



PENGARUH TERPAAN MEDIA DAN PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI DALAM KONTEN *ENGLISH ACADEMY* PADA *CHANNEL* YOUTUBE RUANG GURU TERHADAP MINAT BELAJAR BAHASA INGGRIS MAHASISWA

Sabda Akmal Jalesveva Jayamahe¹, Yeni Nuraeni²

¹²³ Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma

ARTICLE INFO

Article history:

Received Mei, 2025

Revised Mei, 2025

Accepted Mei, 2025

Available online Mei, 2025

sabdaaa777@gmail.com,

ynuraeni.02@gmail.com

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.
Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas
Pendidikan Ganesha.

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah Pengaruh terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam konten *English Academy* pada *Channel* Youtube Ruang Guru terhadap minat belajar Bahasa Inggris mahasiswa. Metode penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan melakukan survey membagikan kuesioner kepada responden. Responden dalam penelitian ini adalah *viewers* atau penonton dari konten video *english academy* pada channel youtube ruang guru dengan keseluruhan jumlah sampel yang dihitung menggunakan rumus Taro Yamane didapatkan angka 400 responden. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Media Richness* yang memiliki asumsi bahwa media memiliki tingkat "kekayaan" atau kemampuan untuk menyampaikan informasi secara efektif, yang bergantung pada karakteristik media tersebut. Media yang kaya (*rich media*) mampu menyampaikan berbagai jenis isyarat komunikasi, memberikan umpan balik secara langsung, menggunakan bahasa yang sesuai, dan menyesuaikan pesan dengan kebutuhan individu. Berdasarkan hasil penelitian terhadap 400 responden, Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh signifikan antara terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam konten *english academy* pada *channel* youtube ruang guru terhadap minat belajar bahasa inggris mahasiswa.

Kata Kunci: Terpaan Media, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Youtube, Minat Belajar

ABSTRACT

The aim of this research is the influence of media exposure and providing information needs in the English Academy content on the Ruang Guru YouTube Channel on students' interest in learning English. This research method uses quantitative methods by conducting surveys distributing questionnaires to respondents. Respondents in this study were viewers or viewers of the English Academy video content on the Ruang Guru YouTube channel with the total number of samples calculated using the Taro Yamane formula, obtaining a figure of 400 respondents. The theory used in this research is Media Richness theory which assumes that the media has a level of "richness" or the ability to convey information effectively, which depends on the characteristics of the media. Rich media is able to convey various types of communication, provide direct feedback, use appropriate language, and adapt messages to individual needs. Based on the results of research on 400 respondents, the results of this research show that there is a significant influence between media exposure and meeting information needs in English Academy content on the Teacher Room YouTube channel on students' interest in learning English.

*Corresponding author

E-mail addresses: sabdaaa777@gmail.com



Keywords: *Media Exposure, Fulfillment of Information Needs, YouTube, Interest in Learning*

1. PENDAHULUAN

Seiring dengan perkembangannya, kehadiran teknologi memberikan kemudahan pada segala aspek kehidupan. Salah satu dampak yang signifikan adalah kemudahan masyarakat untuk memperoleh informasi secara cepat, tepat, dan akurat melalui munculnya new media atau sebagai media komunikasi baru.

Dalam proses komunikasi dan informasi perlu adanya sebuah media atau biasa dikenal dengan sebutan media massa. 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 dimana saja dalam ruang lingkup luas.

Dilaporkan dari *we are social*, platform media sosial youtube memiliki lebih dari satu miliar pengguna yang merupakan hampir mencakup semua pengguna internet. Membuat akun *channel* di youtube yang menarik akan menghasilkan jumlah penonton yang banyak untuk berbagi informasi. Adapun salah satu akun YouTube yang menyediakan konten pembelajaran, khususnya dalam bidang bahasa Inggris, yaitu channel YouTube Ruangguru

PT Ruang Raya Indonesia atau Ruang Guru berdiri pada tahun 2014 sebagai perusahaan penyedia layanan dan konten pendidikan berbasis teknologi yang didirikan oleh Adamas Belva Syah Devara dan Muhammad Iman Usman. Konten video yang memperkenalkan *English Academy by Ruangguru*, menyoroti kurikulum berstandar internasional yang disesuaikan dengan budaya lokal. Video ini menekankan tujuan akademi ini untuk membuat pembelajaran bahasa Inggris menjadi mudah diakses dan bermanfaat untuk berbagai kebutuhan, termasuk meningkatkan prestasi akademik, peningkatan karier, dan produktivitas karyawan. Video ini juga menyebutkan guru-guru yang berpengalaman dan bersertifikasi di akademi ini, fasilitas belajar tambahan, dan fitur-fitur motivasi yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman belajar.

