



ANALISIS ISI KANAL YOUTUBE USS (URBAN SNEAKERS SOCIETY) FEED TAHUN 2019

Immanuel Hasintongan¹
Dr. Imam Nuraryo S. Sos., M.A. (Comms).

ABSTRACT

As information technology develops from year to year, with the current era smartphones are created with many capabilities. At this time, humans using smartphones are part of their needs and help live their daily lives. In this study, the theory used by researchers is agenda setting theory. This theory explains in determining how the media influence audiences. Agenda setting has a function for the mass media, namely how the mass media selects and emphasizes certain issues because these issues will be important by the public. In this study, researchers used quantitative analysis research methods, with descriptive-quantitative research type. The descriptive quantitative content analysis method is a research that describes and describes the current state of the research object based on facts. After performing the analysis using the syntactic content analysis unit and the referential content analysis unit using a coding sheet. From the results of the coding sheet, the next examiner. To recalculate the frequency with which the author will count words from video views. Researchers can conclude as follows. It can be shown that the 2019 USS Feed YouTube channel has a tendency of messages, words and sentences to the world of fashion in the metrosexual lifestyle of young people.

Keywords: content analysis, youtube, new media, outfit, agenda media, USS Feed.

ABSTRAK

Seiring berkembangnya teknologi informasi dari tahun ke tahun, dengan era sekarang ini smartphone di ciptakan dengan banyak kemampuan. Pada saat ini manusia menggunakan smartphone adalah bagian dari kebutuhan dan membantu menjalani kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini teori yang digunakan oleh peneliti adalah teori agenda *setting*. Teori ini menjelaskan dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Agenda *setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian analisis isi kuantitatif, dengan jenis penelitian deskriptif-kuantitatif. Metode analisis isi kuantitatif deskriptif merupakan penelitian yang menggambarkan dan melukiskan keadaan objek penelitian pada saat sekarang sebagaimana adanya berdasarkan fakta-fakta. setelah melakukan analisis dengan menggunakan unit analisis isi sintaksis dan unit analisis isi referensial dengan menguji menggunakan lembar coding. Dari hasil lembar coding maka pengujian selanjutnya. Untuk menghitung kembali frekuensi jumlah kata makan penulis akan menghitung kata dari tayangan video. peneliti dapat menyimpulkannya sebagai berikut. dapat disimpulkan bahwa kanal youtube USS Feed tahun 2019 memiliki kecenderungan pesan, kata dan kalimat ke dunia fashion dalam gaya hidup metroseksual anak muda.

Kata kunci: analisis isi, youtube, new media, gaya berpakaian, agenda media, USS Feed.

¹ Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie. Jl. Yos Sudarso Kav.87, Sunter, Jakarta Utara 14350. nueljuntak9@gmail.com



Pendahuluan

Berkembangnya teknologi informasi dari tahun ke tahun, dengan era sekarang ini smartphone di ciptakan dengan banyak kemampuan untuk mendapatkan kepuasan dari pemilik smartphone tersebut dan tak luput dari penggunaan pada saat ini manusia menggunakan smartphone adalah bagian dari kebutuhan dan membantu menjalani kehidupan sehari-hari. Efisien waktu, tenaga dan jarak itu adalah beberapa alasan bagian pengguna smartphone, serta kontribusi smarphone bisa memudahkan dalam setiap pekerjaan apapun. Dampak positif inilah membuat penggunaan smartphone semakin gencar dimana-mana dan dalam kondisi apapun smartphone bisa memberikan kabar kejadian atau situasi hangat informasi saat ini, kegiatan mengirim gambar atau video, berbelanja bahkan berhubungan dengan banking yang semua dapat di gunakan dengan berbasis internet.

Sementara data Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan kenaikan jumlah pengguna internet di Indonesia. Dalam 15 tahun terakhir (2002 – 2017) terjadi kenaikan pengakses internet dari 4,5 juta warganet menjadi 145 juta warganet. Ada yang menarik dari kebiasaan warganet itu dengan merujuk data APJII 2016. Yakni, motivasi warganet Indonesia dalam mengakses internet (dalam jawaban terbukanya) yang tertinggi ternyata bukan akses. Data yang di dalam pengguna internet di Indonesia tercatat mengalami peningkatan di tahun 2018 lalu.

Seluruh pengguna internet di Indonesia, diketahui mayoritas yang mengakses dunia maya adalah masyarakat dengan rentang usia 15 hingga 19 tahun. Hasilnya, menurut Henri dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia, ada sebanyak 171,17 juta jiwa atau sekitar 64,8 persen yang sudah terhubung ke internet. Perkembangan teknologi membawa banyak perubahan pada kehidupan manusia jaman modern. Akses informasi menjadi semakin cepat, pekerjaan semakin mudah dilakukan, belajar menjadi lebih mudah, dan berbagai keunggulan lainnya.

Salah satu jenis media massa baru karena perubahan teknologi adalah adanya new media. Blog, website atau laman berita khusus, video streaming, dan berbagai media lain yang dapat mentransfer informasi dengan mudah ke mana pun. YouTube adalah salah satu nya, pada jaman sekarang youtube menjadikan new media yang bisa menjadi salah satu pusat kebutuhan audience dalam mendapatkan kepuasan. Youtube sebuah media berbagi video yang populer dimana user dapat menonton berbagi klip video. Tidak terdapat batasan waktu dan jumlah data untuk mengunggah video kedalam situs ini.

Informasi yang ingin mereka dapatkan dengan tampilan audio visual yang menarik hingga informasi yang secara lengkap, rinci dan jelas. Hanya menggunakan smartphone yang terkoneksi dengan internet, maka dapat mengakses Kanal Youtube *USS (Urban Sneakers Society) Feed* dan menikmati sejumlah informasi yang telah dikemas dengan menarik. Adanya konten tayangan yang terpenuhi didalam masyarakat secara sadar maupun tidak, bahwa kini di era penggunaan internet saat ini memiliki kemampuan untuk segala golongan masyarakat telah bergantung memenuhi kebutuhan akan informasi dan hiburan yang mereka minati. Terlebih kini masyarakat sudah cerdas dalam memilih informasi produk apa yang akan mereka inginkan dengan pencarian video di *Youtube*.

Aspek yang ingin saya teliti yang ada di dalam tayang kanal *Youtube USS Feed* tahun 2019, kecenderungan pesan, kata, visual dan makna dalam kalimat tersebut akan mewakili suatu gambaran bahwa dalam channel ini mempunyai pandangan dengan gaya hidup metroseksual serta berbincang dan turut menghadirkan beberapa bintang tamu dari public figure atau penggiat bisnis dibidang *fashion*. Dengan demikian, peneliti ingin melihat bagaimana kecenderungan pesan, kata, visual dan makna dalam kalimat dalam tayangan kanal *Youtube USS Feed* tahun 2019. Maka berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk

melakukan sebuah penelitian berjudul :
“Analisis isi kanal *Youtube USS (Urban Sneakers Society) Feed* tahun 2019”.

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan: Bagaimana analisis isi dari kanal *Youtube USS Feed* tahun 2019 dapat mewakili gaya hidup metroseksual untuk anak muda dalam mengimplementasikan gaya berpakaian. Sedangkan tujuan daripada penelitian ini, terdapat tiga tujuan yaitu untuk mengetahui kecenderungan pesan dalam kanal *youtube USS Feed* tahun 2019 dapat mewakili gaya hidup metroseksual dalam mengimplentasikan gaya berpakaian. Kedua, untuk mengetahui kecenderungan pesan dalam kanal *youtube USS Feed* tahun 2019 dapat mewakili gaya hidup metroseksual dalam mengimplentasikan gaya berpakaian dengan unit analisis isi sintaksis. Ketiga, untuk mengetahui kecenderungan pesan dalam kanal *youtube USS Feed* tahun 2019 dapat mewakili gaya hidup metroseksual dalam mengimplentasikan gaya berpakaian dengan unit analisis isi referensial.

Teori Agenda Setting

Teori Agenda *Setting* telah memainkan peran penting dalam menentukan bagaimana media mempengaruhi khalayak. Dalam beberapa tahun terakhir, agenda setting telah memegang bahwa agenda-item media dianggap penting-identik dengan agenda publik, atau apa yang dianggap khalayak penting. Agenda *setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk memengaruhi agenda publik. Khalayak akan menganggap isu itu penting karena media menganggap isu itu penting juga (Kriyantono, 2063: 224).

Dalam teori agenda setting di bagi menjadi tiga dimensi yaitu agenda media adalah visibilitas, jumlah dan tingkat menonjolnya berita, Tingkat menonjol bagi khayalak

(audiance salience), yakni relevansi isi berita dengan kebutuhan khayalak, Valensi, yakni menyenangkan atau tidak menyenangkan cara pemberitaan bagi suatu peristiwa. Kedua, Agenda public yaitu keakraban, yakni derajat kesadaran khayalak akan topik tertentu, penonjolan pribadi, yakni relevansi kepentingan individu dengan ciri pribadi, kesenangan, yakni pertimbangan senang atau tidak senang akan topik kita. Ketiga, Agenda kebijakan yaitu dukungan (support), yakni kegiatan menyenangkan bagi posisi suatu berita tertentu, kmungkinan kegiatan, yakni kemungkinan pemerintah melaksanakan apa yang diibaratkan, kebebsasan bertindak, yakni nilai kegiatan yang mungkin dilakukan pemerintah. Dalam penjelasan teori agenda setting yang diatas, peneliti mengaitkan teori dengan dimensi agenda media dan agenda publik dalam hasil tayangan kanal *youtube USS Feed* tahun 2019.

Komunikasi Interaktif dan *New Media*

Komunikasi interaktif adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan antara komunikator dengan komunikannya secara langsung dengan melibatkan suatu aksi dan tanggapan secara langsung baik melalui saluran media maupun secara tatap muka. Interaktif sendiri memiliki pengertian sebagai suatu jenis tindakan atau aksi yang terjadi ketika dua atau lebih memberikan efek atau memengaruhi satu sama lainnya.

Jenis komunikasi dua arah yang digunakan bersifat lebih interaktif (tidak pasif). Berbeda dengan komunikasi interpersonal, komunikasi interaktif dapat terjadi dari komunikator yang berjumlah lebih dari satu kepada komunikan yang jumlahnya banyak. Salah satu contohnya yaitu seperti membuka chat room di jejaring sosial yangt melibatkan lebih dari satu orang di mana semuanya memungkinkan menjadi komunikatornya.

Teknologi *new media* (media baru) mempromosikan perubahan media dan karakteristik Internet sebagai teknologi jaringan konvergen digital media yang sekarang telah beragam bentuk media seperti ponsel atau

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBILKKG.

Smartphone, *e-books* dan televisi *digital*. Media baru ini juga dianggap sebagai media *digital*. Media *digital* terbentuk dari konten media yang menggabungkan dan mengintegrasikan data, teks, suara, dan media baru ini juga dianggap sebagai media digital. Media baru ini merupakan media yang terdiri dari teknologi berbasis komputer, seperti Internet, *e-mail*, dan televisi *digital*.

Menurut McLuhan dalam tulisan Okwor Nicholas (2005:5) yang berjudul *New Media and Marshal McLuhan*, menjelaskan bahwa definisi dari media baru memiliki kesamaan dengan definisi dari penulis lain. Beberapa menggambarkan media baru sebagai kemampuan untuk menggabungkan teks, audio, video digital, media interaktif, virtual reality, web, email, chatting, ponsel, aplikasi komputer, dan setiap sumber informasi diakses oleh komputer pribadi. Menurut pandangan Ronald Rice (1984), mengambil kesimpulan, bahwa New Media pada masa sekarang ini sudah sangat membantu kita sebagai Internet user, namun New Media bisa bermanfaat jika kita menggunakannya sesuai dengan norma-norma yang berlaku.

YouTube

YouTube adalah situs portal video yang sering diakses para pengguna internet, juga mempunyai fitur berbagi video (*video sharing*) sehingga dapat dilihat oleh siapapun yang mengklik video tersebut. Terdapat didalamnya berbagai macam video seperti *tutorial*, video musik, berita dan lain-lain.

Walaupun penonton tidak mendaftarkan akunnya, mereka tetap juga bisa melihat postingan video pada situs yang sangat sering diakses oleh masyarakat sekarang ini. Seiring perkembangannya, peran *YouTube* bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuat konten sampai pengiklan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan para pengguna internet di seluruh dunia.

YouTube adalah teknologi yang dihasilkan *New Media* komunikasi yang

mengacu pada konten yang bisa diakses kapan saja, pada setiap perangkat *digital*, serta memiliki kemampuan untuk dilakukannya interaksi antara pemberi informasi dan penerima informasi melalui kolom komentar, dan dimungkinkannya partisipasi kreatif dari berbagai pihak.

Metode Penelitian

Dalam bab ini peneliti akan menjabarkan metologi penelitian yang akan digunakan untuk mendapatkan data-data yang berkaitan dengan penelitian yang ingin di teliti. Peneliti akan menjelaskan mengenai objek penelitian, desain metode penelitian, variable penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengambilan sampel, teknik analisis data yang dipakai oleh peneliti.

Objek Penelitian

Pada objek penelitian ini adalah isi tayangan kanal youtube *USS (Urban Sneakers Society)* tahun 2019, Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan, biasa juga ditambahkan dengan hal-hal lain jika dianggap perlu. Sedangkan menurut Sugiyono (2009:38), objek penelitian adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang mempunyai variasi tertentu yang ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Pemilihan obyek berdasarkan dasar-dasar ilmiah, yaitu diantara lain bahwa anak muda sering mengakses *YouTube*. Selain itu ditemukan beberapa dari mereka yang mengikuti *trend* berpakaian sehingga kanal *YouTube USS feed* dapat memberikan informasi yang berhubungan dengan *outfit*.

Desain Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Menurut Kriyantono (2010: 55) penelitian kuantitatif adalah penelitian yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Penelitian kuantitatif tidak terlalu mementingkan kedalaman data atau analisis.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Analisis isi kuantitatif adalah analisis yang dipakai untuk mengukur aspek-aspek tertentu dari isi yang dilakukan secara kuantitatif Menurut Eriyanto (2011: 01). Prosedurnya adalah dengan jalan mengukur dan menghitung aspek dari isi (*content*) dan menyajikannya secara kuantitatif. Analisis isi (kuantitatif) hanya memfokuskan dengan bahan yang tersurat atau bentuk *visual* saja.

Unit analisis adalah sesuatu yang akan dianalisis. Jika survei, unit analisis adalah individu atau kelompok individu, sedangkan analisis isi unit analisisnya yang digunakan untuk menganalisis adalah teks, pesan atau medianya sendiri. Penelitian ini menggunakan unit analisis sintaksis dan unit referensial. Namun, secara umum ada beberapa unit analisis dalam analisis isi, yaitu: unit analisis isi fisik, unit analisis isi tematik, unit analisis isi sintaksis, unit analisis isi referensial, unit analisis isi proposional. Dalam penelitian ini penulis menggunakan unit analisis isi sintaksis dan unit analisis isi referensial.

Variabel Penelitian

Konsep yang digunakan dalam penelitian sosial (dalam hal ini analisis isi) belum dapat diteliti secara empiris karena belum menunjuk pada fakta. Agar konsep dapat diteliti secara empiris harus dirubah dari tingkat konseptual ke empiris, konsep harus diubah menjadi variabel. Variabel secara sederhana dapat didefinisikan sebagai konsep yang memiliki variasi (dua atau lebih) nilai. (Eriyanto, 2011:182).

Begitu juga dengan kanal youtube USS Feed, durasi dalam setiap tayangan berbeda-beda tergantung dengan isi pesan apa yang ingin disampaikan. Dalam kanal youtube, setiap tayangan memiliki pembawa acara, tujuan pembawa acara adalah menjembatani informasi kepada penonton. Isi pesan dalam kanal youtube USS Feed memiliki kecenderungan penayangan video tersebut dapat mewakili gaya hidup metroseksual anak muda dalam mengimplementasikan gaya berpakaian selama

tahun 2019. Point ini yang akan diteliti oleh peneliti.

Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan teknik pengumpulan atau pengambilan data dengan melakukan observasi pada kanal youtube USS feed tahun 2019. