



**PENGARUH KONTEN CHANNEL YOUTUBE NIHONGO MANTTAPU  
TERHADAP PEMILIHAN KARIR GENERASI Z  
(STUDI PADA SMA NEGERI 1 BANGSAL)**

Devi Anggraeni Suyanto<sup>1</sup>, Ratnaningrum Zusyana D.<sup>2</sup>, M.I.Asyarin Hayau Lailin<sup>3</sup>  
Ilmu Komunikasi Fisip-Universitas Islam Majapahit

[anggraenidevi2606@gmail.com](mailto:anggraenidevi2606@gmail.com)

**ABSTRAK**

Aktivitas pengguna internet di Indonesia didominasi oleh Generasi Z yaitu generasi yang lahir di tahun 1997 hingga 2010. Generasi Z memanfaatkan YouTube selain sebagai media hiburan juga untuk menambah wawasan dan pengetahuan yang tidak didapat dalam buku pengetahuan tentang sesuatu yang menjadi ketertarikannya. Jerome Polin adalah salah satu YouTuber muda yang aktif dalam memberikan konten bertemakan edukasi dikalangan generasi muda seperti cara belajar bahasa Jepang, kehidupan kuliah di Jepang battle pengetahuan umum, tips dan trik belajar rumus matematika, dll. Penelitian ini dilakukan untuk mengukur seberapa besar pengaruh konten channel YouTube Nihongo Manttapu terhadap pemilihan karir generasi Z dengan variabel antara tingkat sosial ekonomi orang tua dan frekuensi menonton konten. Penelitian ini menggunakan teori *new media*, teori kredibilitas sumber, ketergantungan media dan teori belajar sosial. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif, dengan metode survei menggunakan *e-kuesioner* yang disebar pada 130 orang siswa yang menjadi sampling penelitian yang kemudian dilakukan uji regresi linear sederhana, uji regresi linear berganda dan uji hipotesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Konten Channel YouTube berpengaruh signifikan positif terhadap Pemilihan Karir Generasi Z. dimana keahlian, kepercayaan dan daya tarik komunikator menjadi salah satu faktor penting mengapa Generasi Z menonton konten Channel YouTube Nihongo Manttapu disamping konten isi yang informatif dan menghibur. Mayoritas siswa mengaku mendapat banyak informasi dari konten channel YouTube Jerome Polin. Alasan responden mengakses konten channel YouTube Jerome karena didasari minat dan prinsip yang sama, setelah menonton konten Jerome siswa termotivasi untuk lebih mengembangkan minat dibidang apapun, mereka memiliki cita-cita atau karir sesuai dengan minatnya dan selalu timbul perasaan senang setelah menonton konten Nihongo Manttapu.

Kata kunci : YouTube, Nihongo Manttapu, Pemilihan Karir, Generasi Z

## ABSTRACT

*The activities of internet users in Indonesia are dominated by Generation Z, namely the generation born in 1997 to 2010. Generation Z uses YouTube as an entertainment medium as well as to add insights and knowledge that are not found in knowledge books about something they are interested in. Jerome Polin is one of the young YouTubers who is active in providing educational-themed content among the younger generation such as how to learn Japanese, college life in Japan battles general knowledge, tips and tricks to learn math formulas, etc. This study was conducted to measure how much influence Nihongo Manttapu's YouTube channel content has on the career choice of generation Z with the variables between the socioeconomic level of parents and the frequency of watching content. This research uses new media theory, source credibility theory, media dependency and social learning theory. The approach used in this research is quantitative, with a survey method using an e-questionnaire distributed to 130 students who are the research sampling, which is then carried out by a simple linear regression test, multiple linear regression test and hypothesis testing. The results showed that YouTube Channel Content has a significant positive effect on Generation Z's Career Selection, where the expertise, trust and attractiveness of communicators is one of the important factors why Generation Z watches Nihongo Manttapu's YouTube Channel content in addition to informative and entertaining content. The majority of students claim to access Jerome's YouTube channel content because they have the same interests, after watching Jerome's content students are motivated to further develop their interests in any field, they have dreams or careers according to their interests and always feel happy after watching Nihongo Manttapu's content.*

*Keywords: YouTube, Nihongo Manttapu, Career Selection, Generation Z*

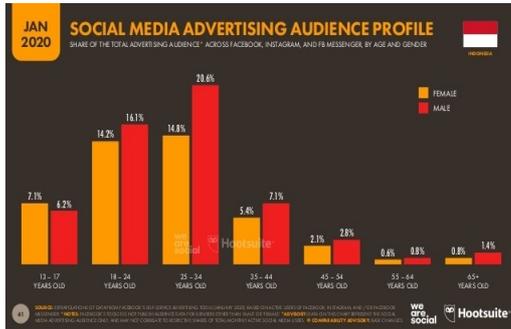
## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi di era digital saat ini sedang berada pada masa puncaknya, dimana perubahan terjadi secara terus menerus dan membawa dampak yang besar bagi kehidupan manusia di dunia. Manusia memanfaatkan perkembangan teknologi yang ada dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari, baik itu kebutuhan informasi, kebutuhan sosial, maupun kebutuhan ekonomi.