Menurut Ardianto (2014: 168), terpaan dapat diartikan sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok.

Arsland pada Tesisnya yang mengutip dari Zipper mendefinisikan kebutuhan informasi merupakan suatu kondisi dimana informasi tertentu memiliki kontribusi yang besar dalam suatu pencapaian dimana mereka harus membuat keputusan, menjawab pertanyaan, menempatkan fakta-fakta, dan memecahkan masalah atau dapat memahami sesuatu.

Minat belajar merupakan faktor yang sangat berpengaruh dalam proses pembelajaran. Minat besar sekali pengaruhnya terhadap kegiatan seseorang, sebab dengan minat akan melakukan sesuatu yang diminatinya dan sebaliknya tanpa minat seseorang tidak mungkin melakukan sesuatu (Harahap et al., 2021)

Oleh karena itu, internet dan media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam dunia pendidikan seperti kanal English Academy oleh Ruang Guru yang menghadirkan materi pembelajaran bahasa Inggris dengan metode yang lebih menarik dan mudah diakses.

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut, untuk itu peneliti tertarik untuk melaksanakan peneliti dengan judul “Pengaruh Terpaan Media dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dalam Konten *English Academy* Pada *Channel* Youtube Ruang Guru Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa”



TINJAUAN PUSTAKA

Komunikasi

Menurut (Lasswell, 1960) Komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu, dengan kutipan Lasswell yang terkenal yaitu *"Who Says What In Wich Channel To Whom With What Effect?"*, dan komponen komunikasi merupakan suatu hal yang sangat penting agar komunikasi dapat berjalan baik.

Komunikasi adalah proses sosial. Ketika menafsirkan komunikasi sosial (*social*), dapat dikatakan bahwa komunikasi sosial melibatkan orang-orang dan interaksi, baik tatap muka maupun online. Ini tentu termasuk dua orang, yang bertindak sebagai komunikator dan komunikan. Ketika komunikasi sosial, melibatkan orang-orang yang datang ke interaksi dengan berbagai niat, motivasi, dan kemampuan (Turner, 2017).

Internet

Internet ditelisik dari sejarahnya pertama kali pada tahun 1969 dikembangkan oleh Departemen Pertahanan Amerika Serikat guna merancang sistem koneksi komputer di wilayah-wilayah urgen sebagai langkah antisipasi bila terjadi serangan musuh. Di mana fungsi ARPANET sebagai media agar informasi bisa ditransfer dan tidak terpusat. Pada perkembangannya kemajuan teknologi membuka ruang internet bisa diakses publik. Internet kepanjangannya adalah interconnected networking, sistem jaringan yang menghubungkan berbagai bentuk komputer secara global melalui saluran telekomunikasi.

Pada akhirnya internet berkembang menjadi seamsal dunia maya yang tujuan utamanya sebagai new media untuk memperlancar komunikasi, penyediaan informasi serta fasilitas promosi yang bisa dimanfaatkan publik secara global. Fasilitas yang bisa diperoleh publik dari internet menjadi daya tarik tersendiri yang dianggap menguntungkan. Mulai dari fasilitas e-mail, berkirim pesan pelbagai bentuk file serta juga bisa chatting, video call, tempat mencari hiburan lewat film dan video online, sarana menggali informasi dan pendidikan, lokasi tepat untuk memajukan bisnis lewat penayangan iklan serta banyak fasilitas lainnya yang bisa dihadirkan lewat koneksi internet (Syamsuardi, 2004).

New Media

Munculnya media baru atau new media tidak lepas dari kemunculan internet di dunia ini. Media baru adalah istilah yang bertujuan untuk mencakup munculnya era digital, komputer, atau jaringan media dan teknologi komunikasi di abad ke 20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru di era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, interaktif, dan menarik. Kehadiran media baru dipahami semata mata hanya sebagai konsekuensi dari teknologi komunikasi yang membuat batas-batas platform media yang sebelumnya ada menjadi kabur (Widjayanti, 2016).

New media sangat erat kaitannya dengan internet apalagi dengan perkembangan teknologi digital yang saat ini sangat pesat dikalangan masyarakat. Teknologi digital mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi yang cepat dan update. Masyarakat dapat dengan mudah dalam menikmati fasilitas teknologi digital dengan bebas dan terkendali dalam mengakses suatu informasi melalui berbagai cara yang bisa didapatkan di berbagai kalangan.

Perkembangan new media semakin pesat karena teknologi juga ikut berkembang. *New media* bersifat lebih personal dan sosial. Dengan new media, siapapun bebas untuk menuangkan opini yang tidak bisa didapatkan dari media konvensional.

Media Sosial

Kata "media" berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata "medium". Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti perantara atau pengantar. Namun sekarang pengertian



media mengarah pada sesuatu yang mengantar meneruskan informasi (pesan) antara sumber (pemberi pesan) dan penerima pesan. Menurut McLuhan dalam formulanya diterima sebagai benang merah mendasar dalam pembahasan konsumsi bahwa "media adalah pesan" (Baudrillard, 2004 dalam Marina, 2021).

Definisi situs jejaring sosial menurut (Boyd & Ellison, 2007) adalah layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk mengkonstruksi profil/semi publik di dalam sistem terikat, menghubungkan sekelompok pengguna yang saling berbagi koneksi dan melintasi koneksi-koneksi dan lainnya dalam sebuah sistem.

Media sosial digunakan secara terus-menerus oleh seluruh masyarakat dan digunakan dalam bidang bisnis, bidang politik, media, periklanan, polisi, dan layanan gawat darurat. Media sosial telah menjadi kunci untuk memprovokasi pemikiran, percakapan, dan tindakan seputar isu-isu sosial yang ada.

Youtube

Youtube merupakan media sosial yang banyak digunakan saat ini. Youtube menjadi platform digital yang memberikan kita wadah untuk saling berbagi informasi dalam format video (Safko, 2010). YouTube adalah sebuah platform media sosial yang memberikan akses kepada pengguna untuk melakukan pengunggahan konten (video), menonton video, serta saling berbagi video secara berani. Youtube terdapat berbagai konten video yang bervariasi, seperti musik, vlog, game, tutorial, film, dan lain sebagainya. Namun, tidak sedikit juga akun YouTube yang membagikan konten seputar pengembangan diri, ilmu sosial, dan keuangan sebagai tujuan utama dalam berbagi informasi, salah satunya adalah akun Youtube Satu Persen. Satu Persen merupakan media edukasi yang membagikan informasi dan ilmu tentang kemampuan hidup atau kecakapan hidup yang tidak diajarkan di sekolah guna mencapai kehidupan yang ideal.

Terpaan Media

Media exposure atau terpaan media Menurut (Sari, 1993), frekuensi penggunaan meliputi berapa kali seseorang menggunakan media dalam jangka waktu tertentu. Durasi media menghitung berapa lama audience berhubungan atau mengikuti suatu program di media. Selain itu menurut Rosengren (1974) dalam Rakhmat (2009:66), terpaan media juga dapat diukur melalui dimensi-dimensi seperti berikut:

1. Frekuensi, yaitu meliputi rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media
2. Durasi, yaitu meliputi berapa lama seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media
3. Atensi, yaitu tingkat perhatian yang diberikan seseorang dalam menggunakan media dan mengkonsumsi isi pesan dari media

Kebutuhan Informasi

Informasi menurut Laudon merupakan kumpulan data yang telah dirubah kedalam bentuk yang berarti dan berguna bagi manusia. Dikatakan berarti dan berguna apabila data yang telah dirubah itu bermanfaat bagi manusia. Informasi merupakan hasil dari proses intelektual seseorang yang memproses stimulus yang diterima oleh pancaindera dan diteruskan ke otak hingga diproses dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan keyakinan yang dimiliki seseorang sehingga berujung menjadi sebuah informasi. Informasi yang terekam di otak seseorang maka akan berubah menjadi sebuah pesan (Agustine dan Prasetyawati, 2020).

Belkin menyatakan bahwa kebutuhan informasi terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam tingkat pengetahuannya tentang situasi atau topik tertentu dan berkeinginan mengatasi kekurangan tersebut. Terdapat banyak alasan mengapa seseorang mencari, mengakses, mendapatkan, lalu menggunakan informasi yang mereka peroleh, dalam (Burhannudin, 2015).



Terdapat empat pendekatan yang menjelaskan kebutuhan informasi pengguna media sosial. Pendekatan ini dikemukakan oleh Guha dalam Helen (2018) yaitu :

1. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current Need Approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna media sebagai sarana mencari informasi untuk menambah atau memperluas pengetahuan.
2. Pendekatan Kebutuhan Informasi Harian (*Everyday Need Approach*) Merupakan pendekatan terhadap kebutuhan pengguna dalam mendapatkan informasi secara cepat dan spesifik, dimana kebutuhan ini menuntut adanya jawaban yang tepat dari pengelola informasi dalam memenuhi kebutuhan informasi pengguna.
3. Pendekatan Kebutuhan Informasi Mendalam (*Exhaust Need Approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna yang sangat bergantung dengan informasi yang diperlukan.
4. Pendekatan Kebutuhan Informasi Singkat (*Catching-up Need Approach*) Merupakan pendekatan terhadap pengguna media dalam mencari perkembangan terbaru dari suatu informasi yang sesuai dengan kebutuhan.

Minat Belajar

Menurut Saleh (dalam Machruf, 2018:33), minat adalah perasaan senang ketika memberikan perhatian dan bertindak terhadap orang, aktivitas atau situasi yang menjadi objek dari minat tersebut. Menurut Slameto (dalam Masruroh, 2017:14), minat adalah perasaan suka dan tertarik pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Menurut Susanto (dalam Masruroh, 2017:15), minat merupakan dorongan dari dalam diri seseorang atau faktor yang menimbulkan ketertarikan atau perhatian secara efektif, yang menyebabkan dipilihnya suatu obyek atau kegiatan yang menguntungkan, menyenangkan dan lama kelamaan akan mendatangkan kepuasan dalam dirinya.

2. METODE

Pendekatan yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Pendekatan kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2016).

Pendekatan penelitian kuantitatif menjadikan angka-angka sebagai datanya. Penelitian kuantitatif adalah penelitian yang digunakan untuk menjawab permasalahan melalui teknik pengukuran cermat terhadap variabel-variabel tertentu, sehingga menghasilkan simpulan-simpulan yang dapat digeneralisasikan, lepas dari konteks waktu dan situasi serta jenis data yang dikumpulkan terutama data kuantitatif. Dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data dari kuisioner yang dibagikan kepada responden sehingga peneliti mendapatkan data yang diinginkan untuk di analisis.

Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data merupakan komponen yang utama dalam penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan data. Metode dalam penelitian ini adalah metode survey dimana pengumpulan data menggunakan cara menyebarkan kuesioner kepada responden yang merupakan sampel dari suatu populasi yang memiliki kriteria sesuai dengan yang ditentukan oleh peneliti.

Sugiyono (2017) Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan berbagai macam pertanyaan atau pernyataan yang akan di respon untuk mengetahui



jawabannya. Tujuannya sebagai gambaran secara rinci tentang latar belakang, sifat-sifat, serta karakter yang khas dari kasus maupun status individu.

Kuesioner akan disebarluaskan melalui *google form* dan penulis ingin melihat dan mengukur berdasarkan variabel yang sudah ada dalam penelitian ini yaitu terpaa media dan pemenuhan kebutuhan informasi pada *channel* youtube Ruang Guru terhadap minat belajar mahasiswa. Jawaban dari responden akan terlihat hubungan dari masing-masing variabel yang sedang diteliti oleh peneliti dan hasilnya akan digeneralisasi kepada populasi dalam bentuk statistika.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini memiliki 3 variabel, yaitu Terpaa Media (variabel X1), Pemenuhan Kebutuhan Informasi (variabel X2), dan Minat Belajar (variabel Y). Peneliti memperoleh data dari responden menggunakan kuisisioner yang disebarluaskan secara online dalam bentuk *google form* yang disebarluaskan kepada *viewers* atau penonton dari konten video *english academy* pada channel youtube ruang guru. Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus taro yamane dengan menggunakan margin of eror sebesar 0,05 atau 5%. Teknik sampling yang digunakan yaitu *purposive sampling*. Responden dalam penelitian ini adalah *viewers* atau penonton dari konten video *english academy* pada channel youtube ruang guru dengan jumlah sampel sebanyak 400 responden.

Adapun karakteristik data reponden dalam penelitian meliputi: jenis kelamin dan usia. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan lebih mendominasi yaitu sebesar 50,8% atau sebanyak 203 orang, sedangkan untuk responden berjenis kelamin berjumlah 197 orang atau 49,3%. Artinya dari hasil penelitian tersebut, responden perempuan lebih banyak tertarik mengenai minat belajar dalam konten *English Academy* Pada *Channel Youtube Ruang Guru*. Selain itu, berdasarkan usia menunjukkan bahwa usia responden 18 - 20 tahun dengan jumlah responden sebanyak 22,5% atau 90 responden. Sedangkan usia 21 - 23 tahun mendominasi dengan presentase sebesar 65% atau sebanyak 260 responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa di usia 21 - 23 tahun kebutuhan akan informasi terkait minat belajar dalam konten *English Academy* Pada *Channel Youtube Ruang Guru*.

Sebelum menyebarkan kuesioner ke 400 responden, peneliti terlebih dahulu melakukan pengujian dengan skala yang lebih kecil yaitu sebanyak 30 responden. Pengujian awal ini dilakukan untuk mengetahui valid atau tidaknya sebuah pernyataan dalam kuesioner. Setelah diperoleh data tersebut, selanjutnya dilakukan olah data menggunakan SPSS versi 27. Uji validitas adalah suatu prosedur yang bertujuan untuk menentukan keabsahan atau validnya alat ukur. Alat ukur yang dimaksud dalam hal ini adalah pertanyaan-pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner. Suatu kuesioner dapat dianggap valid jika pertanyaan-pertanyaannya dapat secara efektif mengukur variabel yang hendak diukur oleh kuesioner tersebut (Janna, 2021). Uji validitas dilakukan kepada 30 responden. Setelah data diperoleh, kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Hasil pengujian validitas dari masing- masing variabel $> 0,361$, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan valid.

Uji reliabilitas merupakan alat yang digunakan untuk mengukur konsistensi kuesioner yang merupakan indikator dari variabel atau konstruk. Suatu kuesioner dikatakan reliabel atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten atau stabil. Pada uji reliabilitas, jika pada kuesioner penelitian memiliki nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 maka dapat dinyatakan andal (reliable). Uji reliabilitas dilakukan kepada 30 responden. Setelah data diperoleh, kemudian dianalisis menggunakan bantuan program SPSS. Hasil pengujian reliabilitas pada Nilai Cronbach Alpha dari masing- masing variabel $> 0,60$, maka dapat disimpulkan ketiga variabel tersebut dinyatakan reliabel



Kemudian Uji normalitas dilakukan untuk mengetahui sebuah variabel berdistribusi normal atau tidak. Dalam penelitian ini menggunakan uji Kolmogorov Smirnov menggunakan SPSS (Statistic Product and Service Solution) versi 27 untuk melakukan olah data. Dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas yaitu jika nilai signifikansi $> 0,05$ maka data tersebut berdistribusi normal, sebaliknya jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka data tersebut tidak berdistribusi normal. Uji normalitas dilakukan kepada total keseluruhan sampel yang berjumlah 400 responden dan merupakan pengikut atau followers akun instagram @anakmagang.id. Hasil pengujian diketahui nilai Asymp Sig. (2-tailed) sebesar 0,200. Dimana nilai $0,200 > 0,05$ maka dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal.

Pengujian selanjutnya adalah dengan melakukan uji multikolinearitas. Uji multikolinearitas dilakukan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas atau variabel independen. Apabila nilai VIF > 10 atau tolerance $< 0,10$, maka dapat dinyatakan terjadi gejala multikolinearitas, sebaliknya Apabila nilai VIF < 10 atau tolerance $> 0,10$ maka dapat dinyatakan tidak terjadi gejala multikolinearitas. Hasil uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance yang dimiliki variabel X1 (Terpaan Media) dan variabel X2 (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 0.222, sedangkan nilai VIF pada variabel X1 (Terpaan Media) dan variabel X2 (Pemenuhan Kebutuhan Informasi) sebesar 4.505. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak terjadinya gejala Multikolinearitas dalam model regresi, karena $0,222 > 0,10$ dan $4,505 < 10$.

Pengujian selanjutnya adalah melakukan uji hereoskedastisitas. Uji Heteroskedastisitas digunakan untuk menguji apakah dalam suatu model regresi terdapat kesamaan atau ketidak samaan varians antara pengamatan yang satu dengan pengamatan yang lainnya. Hasil uji heterokedastisitas menggunakan uji Glesjer diketahui bahwa nilai signifikansi (Sig.) dari variabel terpaan media sebesar 0,088 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05, dan nilai signifikansi (Sig.) pada variabel pemenuhan kebutuhan informasi sebesar 0,344 yang dimana nilai tersebut lebih dari 0,05. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa sesuai dengan pengambilan keputusan dari uji glejser maka tidak terjadi heteroskedastisitas dalam model regresi penelitian ini merupakan baik

Berikutnya dilakukan uji regresi linear berganda. Uji regresi linear berganda dilakukan untuk mengetahui pengaruh satu atau lebih variabel independen yaitu Terpaan Media (X1) dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (X2) terhadap suatu variabel dependen yaitu Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y) . Berikut adalah persamaan uji regresi linear berganda yaitu:

$$Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + e$$

$$Y = 1,088 + 0,267 + 0,278 + e$$

Berdasarkan persamaan tersebut, dapat diartikan bahwa konstanta (a) sebesar 1,088 berarti nilai variabel terpaan media (X1) dan pemenuhan kebutuhan informasi (X2) sama dengan nol, maka nilai konstanta variabel minat belajar (Y) bernilai positif sebesar 1,088. Kemudian koefisien regresi variabel (b1) sebesar 0,267 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara terpaan media (X1) dan pemenuhan kebutuhan informasi (X2) terhadap variabel minat belajar (Y). selanjutnya koefisien regresi variabel (b2) sebesar 0,278 menunjukkan bahwa koefisien bernilai positif yang artinya terjadi hubungan positif antara terpaan media (X1) dan pemenuhan kebutuhan informasi (X2) terhadap variabel minat belajar (Y). Maka dapat disimpulkan bahwa terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi pada Konten Pembelajaran Bahasa Inggris di *Channel* Youtube Ruang Guru berpengaruh positif dan signifikan terhadap Peningkatan Minat Belajar Mahasiswa.



Kemudian untuk mengetahui pengaruh terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam Konten *English Academy* Pada *Channel* Youtube Ruang Guru Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa yaitu dengan melakukan uji koefisien determinasi dan pengujian hipotesis.

Uji koefisien determinasi dilakukan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan dari indikator independen yaitu terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi pada Konten *English Academy* di *Channel* Youtube Ruang Guru dalam mempengaruhi variabel dependen yaitu Minat Belajar Mahasiswa. Dalam uji ini, peneliti menggunakan SPSS versi 27. Nilai R Square diketahui sebesar 0.849 menunjukkan bahwa terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam Konten *English Academy* Pada *Channel* Youtube Ruang Guru memberikan pengaruh sebesar 84,9% terhadap Peningkatan Minat Belajar Mahasiswa. Sedangkan sisanya 15,1% ($100\% - 84,9\%$) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pengujian yang terakhir adalah dengan melakukan uji hipotesis. Uji hipotesis dilakukan dengan cara membandingkan besarnya angka taraf signifikansi (sig) penelitian dengan taraf signifikansi 0,05 atau 5%. Pengujian yang dilakukan menggunakan angka signifikansi dengan ketentuan Jika angka signifikansi penelitian $> 0,05$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak, Sedangkan angka signifikansi penelitian $< 0,05$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima. Uji hipotesis dalam penelitian ini adalah uji t dan uji f. Berdasarkan Hasil uji T, didapatkan bahwa nilai t hitung (9,649) $>$ t tabel (1,966), dan nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ Angka tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat variabel Terpaan Media berpengaruh positif dan signifikan terhadap Minat Belajar Mahasiswa. Sedangkan berdasarkan hasil Uji F, didapatkan bahwa nilai t hitung (1118,358) $>$ t tabel (0,318) dengan nilai signifikansi lebih kecil dari 0.05 yaitu < 0.00 . Angka tersebut menunjukkan bahwa H_0 ditolak dan H_a diterima. Artinya terdapat pengaruh Terpaan Media dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Dalam Konten *English Academy* Pada *Channel* Youtube Ruang Guru berpengaruh secara simultan Terhadap Minat Belajar Bahasa Inggris Mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Channel YouTube Ruang Guru berperan aktif dalam menyajikan konten pembelajaran bahasa Inggris yang edukatif dan informatif, sehingga memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat belajar mahasiswa. Dengan demikian, mahasiswa memanfaatkan Channel YouTube Ruang Guru sebagai sumber utama dalam memperoleh materi pembelajaran bahasa Inggris guna memenuhi kebutuhan informasi mereka

4. SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan dari hasil dan pembahasan maka dapat di ambil Kesimpulan bahwa: penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan, peneliti membuat sebuah kesimpulan yang bertujuan untuk menjawab suatu hipotesis terkait dengan pertanyaan yang terdapat pada rumusan masalah. Maka kesimpulannya,

1. Terdapat pengaruh signifikan terpaan media dalam konten english academy pada channel youtube ruang guru terhadap minat belajar bahasa inggris mahasiswa.
2. Terdapat pengaruh signifikan pemenuhan kebutuhan informasi dalam konten english academy pada channel youtube ruang guru terhadap minat belajar bahasa inggris mahasiswa.
3. Terdapat pengaruh signifikan terpaan media dan pemenuhan kebutuhan informasi dalam konten english academy pada channel youtube ruang guru terhadap minat belajar bahasa inggris mahasiswa

Saran

a. Peneliti mengharapkan agar penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat terutama *viewers* dari konten video *english academy* pada channel youtube ruang guru yang melakukan



penelitian serupa atau melakukan penelitian lanjutan atas topik yang sama. Peneliti berharap agar topik dan pembahasan yang telah dipaparkan dapat menimbulkan rasa ingin menggali untuk meneliti lebih lanjut lagi dengan menggunakan indikator yang berbeda atau dengan objek yang berbeda sehingga dapat mendapatkan hasil yang maksimal.

b. Bagi channel youtube Ruang Guru disarankan untuk terus meningkatkan kualitas konten dengan menyajikan materi yang lebih menarik, interaktif, dan sesuai dengan kebutuhan mahasiswa. Penggunaan format video yang lebih variatif, seperti studi kasus, simulasi, atau sesi tanya-jawab langsung, dapat membantu meningkatkan keterlibatan mahasiswa serta efektivitas penyampaian informasi dalam pembelajaran bahasa Inggris.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Agustine, M., & Prasetyawati, Y. R. (2020). Pengaruh kualitas informasi Instagram dan electronic word of mouth terhadap citra dapurfit. *Jurnal Profesi Humas*, 5(1), 82-97.
- Ardianto, Elvinaro, Lukiati Komala, Siti Karlinah. 2014. Komunikasi Massa : Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Baudrillard, Jean P. (2004) Masyarakat Konsumsi. Yogyakarta: Kreasi Wacana.
- Boyd, Ellison. 2007. Social Network Sites: Defination, History, and scholarship. Jurnal.
- Helen, & Rusdi, F. (2018). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Akun Instagram @Jktinfo terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Jurnal Prologia*, 2(2), 355-362.
- Lasswell, Harold. 1960. The Structure and Function of Communication in Society, Urbana: University of Illinois Press.
- Machruf, B. (2018). Peran Media Sosial Instagram dalam Menarik Minat Berkunjung Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman di Wisata Ladang Budaya Tenggarong. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(1), 27- 41.
- Masrurroh, A. (2017). Pengaruh Minat Belajar dan Motivasi Belajar Siswa Terhadap Keaktifan Belajar Siswa Kelas XI IPA Pada Mata Pelajaran PAI Di SMAN I Purwoasri Tahun Ajaran 2016/2017. Skripsi. Kediri: IAIN Kediri.
- Safko, Lon. 2010. The Social Media Bible: Tactics, Tools, & strategies for Business Success. United States: Innovative Thinking LCC.
- Sari, E. S. (1993). Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa (1st ed.). Andi Offset.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsuardi. 2004. Teknologi Informasi dan Komunikasi. Jakarta: PT Yudistira.
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.



Turner, L. (2017). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. 2 Edisi 5. Jakarta: Salemba Humanika