter di Unila TV.

Penulis bertekad untuk terus mengembangkan kemampuan dan mengaplikasikan apa yang sudah penulis pelajari di perkuliahan ke dunia kerja sesungguhnya. Meskipun penulis bekerja sambil kuliah namun penulis berusaha untuk menjaga keseimbangan keduanya sehingga IPK penulis selalu diatas 3,50. Pada 2020 saat pandemi Covid penulis kembali ke rumah yaitu Jakarta dan menyelesaikan skripsi penulis sambil bekerja sebagai seorang reporter di salah satu TV Nasional yaitu RCTI.

MOTTO

“Jika Dunia Tak Bersahabat Denganmu, Maka Jadilah Sahabat Untuk Dirimu”

[Veronica Apriliana]

“Sekecil Apapun Cahayamu, Engkau Tetap Cahaya”

[Veronica Apriliana]

PERSEMBAHAN

Penulis persembahkan skripsi ini untuk: Diri saya sendiri, Terimakasih sudah mau berjuang, dan tidak menyerah walaupun taksedikit rintangan yang harus dilalui.

Kedua orang tua saya. Kakak dan Keluarga saya.

Kekasih dan Sahabat-sahabat saya.

SANWACANA

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat pertolongan dan kemudahan-Nya penelitian dengan judul PENGARUH AKUN YOUTUBE TERHADAP PEMAHAMAN KHALAYAK PERIHAL *MENTAL HEALTH* (Studi Kasus Pada Akun Youtube satu Porsen) ini dapat selesai, sebagai syarat untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Peneliti mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepadasemua pihak yang banyak berjasa dalam memberikan doa, bantuan dan semangat kepada penulis, yaitu:

1. Tuhan Yang Maha Esa, atas berkat, pertolongan, kesehatan serta petunjuk yang selalu Engkau berikan.
2. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (FISIP) Universitas Lampung.
3. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
4. Bapak Toni Wijaya, S.Sos., M.A., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi.
5. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku pembimbing penelitian skripsi yang penulis lakukan. Terimakasih untuk bu karena telah membimbing peneliti untuk menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih atas kesabaran ibu dalam mengedukasi peneliti mengenai penelitian ini.
6. Ibu Andi Windah, S.I.Kom., Mcomn&MediaSt. selaku dosen penguji dalam penelitian ini. Terimakasih atas bantuan, edukasi, kritik dan saran yang telah ibu berikan kepada saya selama melaksanakan penelitian ini.
7. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si., selaku dosen pembimbing akademik bagi peneliti selama menjalani masa perkuliahannya di jurusan Ilmu Komunikasi.

8. Ibu Hestin Oktafiani, M. Si., selaku dosen pembimbing pada saat peneliti melakukan praktik kerja lapangan, terimakasih dukungan dan pengertian ibu selama peneliti menjalankan PKL dan seterusnya.
9. Seluruh dosen, staff, administrasi, dan karyawan FISIP Universitas Lampung, khususnya staff Jurusan Ilmu Komunikasi yang telah membantupenulis demi kelancaran skripsi ini.
10. Untuk diri sendiri, terimakasih sudah mau berjuang untuk menyelesaikan penelitian ini, terimakasih karena tidak menyerah walaupun harus banyak keringat dan air mata yang mengalir. Terimakasih untuk terus mencoba melakukan hal terbaik demi masa depan yang cerah.
11. Kedua orang tua penulis: Ayah dan Mama yang selalu memberi dukungan kepada penulis selama melaksanakan perkuliahan. Terima kasih telah sabar mendidiku dan sabar menungguku menyelesaikan penelitian ini tanpa memaksa. Terimakasih juga sudah membimbing dan tak hentinya mendoakan penulis selama ini. Terimakasih untuk mama dan ayah yang selalu sabar dan tidak lelah untuk membantuku menyelesaikan penelitian ini. Terimakasih
12. Kakak penulis : Elfrida yang selalu bilang durasi kuliah penulis seperti jurusan kedokteran, terima kasih karena kalimat tersebut penulis semakin bertekad untuk segera mungkin menyelesaikan perkuliahan ini.
13. Untuk kedua keponakan penulis yang selalu menghilangkan lelah penulis, serta keluarga besar yang selalu memberi semangat kepada penulis selama penulis berkuliah hingga menyelesaikan penelitian ini.
14. Teman-teman seperjuangan penulis : Naura, Vega, Puput, Ipit, Yonu, dan Reza yang telah menemani, membantu, mendukung dan membantu disaat penulis bingung,dan selalu menyemangati penulis hingga penelitian ini selesai.
15. Untuk mas Redy staff jurusan Ilmu Komunikasi, terimakasih karena sudah sabar dan sangat membantu penulis untuk mengurus berkas-berkas.
16. Ilmu Komunikasi angkatan 2017, terimakasih karena kalian masa-masa kuliah penulis menjadi lebih berwarna, menjadi banyak kenangan yang akanpenulis rindukan. Semoga kita semua akan sukses.

17. Untuk Antonio, pasangan sekaligus partner yang tidak pernah jenuh menyemangati penulis, selalu sabar ketika penulis galak seperti singa saat revisian atau lelah membagi waktu antara kuliah dan bekerja. penulis sangat berterimakasih untuk semua usaha dan kesabaranmu.
18. Untuk kantorku, terima kasih sudah memberi kebijakan serta dukungan untuk menyelesaikan perkuliahan penulis.

Bandar Lampung, 16 Januari 2023
Penulis,

Veronica Apriliana T.A

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR.....	xiv
I. PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang Masalah.....	1
1.2. Rumusan Masalah	5
1.3. Tujuan Penelitian.....	5
1.4. Manfaat Penelitian.....	5
1.5. Kerangka Pemikiran	6
1.6. Hipotesis.....	8
II. TINJAUAN PUSTAKA.	
2.1 Penelitian Terdahulu.....	9
2.2 Gambaran Umum Penelitian	14
2.2.1 Profil Satu Persen	14
2.3 Media Sosial	16
2.3.1 Youtube Sebagai Jembatan Informasi	17
2.3.2 Pemahaman Khalayak	18
2.4 Landasan Teori.....	20
III. METODE PENELITIAN	
3.1 Metode Penelitian.....	22
3.2 Variabel Penelitian	22
3.3 Definisi Konseptual.....	23
3.4 Definisi Operasional.....	25
3.4.1 Variabel Akun Youtube Satu Persen	25
3.4.2 Variabel Pemahaman Khalayak	27
3.5 Populasi	28
3.6 Sampel.....	29
3.7 Teknik Pengumpulan Sampel.....	30
3.8 Teknik Pengumpulan Data.....	30
3.8.1 Data Primer.....	31

3.8.2	Data Sekunder	31
3.9	Skala Data dan Penentuan Skor	32
3.10	Teknik Pengujian Instrumen	32
3.10.1	Validitas.....	32
3.10.2	Reliabilitas.....	33
3.11	Teknik Analisis Data.....	34
3.12	Pengujian Hipotesis.....	34

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1	Hasil Pengujian Instrumen	35
4.1.1	Uji Validitas.....	35
4.1.2	Uji Reliabilitas.....	37
4.2	Karakteristik Responden	39
4.3	Hasil Penelitian	40
4.3.1	Deskripsi Variabel X akun Youtube Satu Persen.....	40
4.3.2	Deskripsi Variabel Y pemahaman khalayak (subscribers remaja akun youtube Satu Persen)	50
4.4	Analisis Data	56
4.4.1	Uji Korelasi	57
4.4.2	Uji Regresi Linear Sederhana.....	58
4.4.3	Koefisien Determinasi.....	59
4.4.	Uji Hipotesis.....	60
4.5	Pembahasan Penelitian.....	62
4.5.1	Akun Youtube Satu Persen.....	62
4.5.2	Pemahaman Khalayak Remaja.....	64
4.5.3	Pemahaman Khalayak terkait <i>Mental Health</i> dari Akun Youtube Satu Persen	66
4.5.4	Pengaruh akun Youtube Satu Persen dari segi Teori Uses and Effect	67

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1	Simpulan.....	70
5.2	Saran.....	71

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN.

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 1. Hipotesis Penelitian.....	8
Tabel 2. Penelitian Terdahulu	26
Tabel 3. Definisi Operasional Variabel X.	42
Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Y.	42
Tabel 5. Hasil Uji Validitas Pada Subscribers “Analisa Channel” (X).....	51
Tabel 6. Hasil Uji Validitas Pemahaman (Y).....	51
Tabel 7. Uji Reliabilitas Variabel X.....	52
Tabel 8. Uji Reliabilitas Variabel Y.....	53
Tabel 9. Kriteria Reliabilitas	53
Tabel 10. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 1.....	56
Tabel 11. Rekapitulasi Pernyataan nomor 2.....	56
Tabel 12. Rekapitulasi Pernyataan nomor 3.....	57
Tabel 13. Rekapitulasi Pernyataan nomor 4.....	58
Tabel 14. Rekapitulasi Pernyataan nomor 5.....	58
Tabel 15. Pernyataan nomor 6.....	59
Tabel 16. Rekapitulasi Pernyataan nomor 7.....	59
Tabel 17. Rekapitulasi Pernyataan nomor 8.....	60
Tabel 18. Rekapitulasi Pernyataan nomor 9.....	60
Tabel 19. Rekapitulasi Pernyataan nomor 10.....	61
Tabel 20. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 11.....	62
Tabel 21. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 12.....	62
Tabel 22. Rekapitulasi Jawaban Variabel X.	63
Tabel 23. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 13.....	65
Tabel 24. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 14.....	66
Tabel 25. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 15.....	66
Tabel 26. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 16.....	67
Tabel 27. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 17.....	67
Tabel 28. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 18.....	68
Tabel 29. Rekapitulasi Pernyataan Nomor 19.....	69
Tabel 30. Rekapitulasi Jawaban Variabel Y.	70
Tabel 31. Hasil Uji Korelasi.....	72
Tabel 32. Derajat Hubungan	72
Tabel 33. Hasil Uji Regresi Linear.....	73
Tabel 34. Koefisien Determinasi.....	74
Tabel 35. Hasil Uji T.....	75

DAFTAR GAMBAR

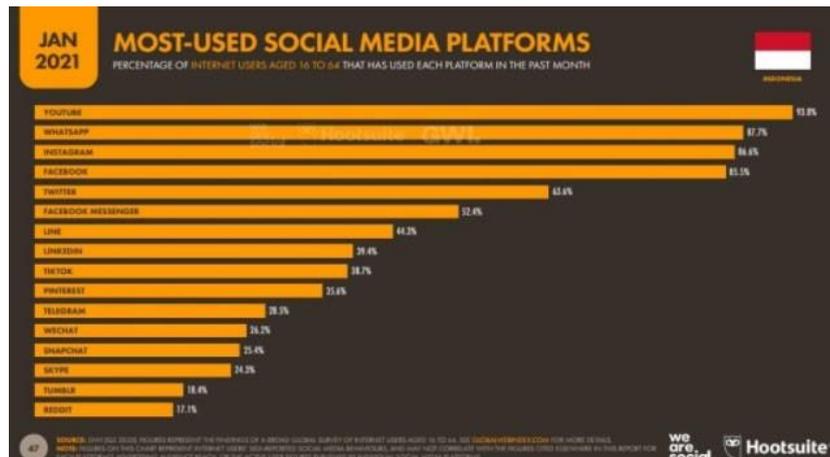
Gambar	Halaman
Gambar 1. Persentase pengguna internet di setiap platform	2
Gambar 2. Persentase usia depresi di Indonesia.	3
Gambar 3. Bagan Kerangka Pikir Penelitian	7
Gambar 4. Logo Satu Persen.....	28
Gambar 5. Foto Founder & Co-Founder Satu Persen	28
Gambar 6. Diagram Usia Responden.....	54
Gambar 7. Diagram Jangka Waktu Responden Mengikuti Akun Youtube Satu Persen.....	55

I. PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang Masalah

Komunikasi massa merupakan sebuah pesan atau informasi yang diteruskan atau disampaikan melalui media massa atau media komunikasi yang luas kepada sebagian besar individu. Sebuah komunikasi dapat dikatakan efektif atau berhasil ketika cara berfikir komunikan berubah seperti apa yang diinginkan oleh komunikator. Sebagai bentuk alat komunikasi massa, media massa mempunyai peran dalam menyampaikan informasi kepada khalayak secara luas dalam kehidupan sehari-hari (Elvinaro Ardianto, “Komunikasi Massa Suatu Pengantar,” Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2005).

Dewasa ini perkembangan media massa semakin cepat, informasi dapat menyebar dengan cepat dan efektif di publik, sehingga individu atau publik tidak dapat menghindar dari pesan komunikasi media massa. Efektivitas media sendiri merupakan kondisi yang terjadi ketika media menjangkau khalayak dan dapat mempengaruhi audiens yang membaca, melihat, dan mendengar isi informasi yang disiarkan oleh program-program di media massa. Terpaan konten secara implisit dapat membagikan penjelasan dan mengarahkan para penontonnya untuk memiliki perspektif tertentu (Elvinaro Ardianto, “Komunikasi Massa Suatu Pengantar,” Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2005).

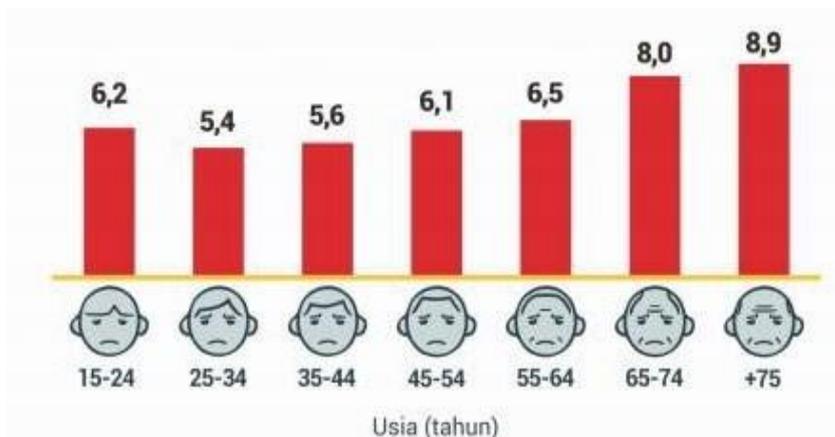


Gambar 1. Persentase pengguna internet di setiap platform.

(sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2021>)

Berdasarkan data di atas, Youtube merupakan platform dengan jumlah pengguna tertinggi dimana mencapai hingga 93,8% dari populasi yang ada di Indonesia (Hootsuite Indonesian Digital Report, 2021). Dengan demikian Youtube merupakan platform yang cukup berpotensi untuk menjadi salah satu media yang efektif dalam menyebarkan dan memperluas berbagai informasi. Melalui potensi Youtube yang cukup besar maka saat ini semakin banyak yang menjadikan Youtube sebagai jembatan informasi, baik untuk mencari informasi maupun memberi informasi, dan dengan beragam kajian yang mungkin tidak kita dapatkan saat di pendidikan konvensional.

Teknologi informasi dan penggunaan media sosial telah menjadi gaya hidup pada saat ini. Tidak sedikit yang menggunakan media sosial menjadi sarana pendidikan atau bahkan sarana informasi yang mungkin dulu tidak didapatkan saat di bangku pendidikan formal, contohnya seperti *Mental Health*. Terdapat fenomena gangguan mental memiliki kecenderungan menghinggapi beberapa anak muda karena tekanan-tekanan sosial. Berdasarkan informasi yang didapat dari Riskesdas (riset kesehatan dasar) 2018, remaja dengan usia 15-24 tahun mempunyai tingkat presentase depresi sebesar 6,2%.



Gambar 2. Persentase usia depresi di Indonesia.

(sumber: <https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/pusdatin/infodatin/InfoDatin-Kesehatan-Jiwa>)

Gangguan depresi dapat dialami oleh semua kelompok usia, berdasarkan hasil Riset Kesehatan Dasar (Riskesdas) 2018 menunjukkan gangguan depresi dapat terjadi sejak rentang usia remaja yaitu 15-24 tahun. Orang yang memiliki kesehatan mental kurang baik akan mudah terpicu mengalami depresi, dan apabila seorang tersebut sudah mengalami depresi berat maka ia akan mengalami kecenderungan untuk menyakiti diri sendiri (*self harm*) hingga bunuh diri.

Di Indonesia, diibaratkan setiap satu jamnya terdapat kasus bunuh diri atau mencapai 10.000 jiwa. Faktor yang paling mempengaruhi kondisi kesehatan mental di Indonesia adalah rendahnya pemahaman atau literasi kesehatan mental (egsa.geo.ugm.ac.id, “Darurat Kesehatan Mental bagi Remaja - Environmental Geography Student Association”). Kesehatan mental dapat diperoleh dari kecakapan literasi kesehatan mental yang baik. Literasi kesehatan mental adalah kemampuan dan keterampilan seseorang untuk menyadari adanya gangguan mental serta dapat mengetahui cara mengatasinya (Jorm, A.F. “*Mental Health Literacy. Public Knowledge and Belief About Mental Disorder*” *Journal Psychiatry*. Nov, 177, 2000, 396-401).

Terdapat sebuah *channel* edukatif yang menarik perhatian peneliti yakni *channel* Satu Persen-Indonesian *Life School* yang dibangun dari latar belakang keresahan founders yaitu Ifandi Khainur Rahim terkait permasalahan kesehatan mental dan

pengembangan diri yang belum tertangani dengan baik di Indonesia. Satu Persen-Indonesian *Life School* secara aktif berbagi informasi seputar keterampilan dalam kehidupan yang belum pernah disampaikan di sekolah konvensional maupun di kehidupan bermasyarakat yaitu salah satunya seputar kesehatan mental. Satu Persen merupakan startup pendidikan yang bergerak di bidang kesehatan mental dan pengembangan diri. Didirikan pada Desember 2018 oleh Ifandi Khainur Rahim, seorang mahasiswa lulusan psikologi Universitas Indonesia.

Dilansir dari Nox Influencer, Satu Persen terpilih menjadi *channel* Youtube yang memiliki perkembangan paling cepat di dunia pada bulan November 2019. Hal tersebut semakin mendukung peneliti untuk memilih akun Youtube Satu Persen sebagai objek penelitian ini.

Teori *uses and effects* merupakan teori yang akan digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini. Asumsi mendasar teori tersebut adalah hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, kemudian akan menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Media yang mempengaruhi dalam penelitian ini yakni konten Youtube Satu Persen-Indonesian *Life School*, sedangkan efek yang dimaksud pada penelitian ini yakni pemahaman subscribers Youtube satu Persen terhadap literasi kesehatan mental. Melalui platform Youtubanya, Satu Persen membuat konten dengan topik kesehatan mental yang dapat menyebarkan literasi kesehatan mental dengan menyajikan berbagai informasi kesehatan mental mulai dari cara mendapatkan kesehatan mental yang baik, memahami jenis gangguan mental dan perawatannya, hingga menjelaskan bagaimana dampak memiliki kesehatan mental yang baik dalam kehidupan sehari-hari terhadap audiens kontennya sebagian besar adalah remaja atau pemuda.

Konten kesehatan mental diperkenalkan secara ringan dan mudah dimengerti melalui Youtube *channel* mereka, Satu Persen membuat konten yang dapat menyebarkan literasi kesehatan mental kepada khalayak luas, terutama remaja yang merupakan generasi dengan kesehatan mental paling buruk. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui dan memahami apakah terpaan konten Youtube Satu Persen-

Indonesian *Life School* cukup berpengaruh dalam memberikan literasi mengenai kesehatan mental.

Berdasarkan seluruh pemaparan di atas, maka peneliti ingin mengetahui lebih dalam mengenai pengaruh suatu akun Youtube dalam memberikan pemahaman terhadap khalayak khususnya remaja karena penting bagi kita untuk memahami kesehatan mental sejak remaja, terlebih remaja merupakan usia yang rentan terkena depresi. Maka peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Akun Youtube Terhadap Pemahaman Khalayak Perihal *Mental Health* (Studi Kasus Pada Akun Youtube Satu Persen)”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang akan diangkat peneliti adalah sebagai berikut :

“Seberapa Besar Pengaruh Akun Youtube Satu Persen Terhadap Pemahaman Khalayak Perihal *Mental Health*.”

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi latar belakang dan rumusan masalah yang telah penulis jabarkan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh akun Youtube Satu Persen terhadap pemahaman khalayak perihal *Mental Health*.

1.4. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kegunaan baik secara teoritis maupun secara praktis, kegunaan tersebut adalah sebagai berikut :

1) Secara Teoritis

Secara teoritis dengan penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan informasi dan pengembangan pada kajian bidang Ilmu Komunikasi serta dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.

2) Secara Praktis

Dengan adanya penelitian ini penulis berharap akan memberikan wawasan baru khususnya bagi para peneliti, mahasiswa, maupun masyarakat umum mengenai pengaruh dari salah satu platform media massa yaitu Youtube. Selain itu penulis juga berharap semakin banyak pribadi yang sadar dan paham terhadap *Mental Heath*.

1.5. Kerangka Pemikiran

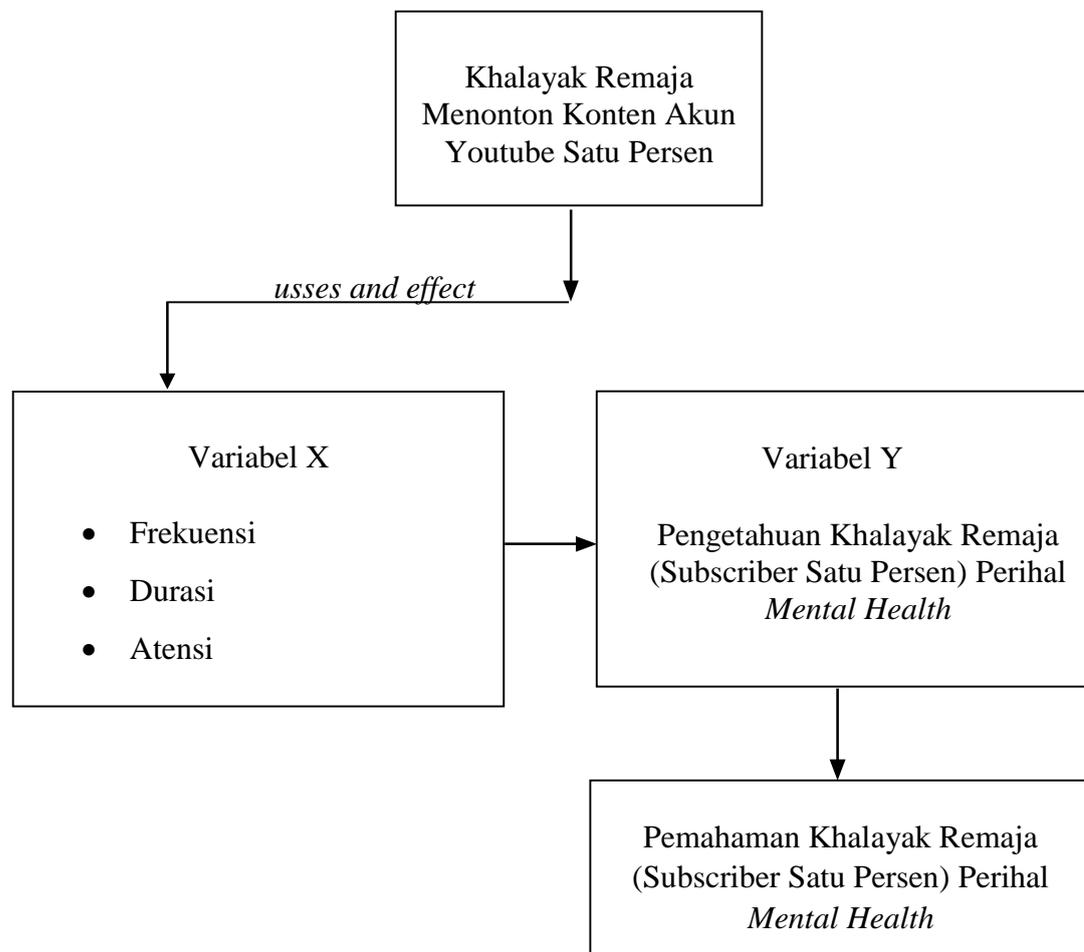
Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2011) kerangka pemikiran adalah sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan. Kesehatan mental merupakan suatu hal yang sangat penting dan mendasar bagi setiap manusia, seseorang dengan kesehatan mental yang baik akan berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari terutama membantu dalam hal pengembangan diri. Namun apabila melihat data survei yang sudah peneliti paparkan di atas, jumlah masyarakat Indonesia yang memiliki gangguan mental justru cukup tinggi dengan beberapa jenis yang dialami seperti gangguan depresi, cemas, skizofrenia, bipolar, dan gangguan perilaku makan.

Seiring perkembangan media massa terkhususnya pada media sosial, youtube merupakan platform yang memiliki jumlah pengguna tertinggi, maka sudah tidak heran apabila youtube kerap dipilih sebagai media untuk mencari maupun memperluas informasi. Pada umumnya setiap akun youtube memiliki cara yang berbeda dalam menyampaikan informasi, selain itu isi dari informasi yang disampaikan juga sangat beragam, salah satunya yaitu mengenai *Mental Health* seperti pada akun youtube Satu Persen.

Satu Persen merupakan akun youtube yang memiliki fokus pembahasan mengenai berbagai hal yang umumnya jarang kita dapatkan di pendidikan formal, contohnya mengenai *Mental Health*. Melihat tingginya fenomena masyarakat Indonesia yang mengalami gangguan kesehatan mental dan tingginya jumlah masyarakat Indonesia yang mengakses media sosial terutama youtube, maka peneliti ingin melakukan

penelitian dan pengamatan lebih dalam terhadap pengaruh akun youtube dengan memilih akun Satu Persen sebagai studi kasus dengan pertimbangan bahwa akun youtube Satu Persen adalah akun youtube dengan jumlah subscriber cukup tinggi di Indonesia yang membahas mengenai *Mental Health*.

Pada kegiatan penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa besar pengaruh akunyoutube Satu Persen dalam memberi pemahaman kepada khalayak perihal *Mental Health*. Sejalan dengan teori *uses and effects* yang menyatakan bahwa hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dapat menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Penelitian ini memiliki pola kerangka pikir sebagai berikut :



Gambar 3. Bagan Kerangka Pikir Penelitian

1.6. Hipotesis

Berdasarkan latar belakang, perumusan masalah dan kerangka pemikiran yang telah dikemukakan, maka disusun hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut:

Tabel 1. Hipotesis Penelitian

H ₁	Akun Youtube Satu Persen berpengaruh dalam memberi pemahaman perihal <i>Mental Health</i> terhadap khalayak remaja yaitu <i>subscribers</i> youtube satu persen
H ₀	Akun Youtube Satu Persen tidak berpengaruh dalam memberi pemahaman perihal <i>Mental Health</i> terhadap khalayak remaja yaitu <i>subscribers</i> youtube satu persen

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Dalam penelitian ini, penulis menggunakan penelitian terdahulu sebagai tolak ukur dan acuan untuk menyelesaikannya. Tinjauan pustaka harus mengemukakan hasil penelitian lain yang relevan dalam pendekatan permasalahan penelitian, baik dalam hal teori, konsep, analisa, kesimpulan, kelemahan dan keunggulan pendekatan yang dilakukan orang lain. Peneliti harus belajar dari peneliti lain, untuk menghindari duplikasi dan pengulangan penelitian atau kesalahan yang sama seperti yang dibuat oleh peneliti sebelumnya (Masyhuri, 2008 :113).

1. Penelitian Terdahulu Pertama

Penelitian yang dilakukan oleh Nur Rohim (Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri Salatiga, 2019) yang berjudul “Efektivitas TV Youtube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi & Dakwah”. Penelitian tersebut memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui tingkat efektivitas TV Youtube IAIN Salatiga sebagai media penyebaran informasi dan dakwah untuk mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Salatiga.

Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa tingkat efektivitas akun Youtube dipengaruhi oleh faktor penghambat dan pendukung tertentu. Penelitian tersebut memiliki kontribusi bagi penulis yaitu untuk menggambarkan faktor penghambat dan pendukung apa saja yang umumnya mempengaruhi efektivitas suatu akun Youtube. Perbedaan penelitian tersebut dan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, dalam penelitian tersebut Nur Rohim memilih mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN sebagai subjek penelitian, sedangkan pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah *subscribers* remaja akun Youtube Satu Persen.

2. Penelitian Terdahulu Kedua

Penelitian terdahulu kedua dilakukan oleh Nurfadila Wahid (Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar, 2014) yang berjudul “Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube Sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia Pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Shandy Putra 01 Makassar”. Penelitian tersebut memiliki tujuan yaitu untuk mengetahui efektivitas tayangan “Jalan-jalan Men!” dalam menyampaikan Informasi Budaya Indonesia pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata (UPW) SMK Telkom Sandhy Putra 01 Makassar.

Dalam penelitian tersebut disimpulkan bahwa tayangan “Jalan-jalanMen!” efektif dalam memberikan informasi budaya Indonesia terhadap Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Sandhy Putra Makassar karena adanya adaptasi, integrasi, motivasi, produk, dan kepuasan yang baik. Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu tidak hanya meneliti efektivitas Youtube dalam sumber informasi, namun juga meneliti dampak atau efek yang diberikan terhadap pemahaman khalayak yang menontonnya.

3. Penelitian Terdahulu Ketiga

Penelitian terdahulu ketiga dilakukan oleh Ali Akbar (Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh, 2018) yang berjudul “Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)”. Latar belakang penelitian tersebut adalah efek yang diberikan Youtube dalam menyebarkan informasi, teori yang digunakan dalam penelitian tersebut yaitu *uses and gratification* dengan metode pendekatan deskriptif kualitatif, dengan memilih redaksi “Serambi on TV” dan 10 orang yang sering mengaksesnya sebagai informan dalam penelitian tersebut.

Persamaan penelitian tersebut dengan penelitian ini yaitu mengkaji mengenai efektivitas dari suatu akun Youtube. Sedangkan yang membedakan antara penelitian tersebut dan penelitian ini terdapat pada teori yang digunakan, penelitian ini menggunakan teori *usses and effect* sedangkan penelitian tersebut menggunakan teori *uses and gratification*. Selain itu pada penelitian tersebut menggunakan metode kualitatif, sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif.

Berikut tabel penelitian terdahulu dan bagaimana perbedaannya dengan penelitian yang akan peneliti lakukan:

Tabel 2. Penelitian Terdahulu.

No	Nama	Judul	Persamaan	Perbedaan	Kontribusi
1	Nur Rohim (2019)	Efektivitas TV Youtube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi & Dakwah	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang tingkat efektivitas suatu akun di Youtube	Perbedaan penelitian tersebut dan penelitian ini terdapat pada subjek penelitian, dalam penelitian tersebut Nur Rohim memilih mahasiswa jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam IAIN sebagai subjek penelitian, sedangkan pada penelitian ini subjek yang dipilih adalah <i>subscribers</i> remaja akun Youtube Satu Porsen.	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas suatu akun Youtube
2	Nurfadila Wahid (2014)	Efektivitas Tayangan “Jalan-jalan Men!” di Youtube Sebagai Sumber Informasi Budaya Indonesia Pada Pelajar Jurusan Usaha Perjalanan Wisata SMK Telkom Shandy Putra 01 Makassar	Penelitian ini sama-sama meneliti tentang dampak atau pengaruh yang diberikan oleh salah satu akun di Youtube	Perbedaan penelitian tersebut dan penelitian ini yaitu terletak pada fokus pembahasan akun Youtube yang diteliti. Fokus pembahasan pada akun Youtube penelitian tersebut membahas mengenai pariwisata, sedangkan pada penelitian ini membahas mengenai <i>Mental Health</i> .	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai dampak dan pengaruh yang dapat diberikan akun Youtube

3	Ali Akbar (2018)	Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)	Penelitian ini sama-sama memilih <i>platform</i> yang samayaitu Youtube	Perbedaan penelitian tersebut dengan penelitian ini terletak pada metode penelitian. Pada penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan kualitatif, sedangkan pada penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif.	Menjadi referensi bagi peneliti mengenai platform Youtube sebagai yang menjadi salah satu sumber informasi
---	---------------------	---	--	--	---

2.2 Gambaran Umum Penelitian

2.2.1 Profil Satu Persen



Gambar 4. Logo Satu Persen.

(sumber : <https://satupersen.net/about>)

Satu Persen-Indonesian *Life School* adalah *startup* pendidikan yang mengajarkan tentang berbagai pengetahuan dan kemampuan penting dalam hidup yang belum diajarkan di sekolah dan masyarakat luas. Youtube Satu Persen dengan jumlah *subscribers* 1.400.000 berawal dari akun pribadi milik *Founder* Satu Persen, yaitu Ifandi Khainur Rahim atau Evan pada akhir Desember 2018. Setelah itu pada pertengahan tahun 2019 Satu Persen diseriuskan menjadi startup oleh Evan dan Rizky. Keduanya memiliki keresahan yang sama, yaitu permasalahan *Mental Health* dan *self-development* di Indonesia.



Gambar 5. Foto Founder & Co-Founder Satu Persen.

(sumber <https://satupersen.net/about>)

Evan dan Rizky memiliki tujuan besar yang sama yaitu ingin semua orang menjadi berdaya dengan memiliki *identity-aware*, *active problem solver* dan *growth mindset*. Untuk mencapai tujuan tersebut maka Satu Persen memiliki kurikulum sendiri yang diturunkan menjadi produk & layanan utama seperti mentoring, konseling, kelas online, webinar, dan tes online gratis. Tanpa membutuhkan waktu yang lama Satu Persen terus bertumbuh dengan pesat, bahkan pada bulan November 2019 Satu Persen sudah menjadi *channel* Youtube dengan *growth* tertinggi di dunia.

Satu Persen mulai aktif memposting video sejak akhir tahun 2018. Hingga saat ini Satu Persen telah memiliki lebih dari 1.400.000 subscriber atau pengikutnya di YouTube dengan jumlah *viewers* terbanyak pada salah satu video sebanyak 3,9 juta penonton. Konten dengan jumlah *viewers* atau penonton paling banyak adalah tentang *Self-Awarness* dan *Self Control*. Dalam episode ini, biasanya berisi tentang hal-hal yang bertujuan untuk meningkatkan konsep diri kita sebagai manusia. Tayangan dalam YouTube Satu Persen memiliki durasi antara 10 sampai 20 menit.

Ifandi Khainur Rahim (*Founder & CEO*) dan Rizky Andriawan (*Co-founder & CTO*) memiliki beberapa nilai yang ingin diterapkan kepada masyarakat luas, yaitu :

1. *Identity Aware*
Setiap orang harus kenal dan tahu dengan dirinya sendiri sehingga bisa memaksimalkan potensi yang ia miliki dan tahu apa perannya di masyarakat.
2. *Active Problem Solver*
Setiap orang harus bisa menangani dan mengatasi masalah sendiri maupun masalah di lingkungan secara aktif.
3. *Growth Mindset*
Setiap orang harus punya keinginan untuk terus berkembang dan belajar seumur hidup.

Dengan nilai-nilai tersebut Satu Persen memiliki slogan sebagai berikut :
 “Kami percaya, setiap orang berhak berkembang, setidaknya 1% setiap hari menuju #HidupSeutuhnya.“

2.3 Media Sosial

Media sosial merupakan buah dari munculnya media baru di kehidupan masyarakat. Media sosial dipahami sebagai sebuah media online yang memungkinkan para penggunanya untuk hadir berpartisipasi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya dan menyebarkan atau menerima informasi lewat berbagai jenis platform di dunia virtual. Andreas dan Michael dalam Litta (2018 : 18) melihat media sosial sebagai hasil dari ideologi dan teknologi 2.0 berupa aplikasi pertukaran *user-generated content*.

Media sosial tidak hanya digunakan untuk mendistribusikan informasi tetapi juga memiliki dasar sebagai portal untuk membuat jaringan pertemanan secara virtual dan medium untuk berbagi data, seperti audio maupun video (Nasrullah, 2016: 2). Bahkan media sosial telah menjadi bagian dari kehidupan manusia modern saat ini dan diperkirakan akan menjadi tren 3S, yakni *Social, Share, and Speed* (Romli, 2014: 103). Dimana masyarakat dapat bersosialisasi atau saling berinteraksi terkait apa saja, membagikan hal-hal atau peristiwa yang sedang terjadi dengan cepat, hal-hal tersebut lah yang menjadikan media sosial sangat digemari oleh masyarakat.

Nasullah (2015) juga mengkategorikan media sosial dalam enam kategori besar, yakni:

1. Media Jejaring Sosial (*Social Networking*)

Sarana bagi pengguna media sosial yang dapat digunakan untuk berhubungan dengan pengguna lainnya secara virtual dan merasakan efek hubungan tersebut. Karakter utama dari jejaring sosial adalah tiap pengguna membentuk jaringan 29 pertemanan baik dengan pengguna yang sudah dikenal di dunia nyata ataupun pertemanan baru. Contoh jejaring sosial ialah Instagram, Twitter, Facebook, Tiktok

2. Jurnal Online (*Blog*)

Terdapat dua kategori, yaitu jurnal yang menggunakan domain sendiri (.com/.net) atau personal homepage dan jurnal dengan domain yang sudah ada (wordpress dan blogspot).

3. Jurnal Online Sederhana (*micro-blogging*)

Jenis media sosial yang memungkinkan pengguna untuk menulis dan membagikan aktivitas serta pendapatnya seperti twitter.

4. Media Berbagi (*Media Sharing*)

Jenis media ini memungkinkan setiap penggunanya untuk berbagi melalui berbadai media seperti dokumen, audio/visual, dan lain- lain seperti Youtube dan Tiktok.

5. Penanda Sosial (*social bookmarking*)

Jenis media yang mampu mengelola, Menyusun dan mencari keterangan tertentu secara virtual seperti Reddit.

6. Media Konten Bersama

Merupakan situs media sosial yang kontennya merupakan hasil kolaborasi para penggunanya seperti menghadirkan pengertian hingga rujukan-rujukan.

2.3.1 Youtube Sebagai Jembatan Informasi

Youtube adalah media sosial berbasis internet dengan konten video, di dalam media tersebut seseorang dapat memberikan beragam informasi dengan cara membuat *channel* atau kanal. Pemilik *channel* tersebut adalah khalayak yang mempunyai akun, dan dari setiap *channel* tersebut pengguna dapat mengunggah video dengan berbagai kategori. Proses unggahan video tersebut seperti gambaran pada sebuah *channel* televisi yang dikemas dalam media sosial (Nasrullah, 2016:32).

Sejarah Youtube dimulai dari ide sederhana berbagi video yang digagas oleh 3 orang pegawai Paypal (sejenis layanan transfer keuangan di internet) yang kala itu sedang mengikuti sebuah pesta. Saat pesta telah usai, tiga orang tersebut kebingungan ingin berbagi video yang telah direkam, namun mereka kesulitan untuk berbagi video tersebut karena perbedaan format dan *codec*

(program pembaca file multimedia) dari video yang telah diambil untuk dibagikan. Maka muncul gagasan untuk membuat layanan berbagi video secara *online*.

Sosok yang berhasil merealisasikan ide tersebut adalah Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim. Mereka adalah para pendiri Youtube. Ide tersebut pada awal mulai digarap di garasi milik Chad Hurley, mereka selanjutnya menyederhanakan proses berbagi video secara online tersebut. Awal pembuatan media sosial Youtube pada bulan Februari 2005, versi uji peluncuran dilakukan pada bulan Mei 2005. Saat uji coba tersebut, data hari terakhir akses terhadap media tersebut pengguna telah menonton 3 juta video dan yang melakukan unggah video atau *upload* hampir 8 juta akun *channel* setiap harinya. Dengan melihat perkembangan yang pesat tersebut maka dengan segera peluncuran secara resmi dilakukan pada bulan Desember 2005. (Prakoso, 2009:4)

Seiring waktu Youtube berkembang dengan sangat pesat dan menduduki urutan pertama platform dengan jumlah pengguna terbanyak. Youtube dapat dikatakan sebagai platform yang cukup berpotensi untuk menjadi salah satu media yang efektif dalam menyebarkan dan memperluas berbagai informasi. Dengan potensi Youtube yang cukup besar maka saat ini semakin banyak yang menjadikan Youtube sebagai jembatan informasi, baik untuk mencari informasi maupun memberi informasi, dan dengan beragam kajian yang mungkin tidak kita dapatkan saat di pendidikan konvensional.

2.3.2 Pemahaman Khalayak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Menurut Benyamin S. Bloom (2011) pemahaman adalah kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa sendiri. Menurut Poesprodjo (2007), bahwa pemahaman bukan hanya kegiatan berfikir semata, melainkan pemindahan letak dari dalam disituasi yang lain. Pemahaman

mencakup kemampuan untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari. Pemahaman juga dikatakan termasuk dalam salah satu bagian dari aspek kognitif, hal tersebut karena pemahaman merupakan suatu tingkat berfikir yang lebih tinggi.

Khalayak merupakan suatu pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator (Cangara, 2008:26). Khalayak terdiri dari satu orang, kelompok, ataupun massa. Istilah khalayak pada media sosial berlaku universal dan secara sederhana diartikan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media (Cangara, 2008: 28). Dalam penelitian ini khalayak yang dimaksud yaitu remaja Indonesia yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa pada tayangan akun Youtube Satu Persen.

Susanto (2016:7-8) mengungkapkan bahwa pemahaman dapat dikategorikan dalam beberapa aspek dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Pemahaman merupakan kemampuan untuk menerangkan dan menginterpretasikan sesuatu berarti bahwa seseorang bisa menginterpretasi dan menerangkan sesuatu yang telah diterimanya sesuai dengan kondisi di sekitarnya dan menghubungkannya dengan kondisi yang saat ini dan masa mendatang.
- b. Pemahaman bukan sekedar mengetahui, pemahaman tidak hanya sebatas mengingat kembali pengalaman dan memproduksi apa yang pernah dipelajari. Seseorang dikatakan paham jika ia mampu memberikan gambaran, contoh, dan penjelasan yang lebih luas.
- c. Pemahaman lebih dari sekedar mengetahui karena pemahaman melibatkan proses mental yang dinamis. Dengan pemahaman, ia dapat menguraikan dan menjelaskan dengan lebih kreatif dan dapat memberikan contoh secara luas sesuai kondisi saat ini.
- d. Pemahaman merupakan proses bertahap yang masing-masing mempunyai kemampuan tersendiri.

Dari penjelasan-penjelasan di atas mengenai tingkat pemahaman dan kriteria aspek pemahaman tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator pemahaman yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Menjelaskan, menggunakan sebuah konsep sebab akibat dari suatu peristiwa.
2. Menafsirkan, atau mengungkapkan kembali sebuah konsep.
3. Merangkum, peristiwa atau gejala-gejala tertentu.
4. Menyimpulkan, sebab akibat suatu hal.
5. Membandingkan, peristiwa di masa lalu dengan kondisi sekarang.
6. Mengklasifikasikan, hal-hal sesuai dengan karakteristiknya.
7. Mencontohkan, dengan memberikan contoh dan non contoh dari suatu konsep.

2.4 Landasan Teori

Teori pendukung yang berhubungan dengan penelitian dalam skripsi ini yaitu teori *uses and effects*. Teori *uses and effects* merupakan sebuah teori yang menjelaskan mengenai hubungan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa, yang menimbulkan sebuah *effects* bagi pengguna dari media massa tersebut. Contoh dari teori *uses and effects* dapat dilihat dari kebiasaan seseorang menonton atau mendengarkan media massa dalam keseharian seorang individu, misalnya kebiasaan orang menonton konten edukasi yang menimbulkan sebuah *effects* dari apa yang dilihat (Rohim, 2009:63).

Dalam *uses and gratifications* penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan individu, sementara pada *uses and effects* kebutuhan hanya salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Harapan dan persepsi terhadap media, dan tingkat akses kepada media, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan atau tidak menggunakan isi media massa (Nurrudin, 2007: 49)

Berdasarkan penjelasan-penjelasan di atas, peneliti memutuskan untuk menggunakan teori *uses and effects* pada penelitian ini. Selain itu teori ini juga berkaitan dengan masalah-masalah kebutuhan individu terhadap informasi yang disajikan oleh berbagai media seperti Youtube. Dimana penonton atau khalayak yang mengakses akun Satu Porsen tentu memiliki alasan tersendiri kenapa mereka sering mengaksesnya dan apa *effects* yang mereka dapatkan setelah mengaksesnya.

Dalam penelitian ini prinsip dasar yang terkandung yaitu, dimana para pengguna media massa mendapatkan suatu *effects* setelah mengakses dan menonton konten yang ada pada akun Youtube Satu Persen. Dengan demikian dapat diharapkan atau memperkirakan suatu kaitan erat antara pesan-pesan media dan reaksi audien. Demikian halnya pada akun Youtube Satu Persen yang memberikan konten edukasi seputar kesehatan mental terhadap khalayak. Pengetahuan dan edukasi tersebut akan membuat khalayak yang menontonnya mampu mengambil informasi-informasi tersebut dan menerima *effects* setelah mengakses atau menonton konten-konten akun Youtube Satu Persen.

III. METODE PENELITIAN

3.1 Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei. Metode ini digunakan untuk menjelaskan suatu generalisasi sampel terhadap populasinya atau menjelaskan hubungan, perbedaan, pengaruh satu variabel dengan variabel yang lain dengan menggunakan sampel dan hipotesis (Burhan, 2005: 60)

Penelitian survei merupakan suatu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pertanyaan terstruktur/sistematis yang sama kepada orang banyak, untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh peneliti dicatat, diolah, dan dianalisis (Prasetyo, 2005: 34).

3.2 Variabel Penelitian

Adapun variabel dari penelitian ini adalah :

1. Variabel bebas atau independent variabel (X) merupakan variabel yang menyebabkan atau memengaruhi, yaitu faktor-faktor yang diukur, dimanipulasi atau dipilih oleh peneliti untuk menentukan hubungan antara fenomena yang diobservasi atau diamati. (Sugiyono, 2011: 118). Variabel bebas pada penelitian ini adalah akun Youtube Satu Persen.
2. Variabel terikat atau dependent variabel (Y) adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. (Sugiyono, 2011:119). Dalam penelitian ini yang menjadi variabel terikat yaitu pemahaman khalayak remaja *subscribers* Satu Persen perihal *Mental Health*.

3.3 Definisi Konseptual

Menurut Singarimbun dan Sofian (2008: 43), definisi konseptual adalah pemaknaan dari konsep yang digunakan, sehingga memudahkan peneliti untuk mengoperasikan konsep tersebut di lapangan. Berdasarkan pengertian tersebut maka definisi konseptual yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

1) Pengaruh Akun Youtube

Pengaruh menurut kamus besar bahasa Indonesia (2005:849) yaitu : “Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, atau benda) yang ikut membentuk pengetahuan, watak, kepercayaan dan perbuatan seseorang”. Sementara itu, Surakhmad menyatakan bahwa pengaruh adalah kekuatan yang muncul dari suatu benda atau orang dalam memberikan perubahan terhadap sesuatu.

Pengaruh dan efektivitas merupakan sesuatu yang saling berhubungan dan juga merupakan ukuran yang menyatakan sejauh mana tujuan yang telah dicapai, serta berkaitan dengan terlaksananya semua tugas pokok, tercapainya tujuan, ketepatan waktu dan terdapatnya partisipasi aktif dari pihak-pihak tertentu (Triana, 2005: 34).

Selanjutnya menurut Stoner dalam (Darsono & Siswandoko, Tjatjuk, 2011:196) menjelaskan pengaruh dan efektivitas adalah konsep yang luas mencakup berbagai faktor di dalam maupun di luar organisasi, yang berhubungan dengan tingkat keberhasilan organisasi dalam usaha untuk mencapai tujuan atau sasaran organisasi. Dengan demikian, pengaruh dapat disimpulkan dengan sejauh mana tingkat keberhasilan yang dicapai dalam setiap tindakan yang ingin dicapai.

Maka dari itu pengaruh suatu akun youtube merupakan suatu hasil pencapaian dari tujuan akun Youtube itu sendiri yang didukung dengan berbagai faktor dan strategi, dimana apabila seluruh tujuan tersebut sudah tercapai dengan baik maka akun youtube tersebut dikatakan berpengaruh

2) Pemahaman Khalayak

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, pemahaman adalah proses, cara, perbuatan memahami atau memahamkan. Menurut Benyamin S. Bloom (2011) pemahaman adalah kemampuan untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa sendiri. Menurut Poesprodjo (2007), bahwa pemahaman bukan hanya kegiatan berpikir semata, melainkan pemindahan letak dari dalam disituasi yang lain. Pemahaman mencakup kemampuan untuk menangkap makna dan arti dari bahan yang dipelajari. Pemahaman juga dikatakan termasuk dalam salah satu bagian dari aspek kognitif, hal tersebut karena pemahaman merupakan suatu tingkat berfikir yang lebih tinggi.

Khalayak merupakan suatu pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh komunikator (Cangara, 2008:26). Khalayak terdiri dari satu orang, kelompok, ataupun massa. Istilah khalayak pada media sosial berlaku universal dan secara sederhana diartikan sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, pemirsa berbagai media (Cangara, 2008: 28). Dalam penelitian ini khalayak yang dimaksud yaitu remaja Indonesia yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa pada tayangan akun Youtube Satu Persen.

Susanto (2016: 7-8) mengungkapkan bahwa pemahaman dapat dikategorikan dalam beberapa aspek dengan kriteria sebagai berikut.

- a. Pemahaman merupakan kemampuan untuk menerangkan dan menginterpretasikan sesuatu. Ini berarti bahwa seseorang bisa menginterpretasi dan menerangkan sesuatu yang telah diterima ya sesuai dengan kondisi di sekitarnya dan menghubungkannya dengan kondisi yang saat ini dan masa mendatang.
- b. Pemahaman bukan sekedar mengetahui, pemahaman tidak hanyasebatas mengingat kembali pengalaman dan memproduksi apa ya ngpernah dipelajari. Seseorang dikatakan paham jika ia mampu memberikan gambaran, contoh, dan penjelasan yang lebih luas.

- c. Pemahaman lebih dari sekedar mengetahui karena pemahaman melibatkan proses mental yang dinamis. Dengan pemahaman dapat menguraikan, menjelaskan dengan lebih kreatif dan dapat memberikan contoh secara luas sesuai kondisi saat ini.
- d. Pemahaman merupakan proses bertahap yang masing-masing mempunyai kemampuan tersendiri.

Dari penjelasan-penjelasan di atas mengenai tingkat pemahaman dan kriteria aspek pemahaman tersebut dapat disimpulkan bahwa indikator pemahaman yang peneliti gunakan dalam penelitian ini sebagai berikut :

1. Menjelaskan, menggunakan sebuah konsep sebab akibat dari suatu peristiwa.
2. Menafsirkan, atau mengungkapkan kembali sebuah konsep.
3. Merangkum, peristiwa atau gejala-gejala tertentu.
4. Menyimpulkan, sebab akibat suatu hal.
5. Membandingkan, peristiwa di masa lalu dengan kondisi sekarang.
6. Mengklasifikasikan, hal-hal sesuai dengan karakteristiknya.
7. Mencontohkan, dengan memberikan contoh dan non contoh dari
8. suatu konsep.

3.4 Definisi Operasional

Definisi operasional adalah unsur penelitian yang memberitahukan bagaimana caranya mengukur suatu variabel (Singarimbun, 2001). Adapun definisi operasional dalam penelitian ini adalah:

3.4.1 Variabel Akun Youtube Satu Persen

Pada tahun 2005, Youtube didirikan oleh Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Youtube adalah situs portal website yang menyediakan fasilitas berbagi video. Alasan pengguna internet menggunakan Youtube tidak hanya agar memperoleh hiburan, namun juga agar bisa memperoleh informasi. Fasilitas yang bisa digunakan oleh pengguna youtube yakni memuat, menonton, dan membagikan video secara gratis AsdaniKindarto. "Belajar Sendiri YouTube" (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2008).

Hootsuite We Are Social merilis data pengguna internet di Indonesia paling sering menggunakan platform Youtube. Pada bulan Januari 2021, terdapat 93,8 persen pengguna Youtube dari total jumlah pengguna internet aktif yakni 202,6 juta (Simon Kemp, “Digital 2021: Indonesia - Data Reportal - Global Digital Insights).

Salah satu *channel* edukasi yang memiliki banyak subscribers atau penonton adalah Satu Persen, sebuah *channel* edukasi yang berbagi ilmu dan keterampilan penting dalam hidup. Satu Persen merupakan startup pendidikan yang bergerak di bidang kesehatan mental dan pengembangan diri. Satu persen memiliki 1.400.000 subscribers per 12 Agustus 2021, Satu Persen telah mengunggah video sebanyak 821 tayangan dalam *channel* Youtubanya mulai 02 Agustus 2017. Pada umumnya, total penonton video Satu Persen sebanyak 120,03 ribu *viewers* atau penonton. Dengan jumlah *viewers* terbanyak pada salah satu video sebanyak 3,9 juta penonton.

Dilansir dari Nox Influencer, Satu Persen terpilih menjadi *channel* Youtube yang memiliki perkembangan paling cepat di dunia pada bulan November 2019 (Nox Influencer, “Satu Persen - Indonesian *Life School* Dasbor YouTube Stats & Analytics”). Melalui *channel* youtube mereka, Satu persen memberikan berbagai edukasi tentang psikologi, kesehatan mental, kehidupan sosial, pengembangan diri serta pendidikan. Dilansir melalui *channel* YouTube Satu Persen, jumlah video dengan topik kesehatan mental berada di urutan kedua terbanyak setelah video dengan topik self-awareness dan self kontrol. Total video dengan topik kesehatan mental per 17 September 2021 adalah sejumlah 152 video.

Topik kesehatan mental yang ada di *channel* Satu Persen meliputi apa saja gangguan mental, bagaimana cara mengendalikan gangguan kesehatan mental, serta mitos maupun fakta perihal kesehatan mental. Video-video Satu Persen yang diteliti dalam penelitian ini adalah video yang mempunyai bahasan tentang kesehatan mental seperti :

- 1) Cara Mengatasi Berpikir Berlebihan (Mengatasi Rasa Cemas)
- 2) Kesehatan Mental: Apa Aku Normal? (Stress dan Overthinking)
- 3) Cara Menghilangkan Pikiran Negatif (Berhenti Khawatir Dan Menjaga Energi Positif)
- 4) Cara Mengembangkan Diri Sendiri Tanpa Orang Lain (Menganalisa Diri Sendiri)
- 5) Cara Mengenali Diri Sendiri

3.4.2 Variabel Pemahaman Khalayak (*Subscribers* Remaja Akun Satu Persen)

Pemahaman khalayak dapat diartikan sebagai suatu kemampuan orang, kelompok, ataupun massa untuk menginterpretasi atau mengulang informasi dengan menggunakan bahasa sendiri dan menangkap makna, arti dari suatu informasi yang didapat atau dipelajari. Dalam hal ini untuk mengetahui pemahaman khalayak tersebut, maka yaitu subscriber Satu Persen dapat dilihat dengan melakukan survei menggunakan kuisioner.

Reavley, N. J., McCann, T. V., & Jorm, A. F. “*Mental Health* literacy in higher education students.” *Early intervention in psychiatry*” 2012, 45-50. Terdapat lima aspek dari literasi dan pemahaman kesehatan mental yakni:

- a. Pengetahuan perihal *Mental Health*
- b. Pengetahuan pentingnya menjaga kesehatan mental
- c. Pengetahuan mengenai cara untuk mencegah gangguan kesehatan mental
- d. Pengetahuan perihal pilihan pertolongan dan perawatan yang diperlukan.

Definisi Operasional penelitian ini dapat dijelaskan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 3. Definisi Operasional Variabel X.

Variabel	Indikator	Skala
Variabel (X) Akun Youtube Satu Persen	Frekuensi : Seberapa sering mengakses akun Youtube Satu Persen	Likert
	Durasi : Berapa lama menonton video pada akun Youtube Satu Persen	Likert
	Atensi : Memperoleh sejumlah informasi dari informasi yang ditangkap oleh indra	Likert

Tabel 4. Definisi Operasional Variabel Y.

Variabel	Indikator	Skala
Variabel (Y) Pemahaman Khalayak	Pengetahuan tentang kesehatan mental dan gangguan kesehatan mental	Likert
Variabel (Y) Pemahaman Khalayak	Epidemiologi kesehatan mental & pengembangan diri	Likert

3.5 Populasi

Menurut Singarimbun dan Effendi (1998) dalam Sinambela (2014) mengatakan bahwa populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisis yang cirinya akan diduga. Sedangkan menurut Sugiyono (2003) dalam Sinambela (2014), populasi yaitu wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas atau karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari, dan kemudian ditarik kesimpulannya. Berdasarkan konsep di atas, disimpulkan bahwa populasi adalah objek atau subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.

Populasi pada penelitian ini adalah *subscribers* akun Youtube Satu Persen yang terdiri dari 1.400.000 *subscribers*, yang kemudian akan diambil sampel oleh peneliti.

3.6 Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono, 2016: 118). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan bahwa populasi yang ada sangat besar jumlahnya sehingga tidak memungkinkan untuk meneliti seluruh populasi yang ada. Menurut Sugiyono (2008: 57) sampel yang baik yaitu antara 30-500 responden.

Penelitian ini menggunakan teknik Sampling Insidental / Accidental Sampling. Menurut Sugiyono (2016 : 124) Sampling Insidental atau Accidental Sampling merupakan teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, dengan catatan apabila orang yang kebetulan ditemui tersebut cocok sebagai sumber data.

Sampel yang dipilih untuk penelitian ini adalah *subscribers* remaja akun Youtube Satu Persen dengan kriteria sebagai berikut:

- a. Merupakan *subscribers* akun Youtube Satu Persen
- b. Sudah mengikuti akun Youtube Satu Persen minimal 6 bulan
- c. Berusia 15-24 Tahun

Penelitian ini menggunakan perhitungan sampel berdasarkan rumus *Slovin* dengan batas toleransi kesalahan yang ditetapkan yaitu 10%. Penentuan ukuran sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus *Slovin*, seperti berikut:

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

Keterangan :

n = jumlah sampel yang dicari

N = jumlah populasi

e = nilai presisi

(Sangadji, 2010)

Langkah kerja dalam menentukan sampel adalah sebagai berikut :

$$N = 1.400.000$$

$$e = 10\%$$

$$n = \frac{N}{N \cdot e^2 + 1} = \frac{1.400.000}{1.400.000 (0,1)^2 + 1} = \frac{1.400.000}{14.001} = 99,99 \text{ dibulatkan } 100$$

Sampel penelitian ini adalah 100 orang dari jumlah *subscribers* akun Youtube Satu Persen yaitu sebanyak 1.400.000 orang.

3.7 Teknik Pengumpulan Sampel

Penelitian ini menggunakan teknik *non probability sampling*. Menurut Ardial (2014), *non probability sampling* adalah memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur atau anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Pengumpulan sampel dilakukan berdasarkan pertimbangan peneliti sehingga sampel yang diambil tidaklah acak atau random sehingga teknik *non probability sampling* yang dipakai oleh peneliti adalah *purposive sampling*. Dengan menggunakan *purposive sampling*, peneliti memilih orang-orang tertentu karena dianggap berdasarkan penilaian tertentu mewakili statistik, tingkat signifikansi, dan prosedur pengujian hipotesis. Peneliti akan menyebarkan link kuisisioner di kolom komentar pada setiap video akun Youtube Satu Persen kepada *subscribers* remaja yang sering mengakses dan melakukan *feedback* seperti meninggalkan pesan pada kolom komentar pada konten-konten Youtube Satu Persen.

3.8 Teknik Pengumpulan Data

Teknik survei digunakan untuk mendapatkan data dari tempat tertentu yang alamiah (bukan buatan), tetapi peneliti melakukan perlakuan dalam pengumpulan data. Perlakuan tersebut adalah dengan menyebarkan kuisisioner, tes, observasi, maupun wawancara terstruktur (Sugiyono, 2008). Ada dua jenis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu data primer dan data sekunder:

3.8.1 Data Primer

a. Kuisisioner

Data ini didapatkan dari hasil penyebaran kuisisioner kepada 400 orang sampel penelitian. Dalam penelitian ini 400 orang sampel tersebut adalah *subscribers* remaja akun Youtube Satu Persen. Kuisisioner dianggap cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas (Sugiyono, 2008: 114).

Penelitian ini mendapatkan seluruh responden penelitian dengan cara menyebarkan kuisisioner secara *online* melalui media sosial. Penyebaran tersebut dilakukan di beberapa kolom komentar video akun Youtube Satu Persen. Tujuannya adalah agar peneliti dapat menjangkau responden yaitu *subscribers* remaja akun Youtube Satu Persen dengan lebih luas dan pengumpulan data menjadi lebih cepat.

b. Observasi

Observasi merupakan metode pengumpulan data yang dilakukan dengan mengamati dan mendengar suatu peristiwa untuk memahami, mencari jawaban, mencari bukti terhadap fenomena sosial yang dilakukan dalam beberapa waktu tertentu. Prinsip utama observasi adalah merangkumkan, mensistematiskan, serta menyederhanakan representasi peristiwa (Sugiyono, 2008: 96). Peneliti melakukan observasi dengan mengamati secara langsung aktivitas akun Youtube Satu Persen, serta mengamati video-video serta komentar dari khalayak remaja yang menontonnya.

3.8.2 Data Sekunder

Data sekunder dalam penelitian adalah studi pustaka yaitu pengumpulan data dari berbagai literatur pendukung seperti jurnal, buku, dan internet (Bungin, 2005: 92). Dimana data sekunder yang digunakan peneliti pada penelitian ini tentu harus berkaitan dengan pengaruh suatu akun Youtube terhadap pemahaman khalayak dan pendekatan teori

3.9 Skala Data dan Penentuan Skor

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan skala pengukuran *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi penelitian (Sugiyono, 2011: 84). Setiap jawaban dalam penelitian ini akan diberikan penentuan skor sebagai berikut:

- a. Untuk jawaban sangat sering atau sangat setuju diberi nilai 5, yang menunjukkan kategori sangat tinggi.
- b. Untuk jawaban sering diberi nilai 4, yang menunjukkan kategoritinggi.
- c. Untuk jawaban pernah diberi nilai 3, yang menunjukkan kategorisedang.
- d. Untuk jawaban jarang diberi nilai 2, yang menunjukkan kategorirendah.
- e. Untuk jawaban sangat tidak pernah diberi nilai 1, yang menunjukkan kategori sangat rendah.

3.10 Teknik Pengujian Instrumen

Untuk mendapatkan kebenaran data maka instrumen harus memenuhi persyaratan tertentu. Instrumen yang baik dalam penelitian harus memenuhi dua persyaratan yaitu valid dan *reliable*, instrumen harus melalui tahap uji validitas dan realibilitas sebagai berikut:

3.10.1 Validitas

Validitas adalah suatu ukuran yang menunjukkan tingkat-tingkat kevalidan suatu instrumen. Suatu instrumen yang valid atau sah mempunyai validitas tinggi. Sebaliknya, instrumen yang kurang valid berarti memiliki validitas rendah.

Pengujian validitas instrumen penelitian dilakukan dengan rumuskorelasi *product moment* (Arikunto, 2010) :

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

Keterangan :

r_{xx} : Koefisien korelasi antara variabel x dan variabel y
 XY : Hasil perkalian variabel x dan variabel y

X : Hasil skor angket variabel x
 Y : Hasil skor angket variabel y

X^2 : Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket x
 y^2 : Hasil perkalian kuadrat dari hasil angket y
 N : Jumlah sampel

Apabila nilai R_{xy} (r hitung) > r tabel, maka item pertanyaan dari kuesioner tersebut dinyatakan valid. Sebaliknya apabila nilai R_{xy} (r hitung) < r tabel, maka item pertanyaan dari kuesioner tersebut dinyatakan tidak valid.

3.10.2 Reliabilitas

Timotius (2017: 47) mengatakan bahwa reliabilitas yaitu sejauh mana hasil suatu pengukuran dapat dipercaya. Suatu penelitian bisa dikatakan reliabel jika hasil pengukuran yang didapat menunjukkan hasil yang konsisten. Hal tersebut bisa dilihat dari hasil data yang sama ketika instrumen penelitian digunakan secara berulang. Dalam penelitian ini uji reliabilitas akan dilakukan dengan menggunakan SPSS dengan melihat *Cronbach Alpha*. Jika nilai dari *Cronbach Alpha* > 0,6 maka instrumen penelitian dinyatakan reliabel.

Untuk mencari reabilitas untuk keseluruhan item dengan memasukan rumus *cronbach alpha* yaitu:

$$\alpha = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left(1 - \frac{\sum S_i^2}{S^2} \right)$$

Keterangan :

α : Nilai reabilitas

k : Jumlah item pertanyaan

$\sum S_i^2$: nilai varian masing-masing item

S^2 : nilai varian total

3.11 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan regresi linear sederhana, dimana teknik ini hanya melibatkan dua variabel saja (variabel x dan y). Dalam regresi linear sederhana menjelaskan mengenai hubungan fungsional atau sebab akibat antar kedua variabel. Rumus persamaan regresi linear sederhana adalah sebagai berikut :

$$Y = a + bX$$

Keterangan :

Y : Variabel *dependent* / tidak bebas

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

Angka arah atau koefisien regresi X:

Variabel *independent*/ bebas

3.12 Pengujian Hipotesis

Tahap pertama untuk menguji hipotesis adalah mengetahui besarnya nilai Thitung (Thit) atau *student test*, adapun rumus statistik T adalah sebagai berikut:

$$t_{hitung} = \frac{r\sqrt{n-2}}{r\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan :

t : Tingkat signifikan t hitung yang dibandingkan dengan t tabel

r : Nilai korelasi

n : Besarnya sampel

Pengujian hipotesis ini dengan T hitung dengan T tabel pada taraf signifikan 95%. Ketentuan yang dipakai dalam perbandingan ini adalah:

- a. Jika T hitung > T tabel pada taraf signifikan 95%, maka H0 dan H1 diterima. Berarti ada pengaruh dari akun Youtube Satu Persen terhadap pemahaman khalayak perihal *Mental Health*.
- b. Jika T hitung < T tabel pada taraf signifikan, maka H0 diterima dan H1 ditolak. Berarti tidak ada pengaruh dari akun Youtube Satu Penserhadap pemahaman khalayak perihal *Mental Health*.

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hal-hal yang telah dijelaskan pada bab sebelumnya, permasalahan yang ingin diketahui dalam penelitian ini yaitu mengenai Pengaruh akun Youtube Satu Porsen terhadap Pemahaman Khalayak perihal Mental Health. Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Adanya akun Youtube Satu Porsen yang sesuai dengan tujuannya, memberikan pengaruh positif terhadap Pemahaman Khalayak perihal Mental Health. Pengaruh tersebut sesuai dengan tujuan konten yaitu berupa penerimaan fisik dan penampilan, memaksimalkan kemampuan dan potensi yang dimiliki, serta mencintai diri sendiri.
2. Isi media dari tayangan Youtube Satu Porsen dengan audio dan video menarik, juga teks yang ada dalam video memberikan pengaruh terbesar kepada khalayak dalam proses memahami pesan dari tayangan tersebut serta meningkatkan kemungkinan untuk memberikan pengaruh yang besar kepada remaja.
3. Akun Youtube Satu Porsen memberikan pengaruh terhadap pemahaman khalayak (*subscribers* remaja Youtube Satu Porsen) dengan nilai sebesar 37,2%. Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui bahwa pemahaman khalayak (*subscribers* remaja Youtube Satu Porsen) dapat dipengaruhi oleh akun Youtube Satu Porsen sebesar 37,2%.

5.2 Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran yang dapat diperhatikan, antara lain:

1. Peneliti menyarankan kepada penelitian-penelitian selanjutnya, untuk dapat lebih mengembangkan variabel terikat, untuk meneliti secara perilaku tidak hanya teori saja. Dengan demikian dapat dilihat sejauh manakonten tersebut mempengaruhi mereka dalam bertindak dan mengambil keputusan.
2. Peneliti menyarankan kepada pembuat konten yang ingin mengunggah video konten kesehatan mental untuk dapat menjelaskannya dengan jelas dan dikemas dengan menarik. Sehingga pesan yang disampaikan lebih mudah dipahami penggunanya.
3. Dari hasil penelitian ini diharapkan remaja yang sudah merasakan manfaat dari pengaruh Youtube Akun Suka dapat menyebarluaskan pesan terkait kesehatan mental tersebut, sehingga lebih banyak individu yang memahami terkait masalah tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

Buku

- Ardial, H. 2004. *Paradigma dan model penelitian komunikasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2011. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2008. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Cangara, Hafied. 2010. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT. RajaGrafindo
- Desmita. (2007). *Psikologi Perkembangan*. Bandung: Remaja Rosdakarya Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti
- Jorm, A. F. 2000. *Mental Health literacy: Public knowledge and beliefs about mental disorders*. *The British Journal of Psychiatry*, 177(5), 396-401.
- Kemp, Simon. 2021. *Digital 2021: Indonesia — Data Reportal – Global Digital Insights*. <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>
- Kindarto, Asdani. 2008. *Belajar Sendiri YouTube*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana. Kriyantono, Rachmat. 2008. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi,*

Komunikasi Pemasaran. Jakarta: Kencana

Morissan. 2013. *Teori Komunikasi*. Bogor. Ghalia Indonesia

Mulyana, Deddy. 2009. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung. Remaja Rosdakarya

Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial ; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media

Navarro, Joe. 2008. *Cara Cepat Membaca Bahasa Tubuh*. Jakarta. Change

Rohim, Syaiful. 2016. *Teori Komunikasi*. Jakarta. Rineka Cipta

Siswanto. 2007. *Kesehatan Mental (Konsep, Cakupan, Perkembangannya)*. Yogyakarta. Andi

Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung. Alfabeta

Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Bandung. Alfabeta

Vidya, Diana. 2019. *Kesehatan Mental*. Jawa Timur. DutaMedia Yusuf, Syamsu. 2018. *Kesehatan Mental*. Yogyakarta.

Skripsi /Jurnal

Akbar, Ali. 2018. Efektivitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi. Banda Aceh. Universitas Islam Negeri Ar-Raniry. (diakses pada 7 April 2021)

Rohim, Nur. 2019. Efektivitas Tv Youtube IAIN Salatiga Sebagai Media Penyebaran Informasi & Dakwah. Institut Agama Islam negeri Salatiga. (diakses pada 7 April 2021)

Siregar, S. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif: dilengkapi dengan perbandingan perhitungan manual & SPSS*. Jakarta: PT FajarInterpratama Mandiri. (diakses pada 12 April 2021)

- Siregar, S. 2013. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta:PT Bumi Aksara. (diakses pada 12 April 2021)
- Sugiyono. 2010. *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta. (diakses pada 12 April 2021)
- Usman, H., & Setiady, P. 2006. *Metodologi Penelitian Sosial*. Jakarta: PT Bumi Aksara. (diakses pada 12 April 2021)
- Windah, A. 2012. *New Social Media and Public Relations: Review of the Medium Theory*. <http://repository.lppm.unila.ac.id/3402/> (diakses pada 17 April 2021)

Internet

- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2020/> (diakses pada 5 April 2021. 21.30 WIB)
- [https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/infodatin/InfoData n-Kesehatan-Jiwa.pdf](https://pusdatin.kemkes.go.id/resources/download/pusdatin/infodatin/InfoData%20n-Kesehatan-Jiwa.pdf) (diakses pada 29 Juni 2021. 08.12 WIB)