Menurut hasil survei yang dilakukan oleh lembaga survei *We Are Social* di tahun 2020, jumlah pengguna

internet di Indonesia mencapai 175,4 juta pengguna dengan total populasi warga negara Indonesia 272,1 juta jiwa. Jika dibandingkan keduanya maka, jumlah pengguna internet tersebut mencapai 64% dari keseluruhan penduduk di Indonesia telah mengakses media sosial.<sup>1</sup> Jumlah ini mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya, di tahun 2019 jumlah pengguna internet hanya mencapai 150 juta pengguna atau mengalami peningkatan 17% ( $\pm 25$  juta jiwa) dibandingkan dengan tahun lalu.

Gambar 1. 1Profil Pengguna Media Sosial di Indonesia Periode Januari Tahun 2020



Sumber : Data Reportal (Digital 2020 : Indonesia)

Aktivitas pengguna internet di Indonesia saat ini di dominasi oleh usia 25-34 tahun yang mencapai 35,4%, sedangkan pengguna nomor dua terbanyak adalah usia 18-24 tahun dengan persentase 30,3% dan nomor tiga adalah usia 13-17 tahun dengan persentase 13,3 % dari total populasi penduduk di Indonesia. Sebagian besar pengguna internet di Indonesia didominasi oleh penduduk angka usia produktif. Mereka memanfaatkan teknologi internet sebagai media berkomunikasi, berperilaku, bekerja dan berpikir layaknya masyarakat digital atau *digital native*.

Menurut Marc Spent *digital native* merupakan generasi pertama yang tumbuh bersamaan dengan teknologi. Dalam kesehariannya mereka bisa menghabiskan waktu dengan dikelilingi oleh komputer, video game, pemutar musik digital, kamera,

ponsel dan peralatan digital lainnya.<sup>2</sup> Hal ini tentu berbeda dengan pembandingnya *digital immigrants* (pendatang digital) adalah mereka yang lahir di tahun sebelum perkembangan digital sehingga mengalami masa peralihan atau *digital immigrants* .

Di Indonesia masyarakat lebih mengenal generasi *digital native* dengan istilah Generasi Z (iGen). Generasi Z adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1997 hingga tahun 2010. Generasi ini juga disebut Generasi internet karena sejak lahir hingga dewasa mereka sudah mengenal perangkat teknologi komunikasi dan jaringan internet.

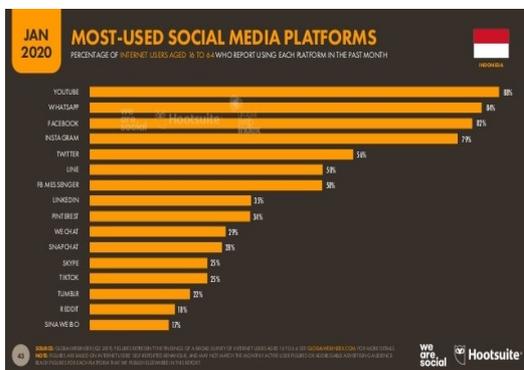
Tumbuh dan besar bersamaan dengan teknologi mempengaruhi karakter Generasi Z mulai dari sikap, perilaku dan pembelajaran sehari-hari. Hal inilah yang menjadi pembeda antara karakter Generasi Z dengan generasi-generasi sebelumnya yaitu Generasi Y (1981 – 1996) dan Generasi X (1961 – 1981).

Generasi Y (milenial) dan Generasi Z merupakan termasuk kaum *digital native* dan *digital immigrants* yang menghabiskan hampir seluruh waktunya untuk berinteraksi dengan

media sosial. Apabila dilihat dari rentang usia Generasi Y (milenial) saat ini berusia 24 - 39 tahun sedangkan Generasi Z memasuki usia 8 - 23 tahun.

YouTube merupakan salah satu platform media sosial yang sering dikunjungi oleh para *digital natives*. Sebagai situs web dan video *sharing* populer dimana para penggunanya dapat memuat, menonton dan berbagi tayangan video klip secara gratis baik dalam negeri maupun mancanegara menjadikan platform YouTube menjadi sumber hiburan sekaligus sumber datadan informasi para *digital natives*

Gambar 1. 2 Platform Media Sosial Yang Paling Sering Dikunjungi Tahun 2020



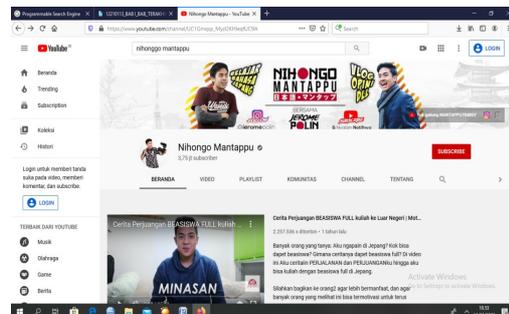
Sumber : Data Reportal (Digital 2020 : Indonesia)

Konten bertemakan pengetahuan menjadi salah satu konten yang cukup banyak diminati oleh para Generasi Z untuk menggali informasi baru mengenai apa yang menjadi minatnya. Salah satu konten yang menarik perhatian adalah *channel* YouTube “Nihongo Mantappu” milik Jerome Polin. Mahasiswa asal

Indonesia yang sedang menempuh pendidikan jurusan Matematika Terapan di Universitas Waseda, Jepang.

Hal yang menjadikan konten YouTube Jerome terasa berbeda dengan yang lain adalah isi konten yang beragam dan mengandung banyak informasi seperti : cara belajar bahasa jepang, aktivitas kuliah di Jepang, sistem transportasi, biaya hidup di Jepang dan lain-lain. Selain konten tersebut Jerome juga aktif dalam membuat konten kuis *battle* pengetahuan umum, tips dan trik belajar rumus matematika, dan menjawab soal matematika yang dikirimkan oleh penonton di akun media sosialnya.

Gambar 1. 3 Channel Youtube Jerome Polin



Sumber: <https://www.youtube.com/nihongo-mantappu/>

Jerome dikenal karena prestasi dan keahliannya di bidang Matematika selain itu kepribadiannya yang khas, lucu dan aktif menyapa penontonnya mengantarkan popularitas Jerome Polin sebagai *influencer* muda yang aktif

memberikan edukasi positif dikalangan generasi muda, khususnya di bidang matematika. Terhitung dari Jerome bergabung di Youtube sejak 12 Desember 2017 hingga saat ini jumlah *subscribarnya* mencapai 3,75 juta *subscriber* dengan 319 video dan total viewers dari semua videonya menembus 444.942.587 kali ditonton.

Cerita perjuangan Jerome mendapatkan beasiswa pendidikan di Jepang yang tidak mudah butuh kerja keras, disiplin, ketekunan dan keuletan banyak menginspirasi anak-anak dan pelajar sehingga kemudian dituangkan dalam sebuah buku yang berjudul “Buku Latihan Soal Mantappu Jiwa” dan saat ini Jerome aktif menjadi tutor di salah satu situs belajar online “Zenius Education”.

Menurut hasil data Michael S. Sunggiardi seorang Pemerhati mengemukakan bahwa 68% jumlah pengguna situs YouTube yang paling banyak di Indonesia adalah remaja dewasa dan pemuda yang mayoritas mereka berasal dari kalangan pelajar maupun mahasiswa yang menggunakan situs YouTube sehingga berpotensi untuk pembentukan bakat diri seseorang.<sup>4</sup>

Pengguna media sosial YouTube yang didominasi oleh Generasi Z dapat memanfaatkan YouTube sebagai media literasi digital untuk menambah wawasan baru, pemikiran yang baru, pengetahuan yang tidak didapat dalam buku pengetahuan lain tentang sesuatu yang menjadi ketertarikannya. Informasi yang sudah di dapatkan dapat dicerna dengan menggunakan kemampuan kognitif, membuat pemahaman, penilaian, serta merasakan dan berfikir untuk memutuskan apa yang akan dilakukan kemudian.

Pemilihan karir yang semula dilakukan dengan mempertimbangkan aspek kemampuan diri, bakat, minat dan pertimbangan orang tua kini beralih menjadi keputusannya sendiri. Sesuai dengan perilaku generasi Z saat menggunakan media sosial yang cenderung mudah mencari tahu sendiri bagaimana cara menggunakan sesuatu tanpa perlu diajari atau menunggu perintah dari orang yang lebih dewasa, mereka cenderung lebih memanfaatkan jejaring sosial untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.

Berdasarkan fenomena tersebut peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh

Konten Channel YouTube Nihongo Mantapu Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z”

### Hipotesis Penelitian

Menurut Kriyantono hipotesis merupakan pernyataan yang menjembatani dunia teori dengan dunia empiris.<sup>5</sup> Jika hipotesis benar maka hipotesis diterima (hipotesis alternatif) yang diberi notasi  $H_a$ , jika hipotesis salah maka hipotesis diberi notasi  $H_0$  (Hipotesis nol). Dalam penelitian ini dirumuskan hipotesis sebagai berikut :

$H_0$  : Konten Youtube Channel Nihongo Mantaputidak memberikan pengaruh pemilihan karir Generasi Z

$H_a$  : Konten Youtube Channel Nihongo Mantapu memberikan pengaruh positif terhadap pemilihan karir Generasi Z

### Batasan Masalah

#### 1. Pengaruh

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dinyatakan bahwa pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.<sup>6</sup>

#### 2. Konten

Informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Dalam penelitian ini konten mengacu

pada sekumpulan video yang ada di channel YouTube Nihongo Mantappu milik Jerome Polin Sijabat.

#### 3. Channel

Channel adalah kanal atau saluran informasi (sumber) dari nama pengguna di media sosial YouTube

#### 4. YouTube

YouTube adalah situs web video *sharing* (berbagi video) dimana para penggunanya dapat memuat, menonton dan berbagi tayangan konten video. Interaksi sosial yang terjadi dalam media sosial YouTube adalah dengan melalui konten yang disampaikan dengan bentuk audio visual.

#### 5. Nihongo Mantappu

Nama channel YouTube milik Jerome Polin Sijabat. Seorang mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan di Waseda University, Jepang.

#### 6. Pemilihan Karir

Pemilihan karir merupakan suatu proses pengambilan keputusan atas pengetahuan yang sudah diperoleh dari fakta dan imajinasi tentang karir masa depan yang akan dicapai.

Pemilihan karir yang dilakukan oleh siswa (Generasi Z) adalah sebuah proses menentukan dan melakukan pengambilan

Available at:  
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>  
*e-issn* : 2722-9025

keputusan tentang hal-hal yang disukainya sesuai dengan bakat, minat dan kemampuannya untuk mengetahui karir yang cocok bagi siswa dalam mempersiapkan diri dalam menghadapi dunia kerja yang sesungguhnya.

#### 7. Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir setelah kemunculan internet yaitu periode tahun 1997 – tahun 2010. Kemunculan internet menjadisebuah fenomena besar yang banyak mempengaruhi aspek kehidupan Generasi Z. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan Generasi Z adalah siswa-siswi SMA Negeri 1 Bangsal Kabupaten Mojokerto.

### KAJIAN PUSTAKA

#### *Teori New Media*

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin maju memberikan banyak perubahan besar dalam kehidupan masyarakat tak terkecuali dengan perkembangan media massa. Kemunculan komputer, internet dan berbagai perangkat digital lainnya yang bersifat interaktifditengarahi sebagai awal dari kemunculan *new media* atau media baru. Dennis McQuail dalam

bukunya yang berjudul “Komunikasi Massa Edisi 6” menyebutkan istilah “media baru” (*new media*) telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang.<sup>7</sup>Dalam bukunya, Denis McQuail tidak menjelaskan secara gamblang mengenai definisi *new media* hanya menggambarkan konsep-konsep *new media* dari beberapa ahli seperti Livingstone dalam Dennis McQuail menjelaskan : “apa yang baru mengenai internet barangkali adalah kombinasi dari interaktivitas dengan ciri yang inovatif bagi komunikasi massa, jenis konten yang tidak terbatas,jangkauan khalayak, sifat global dari komunikasi”

Secara sederhana *new media* merupakan teori yang menggambarkan tentang transisi atau pergeseran media massa konvensional menuju media massa yang berbasis teknologi digital. Pergeseran yang dilakukan oleh media massa meliputi berbagai aspek dalam proses produksi sehari-hari seperti : proses pengaturan, distribusi, penerimaan sekaligus regulasi mereka. Situasi ini dikenal dengan istilah *konvergensi media*.

**Teori kredibilitas sumber / komunikator (*source credibility theory*)**

Teori kredibilitas sumber adalah sebuah teori yang dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelley ditahun 1953 dalam bukunya yang berjudul *Communication and Persuasion*. Konsep dari teori ini menjelaskan bahwa kredibilitas sumber atau komunikator menjadi faktor yang penting dalam mempengaruhi kepercayaan seseorang. Kredibilitas dalam arti yang sempit adalah dapat dipercaya namun dalam pengertian yang lebih luas kredibilitas adalah seperangkat persepsi atau penilaian komunikate tentang atribut diri atau sifat-sifat komunikator.<sup>11</sup> Semakin kredibel komunikator maka semakin besar pula dampak opini yang dihasilkan daripada komunikator dengan kredibilitas rendah.

Menurut Jalaluddin dalam bukunya Psikologi Komunikasi menjelaskan ada beberapa komponen yang mempengaruhi terbentuknya kredibilitas komunikator antara lain:

1. Keahlian (*expertise*)

Keahlian adalah kesan yang dibentuk komunikator tentang kemampuan komunikator dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan.

2. Kepercayaan (*truthworthiness*)

Kepercayaan adalah kesan audiens tentang komunikator

berkaitan dengan watak dan kepribadiannya. Komunikator dapat dipercaya adalah komunikator yang dianggap jujur, tulus, bermoral, adil, sopan atau etis.

3. Daya tarik (*attractiveness*)

Daya tarik (*attractiveness*) adalah salah satu faktor penting yang mendukung terbentuknya kredibilitas komunikator. Daya tarik yang dimaksud adalah daya tarik dari segi penampilan fisik (*physic*) dan juga daya tarik psikologi yang terdiri dari kesamaan (*similarity*), dikenal dari kesukaan (*familiarity*), atau kesukaan (*liking*).

### Teori ketergantungan media

Teori ketergantungan media (*dependency theory*) dikembangkan oleh Sandra Ball Rokeach dan Melvin L. De Fleur yang berasumsi bahwa semakin sering seseorang menggantungkan kebutuhannya untuk dipenuhi oleh penggunaan media maka semakin penting peran media bagi kehidupan orang tersebut.

Dalam teori ketergantungan media (*dependency theory*) menyatakan bahwa khalayak akan lebih bergantung pada media yang dapat memenuhi kebutuhannya dalam mendapatkan informasi atau tujuan tertentu. Selain itu adapun faktor lain yaitu perubahan sosial (kondisisosial) mempengaruhi kebutuhan dan minat masyarakat akan pemenuhan

Available at:  
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>  
e-issn : 2722-9025

informasi, misal : orang pada situasi krisis dan bergejolak akan lebih membutuhkan informasi daripada saat kondisi sosial stabil.

Dalam kehidupan sehari-hari siswa (generasi Z) media sosial dianggap menjadi satu-satunya cara untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Media sosial membuat mereka merasa seolah tidak bisa hidup tanpa bantuannya dengan terus mencari kepuasan dan melakukan apa saja untuk dapat mengakses informasi yang di dapat dari media.

**Teori belajar sosial (*social learning theory*)**

Teori belajar sosial (*observational learning*) adalah sebuah teori yang menggambarkan perubahan perilaku manusia yang diperoleh dari pengaruh lingkungan. Teori yang dikemukakan oleh Bandura ini memiliki prinsip dasar bahwa yang dipelajari individu terutama dalam belajar sosial dan moral terjadi melalui peniruan (*imitation*) dan penyajian contoh perilaku (*modeling*). Individu memiliki kecenderungan untuk meniru sikap dan perilaku yang diamatinya dan stimuli yang kemudian dijadikan teladan untuk perilakunya tidak hanya lingkungan tempat tinggal individu saja.

