Pengaruh YouTube Fiki Naki Terhadap Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau

S W Salsabila¹, S T Irfani²

¹⁻²Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Universitas Riau, Indonesia

Email: shofiwss@gmail.com¹, sthifla@gmail.com²

Abstrak. Penelitian ini dilatarbelakangi atas maraknya penggunaan media sosial terutama YouTube yang mana pada saat ini digunakan sebagai sarana informasi dan hiburan. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap minat belajar bahasa asing mahasiswa UIN Suska Riau. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan populasi sebanyak 150 dan jumlah sampel 110 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner (*google form*) dengan 5 opsi. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh YouTube Fiki Naki memiliki pengaruh signifikan terhadap minat belajar Bahasa asing mahasiswa UIN Suska Riau. Hasil kontribusi secara parsial bahwa variabel X terhadap 4 indikator, terdapat kontribusi paling tinggi terdapat pada indikator Perasaan Senang (Y1) dengan nilai 0,519 dan kontribusi paling rendah terdapat pada indikator Perhatian (Y4) dengan nilai 0,37. Secara *general*, variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (ΣX) terhadap (ΣY) dengan nilai $0,537 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Belajar Bahasa. Dan variabel X memiliki pengaruh sebesar 28,8% sedangkan sisanya sebesar 71,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Kata kunci: Pengaruh YouTube; Minat Belajar; Bahasa

Abstract. This research is motivated by the widespread use of social media, especially YouTube, which is currently used as a means of information and entertainment. This research aims to analyze the influence of YouTube Fiki Naki on students' interest in learning foreign languages at UIN Suska Riau. This research used quantitative methods with a population of 150 and a sample size of 110 people. The data collection technique uses a questionnaire (*google form*) with 5 options. The data analysis technique uses simple linear regression analysis and hypothesis testing. The research results show that the influence of YouTube Fiki Naki has a significant influence on the interest in learning foreign languages of UIN Suska Riau students. The partial contribution results show that variable in general, the variable Influence of YouTube Fiki Naki (ΣX) on (ΣY) with a value of $0.537 > 0.05$ has a significant effect on the variable Interest in Learning Languages. And the variable by other factors not examined in this study.

Keywords: Influence of Youtube; Interest in Learning; Languages

1. Pendahuluan

Komunikasi adalah sebuah proses di mana seorang komunikator menyampaikan sebuah pesan yang dapat mempengaruhi pemikiran komunikan. Dalam sebuah komunikasi terdapat alat penunjang seseorang dalam berinteraksi maupun menyampaikan sebuah informasi yaitu berupa Bahasa. Ketika berkomunikasi, lebih efisien apabila seseorang dapat mempelajari Bahasa asing. Bahasa asing merupakan salah satu jembatan untuk menunjang proses kegiatan berkomunikasi antar Negara maupun dengan orang asing yang berada di Indonesia. Saat ini, sebagian besar orang akan terus berusaha semaksimal mungkin dalam belajar Bahasa asing agar tidak buta akan informasi dunia, termasuk di kalangan mahasiswa. Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang penting bagi keberlangsungan hidup manusia [1].

Mahasiswa dituntut untuk mampu menggunakan Bahasa asing dan diaplikasikan ke dalam kehidupan era globalisasi seperti sekarang ini terutama dalam Bahasa Inggris. Hal tersebut tidak terlepas dari faktor yang mendorong keberhasilan mahasiswa dalam belajar bahasa asing. Keberhasilan tersebut dapat diukur dari faktor internal berupa keinginan mahasiswa itu sendiri (minat). Minat merupakan sebuah dorongan dari individu yang menyebabkan adanya efek tertarik dan rasa senang untuk menggali dan mencari informasi akan suatu hal hingga mendapatkan kepuasan tersendiri [2]. Selain faktor internal, terdapat faktor eksternal yang berpengaruh dalam menguasai Bahasa asing yaitu tenaga pengajar atau media pembelajaran [3].

Dalam proses komunikasi dan informasi perlu adanya sebuah media atau biasa dikenal dengan sebutan media massa. Media massa merupakan sebuah alat proses komunikasi karena media massa mampu menjangkau khalayak luas. Sehingga, media massa sangat berkembang pesat dan dibutuhkan saat ini. Media massa merupakan salah satu kebutuhan yang digunakan khalayak, salah satunya berupa media baru (*new media*). Salah satu bentuk dari media baru (*new media*) adalah Internet, yang kehadirannya membuat suatu perubahan yaitu munculnya media sosial. Media sosial merupakan sebuah media yang paling diminati (dominan) sehingga adanya interaksi sosial yang bisa diakses kapan saja dan di mana saja dalam ruang lingkup luas [4]. Selain sebagai media hiburan dan informasi, media sosial juga digunakan sebagai media sosial pendidikan (*educational social media*). Mahasiswa akan lebih tertarik jika proses pembelajaran dilakukan menggunakan media sosial sehingga dapat memungkinkan mahasiswa untuk berpikir kritis dan kreatif [5].

Pada Tahun 2020, 59% dari 7,75 Miliar penduduk dunia sudah aktif menggunakan media sosial [6]. Media sosial yang sering digunakan sebagai sarana pertukaran informasi dan komunikasi salah satunya adalah YouTube. Pada awal Tahun 2022 saja diperkirakan pengguna YouTube di Indonesia telah mencapai 139 Juta orang, artinya jangkauan YouTube mencakup hampir 50% dari jumlah penduduk Indonesia [7]. YouTube adalah aplikasi berbasis video *online* yang berguna untuk mencari, melihat berbagai konten ke segala penjuru dunia melalui situs web. Dilihat melalui statistik situs, YouTube memiliki lebih dari satu Miliar pengguna yang mana hampir sepertiga semua pengguna internet.

YouTube merupakan salah satu *platform* media sosial yang paling populer, terbukti persentase pengguna yang menggunakan YouTube mencapai 88% [8]. YouTube digunakan sebagai media tempat berkomunikasi, bertukar informasi, dan memberikan sebuah motivasi dalam meningkatkan kreativitas bagi para *content creator*. Adanya *platform* media sosial berupa YouTube menimbulkan sebuah fenomena baru di kalangan masyarakat. YouTube juga menjadi sebuah media pembelajaran karena terdapat berbagai informasi, salah satunya untuk belajar Bahasa melalui konten yang terdapat dari berbagai Negara di belahan dunia. Setiap orang dapat mengakses berbagai video dari Negara luar sehingga menambah pengetahuan seseorang tentang Bahasa Negara lain [9]. Peran video di media sosial YouTube dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran sehingga memiliki sebuah sisi positif dalam meningkatkan minat belajar Bahasa [10].

Di Indonesia, banyak *content creator* yang menggunakan YouTube sebagai akses membuat berbagai konten. Salah satunya YouTube terkenal asal Riau bernama Fiki Naki. Muhammad Fiqih Ayatullah yang dikenal dengan Fiki Naki berasal dari Kota Pekanbaru yang saat ini berdomisili di Jakarta. Fiki Naki lahir di Pekalongan, 24 Juli 2000. Fiki Naki merupakan salah satu remaja di Indonesia yang memanfaatkan teknologi untuk berkomunikasi dengan orang luar negeri tanpa dibatasi ruang dan waktu sehingga saat ini

menjadi sorotan masyarakat luas. Fiki Naki mendapatkan popularitas ketika ia mengunggah konten di YouTube saat berkomunikasi dengan orang asing melalui aplikasi *OME TV*. Konten-konten hiburan yang disajikan berupa video percakapan dengan orang asing dari berbagai negara. Di dalam konten tersebut, Fiki Naki memperlihatkan kemampuannya dalam berbahasa yang membuat lawan bicaranya yang dari berbagai Negara menjadi kaget dan terpukau. Sehingga konten tersebut terus menarik perhatian seluruh masyarakat Indonesia bahkan mancanegara.

Pada Tahun 2020, Fiki Naki memulai kariernya dalam YouTube. Berkat konten YouTube tersebut ia mampu memperoleh lebih dari satu juta *subscriber* dalam waktu sebulan. Ini merupakan sebuah pencapaian yang luar biasa bagi seorang *content creator*. Salah satu hal yang menarik dari YouTube ini adalah kemampuan otodidaknya dalam menguasai beberapa Bahasa asing yaitu Bahasa Inggris, Rusia, Rumania, Spanyol, Prancis, Italia, Jerman, dan Mandarin yang ia pelajari secara otodidak melalui *platform* YouTube [11]. Sehingga, dengan adanya media YouTube berupa konten Fiki Naki maka dapat digunakan sebagai media pembelajaran bahasa asing karena video percakapan tersebut dilengkapi dengan *subtitle* yang telah disediakan dalam Bahasa Indonesia sehingga penonton dapat mengerti [12]. *YouTube* profil Fiki Naki, yang pada saat ini memiliki *subscriber* sebanyak 6,44 juta dan memiliki konten sebanyak 438 video. Selain menjadi *content creator*, Fiki Naki menjadi *brand ambassador* Ruang Guru, sehingga Fiki Naki terpilih untuk mengajar *English academy* karena memiliki kemampuan *multilingual* tersebut. Sebelum masuk ke dalam konten *OME TV*, Fiki Naki menjadi salah satu *gamers* dan mempunyai *YouTube Channel* yang berisi konten game *Mobile Legend*, namun saat ini akun tersebut telah di hapus, dan ia fokus terhadap konten *OME TV* dan *vlog* pada *YouTube Channelnya*.

Alasan peneliti memilih judul ini adalah karena pada saat ini semakin maraknya penggunaan media YouTube dan didukung aktifnya penggunaan media sosial di kalangan remaja terutama mahasiswa. Seseorang lebih tertarik menggunakan YouTube sebagai sumber informasi, pengetahuan, bahkan sampai hiburan. Berdasarkan uraian diatas, peneliti tertarik ingin melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau”. Maka, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap minat belajar Bahasa Asing mahasiswa UIN Suska Riau. Penelitian ini akan menggunakan dua variabel. Variabel X, yaitu Pengaruh YouTube Fiki Naki dengan teori “Terpaan Media (*Media Exposure Theory*)”, dan Variabel Y, yaitu Minat Belajar Bahasa Asing. Teori Terpaan Media (*Media Exposure Theory*) merupakan sebuah kegiatan dimana ketika seseorang ikut dan terlibat dalam penggunaan sebuah media. Menurut pendapat Slater dalam jurnal Vreese & Neijens mengatakan bahwa definisi dari terpaan media adalah bagaimana khalayak mengalami pesan tertentu (konten media).

Teori Terpaan Media (*Media Exposure Theory*) merupakan sebuah kegiatan dimana ketika seseorang ikut dan terlibat dalam penggunaan sebuah media. Menurut pendapat Slater dalam jurnal Vreese & Neijens mengatakan bahwa definisi dari terpaan media adalah bagaimana khalayak mengalami pesan tertentu (konten media) [13]. Teori ini mencari sebuah informasi terkait penggunaan media tentang khalayak berupa jenis media, frekuensi penggunaan dan durasi penggunaan (*longevity*). Penggunaan media dapat berupa media audio, media audio visual, media cetak, dan media *online* [14]. Berdasarkan pendapat Sari dalam buku pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar, dan Pemirsa, terpaan sebuah informasi merupakan usaha dalam mencari data pengguna, bagaimana penggunaan media yang digunakan oleh pengguna, jenis media yang digunakan, frekuensi penggunaannya, serta lama waktu media tersebut diakses (digunakan). Sehingga, untuk dapat mengukur Terpaan Informasi terhadap penerima pesan media tersebut dapat diukur.

Menurut Elvinaro, [15] terdapat 3 faktor dalam mengukur terpaan media, di antaranya adalah Frekuensi, pengukuran dapat berupa seberapa sering pengguna melihat, membaca dan mendengarkan media. Semakin tinggi frekuensinya, semakin banyak pesan yang melekat di otak pengguna sehingga akan menarik perhatian pengguna. Durasi, merupakan lamanya waktu yang dibutuhkan oleh seseorang untuk

memperhatikan, melihat dan mendengarkan isi media. Atensi (Perhatian), merupakan suatu proses dimana seseorang memiliki sebuah ketertarikan terhadap pesan dari media. Seperti melihat, membaca dan mendengarkan media dengan seksama. Menurut Budiargo, YouTube adalah video *online* yang berguna sebagai media untuk mencari, melihat, dan berbagi video asli ke berbagai seluruh dunia melalui suatu situs *web* [16] Ada beberapa fungsi dari YouTube adalah mencari sebuah video di YouTube, semua pengguna dapat mencari video dengan berbagai tema yang diinginkan. Lalu, digunakan untuk menonton video, mengunggah (*upload*) video dan *download* video [17].

Adapun Kelebihan YouTube sebagai media pembelajaran adalah potensial karena YouTube merupakan sebuah media yang paling populer di dunia internet karena mampu memberikan sebuah *value* terhadap pendidikan (*education*). Lalu, praktis karena YouTube dapat digunakan oleh semua kalangan termasuk peserta didik dan guru. Selanjutnya, informatif karena YouTube dapat memberikan sebuah informasi dalam bidang pendidikan, teknologi kebudayaan, dan lain-lain. YouTube juga memiliki kelebihan yaitu interaktif, sehingga YouTube memberikan ruang untuk berdiskusi, tanya jawab, *review* dalam sebuah pembelajaran. *Shareable*, YouTube juga memberikan sebuah fasilitas video pembelajaran yang dapat dibagikan (*share*) di media sosial, seperti Instagram, WhatsApp, Facebook, Twitter dan *blog* (*website*). Dan yang terakhir adalah ekonomis, media YouTube merupakan sebuah media gratis untuk berbagai kalangan.

Selain kelebihan terdapat juga kekurangan YouTube sebagai media pembelajaran yaitu koneksi jaringan, karena belum semua sekolah menggunakan Wifi sehingga menyebabkan video di dalam YouTube tidak dapat diakses (*streaming*). Instan, proses dalam pencarian sebuah informasi (data) sangat mudah diakses sehingga jika tidak adanya sebuah pengawasan (kontrol) akan menyebabkan timbulnya sikap instan. Waktu, durasi dalam waktu penayangan dalam sebuah proses pembelajaran tidak sesuai dengan jumlah jam pelajaran sehingga menimbulkan proses pembelajaran yang tidak efektif. Kualitas konten dan video, tidak semua video pada YouTube memiliki kualitas yang baik saat di unggah oleh pengguna, sehingga dalam pembuatan video sangat mempengaruhi kualitasnya. Proses pencarian sumber, jumlah video yang ada di YouTube sangat tidak terbatas, tetapi kebanyakan video tersebut tidak cocok dengan materi dalam sebuah pembelajaran [18].

Definisi dari minat belajar adalah kepribadian seseorang yang timbul dalam diri sendiri yang menyebabkan adanya sebuah kemauan dalam memilih sebuah objek [19]. Jenis-jenis dari minat belajar adalah sebagai keputusan yang diambil dengan mempertahankan sebuah seluruh aspek kepribadian, bersifat irasional, terjadi pada saat kondisi tertentu secara individu, mengerjakan sesuatu dengan keinginan diri sendiri, mengerjakan sesuatu tanpa adanya sebuah tekanan, senang dalam mengerjakan sesuatu [20]. Fungsi dari Minat belajar adalah sebagai pendorong seseorang untuk belajar, mendorong seseorang untuk mencapai sebuah tujuan, penentu arah bagi seseorang dalam mencapai sebuah tujuan dan selektif dan fokus terhadap tujuan yang ingin dicapai [21].

Adapun faktor-faktor yang dapat mempengaruhi dalam minat belajar yaitu dapat berupa faktor internal, yang merupakan sebuah faktor yang berkaitan dengan diri sendiri, seperti fisik dan psikisnya. Kondisi fisik dapat berupa keadaan jasmani seperti kelengkapan semua anggota tubuh, berfungsinya semua anggota tubuh. Faktor psikis dapat berupa keadaan terhadap kejiwaan yang berkaitan dengan perasaan (emosi), motivasi, bakat, intelegensi, dan kemampuan yang akan dipelajari. Selanjutnya, faktor eksternal yang merupakan sesuatu yang berkaitan dengan tumbuhnya sebuah minat belajar siswa yang berada di luar diri dari seorang siswa tersebut. Faktor eksternal terdiri dari lingkungan sosial dan lingkungan non sosial. Lingkungan sosial merupakan sebuah lingkungan berupa keluarga, sekolah, dan masyarakat. Sedangkan lingkungan non sosial merupakan sebuah lingkungan berupa gedung sekolah dan tempatnya, rumah tempat tinggal beserta posisinya, alat-alat belajar, keadaan cuaca dan waktu yang digunakan [22]

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa UIN Suska Riau dengan populasi sebanyak 150 dan jumlah sampel 110 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan penyebaran kuesioner (*google form*) dengan 5 opsi. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis regresi linear sederhana dan pengujian hipotesis.

2.1. Tempat Waktu dan Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang beralamat di Jl. HR. Soebrantas No. 155 Km. 15, Simpang Baru, Kota Pekanbaru. Waktu pelaksanaan penelitian ini dilakukan pada bulan April 2023 hingga selesai.

2.2. Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linear sederhana karena dalam penelitian ini terdapat variabel bebas (X) dan variabel terikat (Y). Dengan menyebarkan kuesioner yang dihasilkan dari setiap indikator variabel penelitian yang di mana respondennya para mahasiswa Universitas UIN Syarif Kasim Riau dengan jumlah sampel 110 orang. Pernyataan dalam kuesioner menggunakan skala Likert dengan skala 1-5.

Dengan tujuan utama dari penelitian yaitu menguji rumusan hipotesis penelitian untuk menjelaskan ada tidaknya pengaruh antara YouTube Fiki Naki terhadap minat belajar bahasa asing. Metode analisis data yang digunakan adalah uji validitas, Uji Reliabilitas dan uji regresi linear sederhana dengan menggunakan Uji Reliabilitas dan Uji Regresi Linear Sederhana.

2.2.1. Uji validitas

Uji validitas berguna untuk mencari ketepatan (kecermatan) suatu instrumen pertanyaan dalam sebuah kuesioner, tiap-tiap pertanyaan yang diuji kebenarannya akan dihubungkan dengan akumulasi total skor seluruh pertanyaan dengan menggunakan rumus $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ (uji 2 dengan sig 0,05) maka instrumen pertanyaan memiliki hubungan yang signifikan terhadap skor total maka dinyatakan valid dan begitu juga sebaliknya, apabila $r_{hitung} < r_{tabel}$ maka instrumen pertanyaan tidak valid. Pada penelitian yang penelitian lakukan ini terdapat sampel berjumlah sebanyak 110 orang, sehingga dalam penelitian ini besarnya *degree of freedom* (df) yang diperoleh adalah sebesar 0,187 dengan nilai signifikansi (5%), adapun hasil uji validitas dari penelitian ini sebagai berikut:

2.2.2. Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas adalah data yang digunakan untuk mengukur sebuah kuesioner yang merupakan bagian dari variabel yang memiliki sebuah indikator (konstruk). Kuesioner dapat dikatakan reliabel (handal) apabila jawaban responden akan pertanyaan penelitian adalah konsisten, atau juga bisa dikatakan pertanyaan yang ada pada kuesioner dijawab dengan stabil dari waktu ke waktu, serta kemampuan dari sebuah jawaban yang konsisten walau dipergunakan dalam jumlah sampel yang berbeda, hal tersebut dapat di uji dengan uji reliabilitas ini. variabel (Y) yaitu Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau, untuk mencari tahu hasil yang menentukan apakah instrumen dari variabel (Y) dapat dikatakan reliabel atau tidak, sehingga setelah melakukan sebuah perhitungan sama dengan perhitungan variabel sebelumnya (X) yaitu menggunakan *Cronbach's Alpha* maka didapatkan Uji Reliabilitas

2.2.3. Uji Korelasi

Uji korelasi adalah sebuah uji yang digunakan untuk mengetahui arah dan kuatnya hubungan antar variabel. Arah dijelaskan dalam positif dan negatif sedangkan kuat atau lemahnya hubungan dinyatakan dalam besarnya angka koefisien korelasi. Untuk melihat adanya sebuah korelasi antara variabel (X) dan variabel (Y), peneliti menggunakan koefisien korelasi *product momen pearson* dengan menggunakan SPSS versi 26 untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan nilai antara variabel (X) dengan variabel (Y).

2.2.4. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linear sederhana dalam penelitian ini digunakan untuk dapat membuktikan sebuah hipotesis penelitian ini yaitu melihat ada atau tidaknya Pengaruh variabel YouTube Fiki Naki terhadap indikator Minat Belajar Bahasa.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Uji Validitas

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Pengaruh YouTube Fiki Naki (Variabel X)	X1	0,216	0,187	Valid
	X2	0,608	0,187	Valid
	X3	0,110	0,187	Valid
	X4	0,608	0,187	Valid
	X5	0,491	0,187	Valid
	X6	0,592	0,187	Valid
	X7	0,533	0,187	Valid
	X8	0,476	0,187	Valid
	X9	0,649	0,187	Valid
	X10	0,605	0,187	Valid

Dari Tabel 1 di atas dapat peneliti uraikan bahwa dari uji instrumen untuk validitas data yang tertera pada tabel menunjukkan bahwa tiap-tiap item pertanyaan pada variabel X (Pengaruh YouTube Fiki Naki) adalah Valid, dikarenakan hasil r hitung serta syarat yang telah ditetapkan yakni 0,187 pada df (*degree of freedom*) dari 110 sampel penelitian.

Tabel 2. Uji Validitas Variabel Y

Variabel	Pertanyaan	r_{hitung}	r_{tabel}	Keterangan
Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau (Variabel Y)	Y1	0,697	0,187	Valid
	Y2	0,689	0,187	Valid
	Y3	0,562	0,187	Valid
	Y4	0,613	0,187	Valid
	Y5	0,631	0,187	Valid
	Y6	0,749	0,187	Valid
	Y7	0,688	0,187	Valid
	Y8	0,665	0,187	Valid
	Y9	0,715	0,187	Valid
	Y10	0,775	0,187	Valid
	Y11	0,770	0,187	Valid
	Y12	0,755	0,187	Valid

Dari Tabel 2 di atas dapat peneliti uraikan bahwa dari uji instrumen untuk sebuah validitas data yang tertera pada tabel menunjukkan bahwa tiap-tiap item pertanyaan pada variabel Y (Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau) adalah valid, dikarenakan hasil r hitung serta syarat yang telah ditetapkan yakni 0,187 pada df (*degree of freedom*) dari 110 sampel penelitian.

3.1. Uji Reliabilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel X

Cronbach's Alpha	N of Items
.657	10

Dari Tabel 3 di atas, dapat dilihat bahwa angka dari *Cronbach's Alpha* variabel (X) sebesar 0,657. Dengan hasil uji yang telah dilakukan oleh peneliti sehingga dapat ditarik kesimpulan bahwasanya variabel ini sudah memenuhi syarat dari reliabelnya suatu variabel dengan menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* sebesar $0,657 > 0,006$ dengan demikian variabel (X) yaitu Pengaruh YouTube Fiki Naki memiliki instrumen penelitian pada kuesioner yang reliabel.

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel Y

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	12

Dari Tabel 4 di atas, dapat dilihat bahwa angka dari *Cronbach's Alpha* variabel (Y) sebesar 0,898. Dengan hasil uji yang telah dilakukan maka peneliti dapat menarik kesimpulan bahwasanya variabel ini sudah memenuhi syarat dari reliabelnya suatu variabel dengan menunjukkan hasil *Cronbach's Alpha* sebesar $0,898 > 0,006$. Dengan demikian variabel (Y) yaitu Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau, memiliki sebuah instrumen penelitian pada kuesioner yang reliabel.

3.3. Uji Regresi Linear Sederhana

3.3.1 Persamaan Regresi Linear Sederhana

Model	Coefficients ^a				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	t	
1 (Constant)	13.267	4.023		3,298	.001
Pengaruh YouTube Fiki Naki	.802	.121	.537	6.616	.000

a. Dependent Variable: Minat Belajar Bahasa

Hasil pengujian tabel di atas, menjelaskan bahwa nilai konstanta (a)= 13.267. Sementara nilai variabel X Pengaruh YouTube Fiki Naki (b) adalah 0,802, dan tingkat signifikansinya sebesar $0,000 < 0,05$, artinya Pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap Minat Belajar Bahasa 0,000 lebih kecil dari 0,05. Dari tabel diatas juga diperoleh persamaan regresinya, yakni: $Y = 13.267 + 0,802 X$.

Penjelasan dari persamaan regresi linear tersebut sebagai berikut:

- a. Konstanta sebesar 13.267 menyatakan bahwa jika variabel independen tetap, maka variabel dependen adalah 13.267.
- b. Koefisien regresi 0,537 menunjukkan bahwasanya setiap penambahan (karena tanda=) 1% Pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap Minat Belajar Mahasiswa UIN Suska Riau sebesar 0,537.

Jadi tanda + menyatakan arah hubungan yang searah, yang mana kenaikan atau penurunan variabel X akan mengakibatkan kenaikan atau penurunan variabel Y.

3.3.2. Uji T (Uji Parsial)

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	13.267	4.023		3,298	.001
Pengaruh YouTube Fiki Naki	.802	.121	.537	6.616	.000

a. *Dependent Variable*: Minat Belajar Bahasa

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai dari t_{hitung} sebesar 6.616 yang memiliki tingkat signifikansi sebesar $0,000 < \text{dari } 0,05$, melalui (df) $n-1$ atau $110-1 = 109$, dengan nilai R Square 0,288, maka H_a dapat diterima karena $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ atau $6.616 \geq 1,981$.

3.3.3 Uji F (Uji Simultan)

ANOVA ^a					
Model	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1 Regression	2351.153	1	2531.153	43.778	.000 ^b
Residual	5800.310	108	53.707		
Total	8151.464	109			

a. *Dependent Variable*: Minat Belajar Bahasa
b. *Predictors*: (Constant), Pengaruh YouTube Fiki Naki

Dari tabel di atas, dapat dilihat bahwasanya hasil yang ditampilkan untuk nilai F adalah sebesar 43,778 dengan tingkat probabilitas signifikansi sebesar 0,000. Oleh karena itu probabilitas 0,000 lebih kecil dari 0,05, maka model regresi ini bisa digunakan untuk memprediksi Minat Belajar Bahasa. Dengan kata lain, variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (ΣX) secara simultan berpengaruh terhadap variabel Minat Belajar Bahasa (ΣY).

3.3.4. Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.537 ^a	.288	.282	7.328

a. *Predictors*: (Constant), Pengaruh YouTube Fiki Naki

Pada tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai $R=0,537$ yang berarti bahwa besarnya persentase pengaruh antara variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (X) terhadap variabel Minat Belajar Bahasa (Y) yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari pengkuadratan R (R Square) dengan nilai 0,288, yang mengandung pengertian bahwa kontribusi variabel X terhadap variabel Y adalah sebesar 28,8% sedangkan sisanya yakni 71,2% dipengaruhi oleh faktor lain yang peneliti tidak bahas dalam penelitian ini.

4. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh YouTube Fiki Naki Berpengaruh terhadap Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau. Berdasarkan semua hasil tahapan dalam penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai respon Pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap Minat Belajar Bahasa Asing secara parsial adalah Pengaruh YouTube (ΣX) terhadap Y1 dengan nilai $0,519 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap indikator perasaan senang. Pengaruh YouTube (ΣX) terhadap Y2 dengan nilai $0,491 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap indikator keterlibatan Pengaruh YouTube (ΣX) terhadap Y3 dengan nilai $0,402 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap indikator ketertarikan Pengaruh YouTube (ΣX) terhadap Y4 dengan nilai $0,374 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap indikator perhatian. Sehingga berdasarkan analisis parsial diatas terdapat kesimpulan bahwa variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (ΣX) baru mampu memberikan kontribusi terhadap sifat hiburan saja, namun belum mampu mempengaruhi perilaku dari responden yaitu mahasiswa UIN Suska Riau.

Secara general, variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (ΣX) terhadap (ΣY) dengan nilai $0,537 > 0,05$ berpengaruh signifikan terhadap variabel Minat Belajar Bahasa. Lalu terdapat korelasi hubungan variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki terhadap variabel Minat Belajar Bahasa, bahwa hubungan antara (ΣX) terhadap (ΣY) adalah sedang dengan nilai $0,537$ yang berada pada interval $0,40 - 0,599$. Kemudian pada tahap uji determinasi juga dibuktikan dengan data yang menunjukkan nilai $0,000 < 0,05$ yang artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Pengaruh YouTube Fiki Naki (ΣX) terhadap variabel Minat Belajar Bahasa Asing Mahasiswa UIN Suska Riau (ΣY). Hasil dari uji regresi linear sederhana yang telah dilakukan menunjukkan bahwa $t_{hitung} \geq t_{tabel}$ yaitu sebesar $6.616 \geq 1,981$. Maka dapat disimpulkan bahwa H_a dapat diterima dan H_o ditolak (signifikan), yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan.

Dan saran Untuk dapat digunakan sebagai bahan masukan dan juga pertimbangan oleh pihak yang mengakses YouTube Fiki Naki dan juga dapat digunakan sebagai referensi peneliti selanjutnya, penulis memberikan beberapa saran yaitu bagi mahasiswa pengakses YouTube Fiki Naki, untuk lebih dapat terus meningkatkan minat belajar Bahasa Asing melalui media sosial YouTube terkhusus dalam hal perhatian seperti mendengarkan serius materi pelajaran, mencatat materi, membuat dan menghafal daftar kosa kata. Dan bagi pihak YouTube Fiki Naki, terkhusus dalam pengelolaan media sosial YouTube Fiki Naki, untuk dapat menimbulkan motivasi yang dapat meningkatkan perhatian terhadap mahasiswa dalam belajar Bahasa Asing.

5. Ucapan Terima Kasih

Penulis ingin mengucapkan rasa terima kasih kepada mahasiswa yang terlibat langsung dalam penelitian ini maupun pihak-pihak lain yang terlibat. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada pihak Seminar Nasional Konstelasi yang menjadi wadah penerbitan artikel ini yang dapat berguna dalam menggali pengetahuan mahasiswa dari segi *hard skill* maupun *soft skill*. Dan penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pengampu yang telah memberikan arahan dalam pembuatan artikel ini.

6. Referensi

- [1] F. A. Lubis, "Pengaruh Tayangan 2gether: The Series Terhadap Minat Belajar Bahasa Thailand," 2022.

- [2] A. S. N. Afifah, and Luluatu Nayiroh. “Pengaruh Tayangan YouTube Channel GMMTV OFFICIAL Terhadap Minat Belajar Bahasa Thailand,” no. 3, 2023.
- [3] J. Juitania, and I. G. A. Indrawan, “Dampak Penggunaan Konten Youtube terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa Universitas Pamulang,”. SAP (Susunan Artikel Pendidikan), no. 1, 2020.
- [4] A. Eriyawati, M. Mayasari, and M. Ramdhani, “Pengaruh YouTube Atta Halilintar Terhadap Motivasi Bagi Mahasiswa,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi* 5, no. 2, p. 139, 2020.
- [5] Apriansyah, “Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Di Sumsel,” *Jurnal Digital Teknologi Informasi* 1, no. 2, p. 64, 2020.
- [6] A. Nasher, and N.N. Amani “Pengaruh Vlog Youtube Jerome Polin Terhadap Minat Siswa Smanu M.H. Thamrin Melanjutkan Studi Ke Jepang. Mediakom,” *Jurnal Ilmu Komunikasi* 4, no. 2, pp. 167-177, 2020.
- [7] H. Fransisca, “Analisis minat masyarakat pengguna platform YouTube sebagai media komunikasi digital masa kini,” 2022.
- [8] R. Aulia and S. Delliana, “Pengaruh Konten Youtube Ria Ricis Terhadap Agresi Verbal Netizen,” no. 1, p. 11, 2022.
- [9] F. Addinda, “Pengaruh Tontonan Berbahasa Inggris Dalam Media Sosial Youtube Pada Pemerolehan Bahasa Kedua Anak Umur Tujuh Tahun” no. 1, p. 6, 2020.
- [10] H.K. Ulya, “Hubungan Tayangan Channel Youtube Kimbab Family dengan Minat Belajar Bahasa Korea pada Subscribers. Communication Management,” no. 2, p. 2, 2022.
- [11] Dailyasia, “Biodata, Profil dan Fakta Fiki Naki,” Dailyasia. 2022.
- [12] N. Eny, M. M. Sri, and D.I. Wy, “Fiki Naki’s Subtitling Strategies in YouTube Channel,” 6th Annual International Seminar on Transformative Education and Educational Leadership: Atlantis Press, pp. 605-607, 2021
- [13] C. D Vreese, “Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment,” *Communication Methods and Measures*. vol. 10, 2016.
- [14] S. Endang. “Audience Research Sari, Pengantar Studi Penelitian, Pendengar, dan Pemirsa,” Yogyakarta: Andi Offset, 1993.
- [15] E. Ardianto, “Metodologi Penelitian Untuk Public Relations: Kuantitatif dan Kualitatif,” Bandung: Simbiosis Rekatama, 2007.
- [16] D. Bugiardo, “Berkomunikasi ala Next-Generation. Elek Media Komputindo,; 2015.
- [17] A. Tamburaka, “Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media,” Jakarta: PT. Rajagrafindo, 2013.
- [18] A. Abraham, “Sukses Menjadi Artis dengan YouTube,” Surabaya: Reform Media, 2011.
- [19] Priansyah, R. Prayoga, I. Satriani and M. Muslim, “Pengaruh Terpaan Tayangan Youtube Dehakims Terhadap Sikap Orangtua Mengenai Anak Menonton Satwa. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi* 6, no. 1, pp. 19-28, 2022.
- [20] A. Sudjanto, “Psikologi Umum,” Jakarta: Bumi Aksara, 1995.
- [21] A. Sabri, “Psikologi Pendidikan,” Jakarta: Pedoman Ilmu Jaya, 1996.
- [22] M. Syah, “Psikologi Pendidikan dengan Pendekatan Baru.” 2001.