**Generasi Z (Perbedaan generasi)**

Teori generasi pertama kali diungkapkan oleh sosiologis Karl Mannheim dalam essainya yang berjudul "*The Problem of Generations*" pada tahun 1952. Penelitian ini dilakukan oleh Mannheim atas dasar untuk melakukan pengembangan penelitian sosiologi generasi di tahun sebelum- sebelumnya. Menurut Mannheim generasi adalah sekelompok individu yang memiliki rentang usia yang sama atau separtaran dan mereka memiliki pengalaman historis dalam jangka waktu yang sama. Individu yang sama dapat dikatakan satu generasi apabila memiliki kesamaan tahun lahir dan pernah merasakan fenomena peristiwa historis dalam kurun jangka waktu yang sama.<sup>24</sup> Kesamaan merasakan fenomena yang sama ini dipercaya akan menimbulkan ingatan tersendiri yang kemudian berpengaruh terhadap pembentukan nilai, karakter dan kepribadian dari setiap individu.

TABEL 2. 3 PERBEDAAN GENERASI MENURUT BENCSIK, CSIKOS DAN JUHEZ (2016)

Tahun Kelahiran	Nama Generasi
1925 – 1946	Veteran Generation
1946 – 1960	Baby Boom Generation
1960 – 1980	X Generation
1980 – 1995	Y Generation
1995 – 2010	Z Generation
2010+	Alfa Generation

Sumber : Teori Perbedaan Generasi oleh Putra (2016)

## **METODE PENELITIAN**

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif yaitu menggunakan data / angka untuk melakukan pengukuran atas fenomena sosial dengan melakukan penjabaran komponen masalah dan bertujuan untuk mengetahui pengaruh atau hubungan antara dua variabel atau lebih. Jenis penelitian yang dilakukan adalah eksplanatif, yaitu penulis melakukan pengujian dengan mengaitkan satu variabel dengan variabel lainnya sebagai hubungan sebab akibat. Serta menguji dan mencari tahu adakah pengaruh antara konten channel YouTube Nihongo Manttapu sebagai variabel X atau variabel *independent* dan perencanaan pemilihan karir generasi Z sebagai variabel Y atau *variabel dependent*.

## **PEMBAHASAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti yaitu mengenai Pengaruh Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu terhadap Pemilihan Karir Generasi Z penulis mendapatkan hasil penelitian yang sesuai dengan perumusan masalah sebagai berikut :

## **Pengaruh Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z**

Variabel Konten Channel Youtube memiliki unsur komunikasi seperti komunikator atau pembuat pesan dan pesan (isi konten) itu sendiri. Sebagai komunikator Jerome Polin harus memiliki kredibilitas untuk mempengaruhi kepercayaan penonton akan pesan-pesan yang akan disampaikan dalam setiap videonya.

Dari hasil penelitian ini diketahui bahwa sub variabel kredibilitas sumber (komunikator) memiliki nilai positif dimana keahlian (kemampuan), kepercayaan, dan daya tarik komunikator seperti (wajah, penampilan, ekspresi, gesture, kesamaan latar belakang, dan keterkenalan sumber) menjadi salah satu faktor penting mengapa siswa menonton Konten Channel YouTube Jerome Polin disamping sub variabel isi konten video. Sebagian besar siswa setuju bahwa isi konten YouTube Jerome Polin sangat informatif, menggunakan gaya bahasa yang mudah dipahami, menghibur, tema yang diangkat Jerome Polin pada masing-masing videonya sesuai dengan kebutuhannya dan tema yang diangkat Jerome Polin berbeda dengan Youtuber yang lain.

Berikutnya adalah variabel Pemilihan Karir Generasi Z yaitu suatu

proses pengambilan keputusan atas pengetahuan yang telah diperoleh baik dari fakta dan imajinasi tentang karir di masa depan. Dalam penelitian ini indikator yang digunakan oleh penulis ada minat, dukungan orang tua dan pengaruh teman sebaya. Mayoritas siswa mengaku mengakses konten vlog Jerome Polin karena memiliki minat yang sama, setelah menonton konten Jerome siswa/i termotivasi untuk lebih mengembangkan minat dibidang apapun, mereka memiliki cita-cita atau karir sesuai dengan minatnya dan timbul perasaan senang setelah menonton konten Jerome. Selain itu sebagian besar siswa juga menyetujui faktor dukungan orang tua menjadi salah satu faktor yang penting dalam memutuskan pemilihan karir.

Orang tua memiliki keterlibatan besar dalam pemilihan karir siswa hal ini tentunya mengisyaratkan bahwa karakter Generasi Z yang menjadi responden tidak mengalami pergeseran dari generasi sebelumnya meskipun perilaku Generasi Z saat menggunakan media seperti mencari tahu sendiri bagaimana cara menggunakan sesuatu tanpa perlu diajari atau menunggu perintah dari orang yang lebih dewasa, mereka cenderung lebih memanfaatkan jejaring sosial untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Namun tetap

dukungan orang tua menjadi salah satu faktor yang penting dalam membuat sebuah pemilihan karir.

Pada hasil indikator teman sebaya siswa/i menyetujui bahwa teman selalu memberikan informasi yang dibutuhkan, memberikan motivasi atau mendorong mereka untuk giat belajar namun mereka tidak menyetujui bahwa mereka tidak setuju apabila memiliki karir atau cita-cita karena termotivasi dari teman, tidak setuju apabila kelak sepakat memilih universitas dengan jurusan yang sama dan menyetujui membuat pilihan yang berbeda dengan teman tidak merasa takut dikucilkan.

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi hubungan antara Pengaruh Konten YouTube Nihongo Manttapu Terhadap Pemilihan Karir Genetasi Z di SMAN 1 Bangsal adalah sebesar 0,444 hal ini menunjukkan adanya hubungan positif atau adanya korelasi hubungan searah dengan tingkat sedang karena berada pada nilai interval (0,40 – 0,599) dengan nilai probabilitas 0,000 atau < (lebih kecil dari) 0,05 sehingga bisa dikatakan hubungan kedua variabel tersebut dinilai signifikan. Hasil uji linear sederhana didapat  $Y = 30,218 + 0,386X$  atau nilai konstan sebesar 30,218 dan nilai variabel Konten Channel Youtube Nihongo Manttapu 0,386 yang artinya semakin positif dan baik Konten Channel

YouTube Nihongo Manttapu (X) maka semakin baik pula Pemilihan Karir Generasi Z. Sedangkan hasil dari uji t didapat  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dengandk (derajat keabsahan)  $n - k = 130 - 4 = 126$  adalah 1,978 jadi dapat ditarik kesimpulan  $t_{hitung} > t_{tabel}$  atau  $5,320 > 1,978$  artinya terdapat pengaruh antara Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu (X) terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Y).

### **Pengaruh Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu Melalui Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z**

Tingkat sosial ekonomi orang tua adalah salah satu faktor yang dapat mendukung dalam penelitian ini. Tingkat sosial ekonomi orang tua digunakan untuk mengetahui jumlah penghasilan orang tua setiap bulan dan jumlah uang saku yang diterima anak perbulan.

Jumlah penghasilan keluarga berbeda-beda tergantung dengan profesi dan besarnya kebutuhan atau pengeluaran masing-masing keluarga. Permasalahan ekonomi yang dialami keluarga akan sangat mempengaruhi kemampuan orangtua dalam memenuhi kebutuhan anak-anaknya. Seperti yang dikemukakan oleh Chotimah (2017) bahwa keluarga yang mempunyai status ekonomi yang baik, tentu akan memberi perhatian yang

baik pula pada pemenuhan kebutuhan sehari-hari dan akan memikirkan masa depan anak-anaknya.<sup>49</sup>Keterbatasan dana yang dimiliki oleh orangtua memungkinkan kurangnya pemenuhan kebutuhan akan faktor-faktor penunjang fasilitas belajar yang kurang memadai seperti contoh : pemenuhan kebutuhan kuota internet yang diberikan kepada anak baik itu melalui uang saku sehari-hari maupun penyediaan fasilitas lainnya.

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi hubungan antara Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua Terhadap Pemilihan Karir Genetasi Z di SMAN 1 Bangsal adalah sebesar 0,134 hal ini menunjukkan adanya hubungan positif atau adanya korelasi hubungan searah dengan tingkat sangat rendah karena berada pada nilai interval (0,00 – 0,199) dengan nilai probabilitas 0,129 atau  $>$  (lebih besar dari) 0,05 sehingga bisa dikatakan tidak ada hubungan kedua variabel tersebut dinilai signifikan. Hasil uji linear berganda didapat  $Y = 30,218 + 0,433X_1 + 0,121X_2 + 0,032X_3$  nilai konstan sebesar 30,218 dan nilai Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua 0,121 yang artinya semakin positif dan baik Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua (X2) maka semakin baik pula Pemilihan Karir Generasi Z. Sedangkan hasil dari uji t didapat  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi

Available at:

<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>

e-issn : 2722-9025

5% dengan dk (derajat keabsahan)  $n - k = 130 - 4 = 126$  adalah 1,978 jadi dapat ditarik kesimpulan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $1,530 < 1,978$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu (X) melalui Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Y). Ketidakadannya pengaruh dari faktor Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua setelah di analisa lebih lanjut hal ini disebabkan oleh mayoritas responden atau siswa/i SMA Negeri 1 Bangsal yang memanfaatkan fasilitas Wifi yang disediakan oleh pihak sekolah untuk melakukan akses di media sosial lainnya seperti Instagram, YouTube, Twitter pada jam istirahat sekolah. Mereka lebih memanfaatkan paket data internet untuk kepentingan mengakses aplikasi chatting online seperti Whatsapp dan Line.

### **Pengaruh Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu Melalui Frekuensi Menonton Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z**

Frekuensi menurut Rosengren dalam Kriyantono frekuensi adalah rutinitas atau berapa kali seseorang menggunakan media dan mengkonsumsi isi media. Besarnya frekuensi individu dalam mengakses sebuah media dapat

mempengaruhi seberapa besar individu tersebut dapat menerima dan menyerap informasi yang disampaikan oleh media. Dalam penelitian ini frekuensi dilibatkan sebagai variabel antara dimaksudkan untuk mengumpulkan data siswa tentang berapa kali menonton sebuah tayangan Channel YouTube Nihongo Manttapu dalam satu bulan. Hasil yang di dapat sebanyak 62% responden menonton sebanyak 1-3 kali dan sisanya menonton sebanyak 3-12 kali dalam sebulan. Jerome mengupload video dua kali setiap minggu pada hari (Senin dan Jumat).

Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi hubungan antara Menonton Konten YouTube Terhadap Pemilihan Karir Genetasi Z di SMAN 1 Bangsal adalah sebesar 0,111 hal ini menunjukkan adanya hubungan positif atau adanya korelasi hubungan searah dengan tingkat sangat rendah karena berada pada nilai interval (0,00 – 0,199) dengan nilai probabilitas 0,691 atau  $>$  (lebih besar dari) 0,05 sehingga bisa dikatakan tidak ada hubungan kedua variabel tersebut dinilai signifikan. Hasil uji linear berganda didapat

$Y = 30,218 + 0,433x_1 + 0,121x_2 + 0,032x_3 + e$  nilai konstan sebesar 30,218 dan nilai Frekuensi Menonton 0,032 yang artinya

semakin positif dan baik Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua (X<sub>2</sub>) maka semakin baik pula Pemilihan Karir Generasi Z.

Sedangkan hasil dari uji t didapat  $t_{tabel}$  dengan taraf signifikansi 5% dengan dk (derajat keabsahan)  $n - k = 130 - 4 = 126$  adalah 1,978 jadi dapat ditarik kesimpulan  $t_{hitung} < t_{tabel}$  atau  $0,399 < 1,978$  artinya tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu (X) melalui Frekuensi Menonton terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Y). Ketidakadanya pengaruh dari faktor Frekuensi Menonton terhadap Pemilihan Karir Generasi Z dapat disebabkan karena faktor frekuensi bukanlah faktor utama dari alasan bagaimana individu dapat menerima dan menyerap informasi yang disampaikan namun pada faktor kredibilitas sumber dan isi konten (penyajian konten).

### **Pengaruh Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu Melalui Tingkat Ekonomi Orang tua dan Frekuensi Menonton Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z**

Konten Channel Youtube Nihongo Manttapu melalui Tingkat Sosial Ekonomi Orang tua dan Frekuensi Menonton berpengaruh secara simultan (bersama-sama) Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z. Berdasarkan hasil uji koefisien korelasi ketiganya menunjukkan adanya korelasi terhadap Variabel Y

Pemilihan Karir Generasi Z. Korelasi antara variabel X<sub>1</sub> menunjukkan tingkat Sedang, sedangkan variabel intervening tingkat sosial ekonomi orang tua dan frekuensi menonton menunjukkan tingkat sangat rendah. Sedangkan pada hasil Uji F diperoleh  $F_{hitung}$  sebesar 11,386 dengan tingkat signifikansi 0,000. Sedangkan  $F_{tabel}$  didapat dari perhitungan  $df_1 = k - 1 = (4 - 1 = 3)$ ,  $df_2 = n - k (130 - 3 = 127)$   $F_{tabel} dk 5\% = 2,68$

Oleh karena probabilitas jauh lebih kecil dari 0,05 ( $0,000 < 0,005$ ) dan  $F_{hitung}$  lebih besar dari  $F_{tabel}$  ( $11,386 > 2,68$ ) maka dapat dinyatakan bahwa variabel independen Konten Channel YouTube Nihongo Manttapu (X<sub>1</sub>) melalui Tingkat Sosial Ekonomi Orang Tua (X<sub>2</sub>) dan Frekuensi Menonton (X<sub>3</sub>) berpengaruh secara simultan (bersama-sama) terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Y).

## **PENUTUP**

### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis data yang telah dikemukakan oleh penulis mengenai “Pengaruh Konten Channel Youtube Nihongo Manttapu Terhadap Pemilihan Karir Generasi Z (Studi pada SMA Negeri 1 Bangsal, Kabupaten Mojokerto) penulis dapat menarik kesimpulan sebagai berikut :

1. Konten channel YouTube Jerome Polin berpengaruh terhadap

Available at:

<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>

*e-issn* : 2722-9025

- Pemilihan Karir Generasi Z dimana keahlian, kepercayaan dan daya tarik komunikator menjadi salah satu faktor penting mengapa Generasi Z menonton konten Channel YouTube Jeorme Polin disamping konten isi yang informatif dan menghibur. Mayoritas siswa mengaku mengakses konten channel YouTube Jerome karena memiliki minat yang sama, setelah menonton konten Jerome siswa termotivasi untuk lebih mengembangkan minat dibidang apapun, mereka memiliki cita-cita atau karir sesuai dengan minatnya dan selalu timbul perasaan senang setelah menonton konten Jerome.
2. Tingkat sosial ekonomi orang tua dan keterbatasan jumlah uang saku perbulan tidak mempengaruhi Generasi Z dalam mengakses Konten Jerome Polin. Hal ini disebabkan oleh mayoritas responden Generasi Z Siswa SMA Negeri 1 Bangsal yang memanfaatkan fasilitas Wi-fi yang disediakan oleh pihak sekolah untuk mengakses media sosial seperti Instagram, YouTube, Facebook, Twitter pada jam istirahat sekolah dan menggunakan paket data internet yang dimiliki hanya untuk kepentingan mengakses aplikasi chatting online seperti Whatsapp, Line dll.
  3. Frekuensi menonton konten Jerome Polin bukan menjadi faktor utama dari alasan bagaimana individu Generasi Z dapat menyerap informasi yang disampaikan namun lebih mengutamakan faktor kredibilitas sumber dan isi konten atau penyajian konten yang dilakukan.
  4. Konten Channel YouTube melalui tingkat sosial ekonomi orang tua dan frekuensi menonton berpengaruh secara bersama-sama (simultan) terhadap pemilihan karir Generasi Z sebesar 21,3% dan sisanya 78,7% dipengaruhi oleh faktor-faktor lain atau variabel lain yang tidak diteliti. Karena penelitian yang dilakukan di wilayah Kabupaten kota kecil dan memungkinkan untuk mendapat pengaruh lebih besar ketika penelitian dilakukan di Ibu kota / kota-kota besar karena mobilitas dan pengetahuan tentang dampak penggunaan media digital yang tinggi.
  1. Dari kesimpulan diatas maka dapat disimpulkan secara garis besar bahwa Konten Channel YouTube berpengaruh terhadap pemilihan karir

Generasi Z. Sebagian besar Generasi Z siswa SMA Negeri 1 Bangsal mengaku mendapatkan banyak informasi dari Konten Jerome Polin. Alasan mereka menonton didasari oleh minat dan prinsip yang sama dengan Jerome Polin. Setelah menonton Konten timbul perasaan termotivasi untuk lebih mengembangkan minatnya dibidang apapun.

### Saran

Sehubungan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulismaka adapun saran dari peneliti sebagai berikut :

1. Penulis mengharapkan semakin banyak konten-konten yang bermanfaat yang dapat ditemui di media sosial, sehingga penulis dan generasi muda yang lain dapat dengan mudah mendapatkan referensi informasi yang lebih bervariasi. Mengingat dewasa ini media sosial selain digunakan sebagai media komunikasi juga sebagai media pencarian informasi.
2. Penulis menyadari bahwa banyak kekurangan dalam penelitian ini diharapkan kepada peneliti lain untuk lebih mengembangkan penelitian ini dengan menggunakan metode penelitian lain menambah variabel dan indikator-indikator lain.
3. Kepada masyarakat atau orang tua

penulis berharap agar lebih mengenal dan memperhatikan perbedaan generasi beserta karakteristiknya orang tua mampu mendidik dan mengarahkan anak-anaknya untuk memanfaatkan media sosial dengan baik yaitu untuk menunjang keperluan belajar yang bermanfaat bagi masa depan.

4. Untuk Jerome Polin dan YouTuber lain sebagai komunikator dan *influencer* diharapkan mampu menambah variasi konten-konten lain yang bersifat positif dan bernilai edukasi sehingga dapat menjadi contoh yang baik bagi generasi-generasi muda selanjutnya.

### DAFTAR PUSTAKA

#### BUKU

- Bencsik, A. C. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 8(3) , 90-106.
- Chotimah, N. L. (2017). Pengaruh Status Sosial Ekonomi Orang tua terhadap Belajar Siswa. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Vol 11*, halaman 75.
- Dariyo, A. (2004). Perencanaan dan Pemilihan Karir Sebagai Guru dan Dosen Pada Dewasa Muda. *Jurnal Provitae* , 54-58.
- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS*. 2. Semarang:BPFE Universitas Diponegoro.

Available at:  
<http://ejurnal.unim.ac.id/index.php/pawitrakomunika>  
e-issn : 2722-9025

- Hamidati, A. (2011). *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: MataPadiPressindo.
- Hariyanto, S. Dalam W. J. Severin. (2009). *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan di dalam Media Massa* (hal. 330-331). Jakarta: Kencana.
- Hastuti, W. W. (2006). *Bimbingan dan Konseling di Institut Pendidikan*. Jakarta: PT. Grasindo.
- Hovland, C. J. (1953). *Communication and Persuasion*. New Heaven: Yale University Press.
- Jalaluddin, R. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Jalaluddin, R. (2015). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Kriyantono, R. (2006). *Tekhnik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT. Kencana Perdana.
- Kriyantono, R. (2010). *Tekhnik riset komunikasi : disertai contoh praktis media, publicrelation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana.
- Mannheim, K. (1952). The Problem of Generations. *Essays on the Sociology*, 24(19).
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa Edisi 6*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Prezky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. *MBC University Press*, 1-2.
- Putra, Y. S. (2016). Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi. *STIE AMA Salatiga, Among Makarti Vol.9 No. 18*, 25.
- R Purnomo Setiady Akbar, H. U. (2006). *Pengantar Statistika*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Rafiq, M. (2012). Dependency Theory (Melvin L. DeFleur dan Sandra Ball Rokech). *Jurnal HIKMAH Vol. VI No.01*, 01-13.
- Ramadhani, D. (2016). *Pemanfaatan Situs Youtube sebagai Sumber Belajar Pada Pembelajaran Bahasa Indonesia di SMA Panjura Malang*. Malang: Record and Library.
- Samosir. F.T, P. D. (2008). *Efektifitas Youtube Sebagai Media*. Record and Library Journal.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, d. (2002). *Teori Komunikasi*. Tangerang Selatan: Universitas Terbuka.
- Sianipar, A. P (2013). *Pemanfaatan Youtube Dikalangan Mahasiswa Medan*: Universitas Sumatera Utara.
- Silvia, F. (2015). Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. *Jurnal Interaksi, Vol.4 (1)*, 1-10.
- Slamet. (2010). *Belajar dan faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Sugiyono. (2002). *Metode Penelitian Administrasi*. Bandung: CV Alfabeta.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Pendidikan (Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Sukardi, D. K. (1987). *Bimbingan Karier di Sekolah-sekolah*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Uno, H. (2012). *Teori Motivasi & Pengukurannya*. Jakarta: Bumi Aksara.

#### Sumber Internet :

Akun YouTube Jerome Polin Sijabat

<https://www.youtube.com/nihongomantappu/> diakses pada 16 Juni 2019 pukul 14.00 WIB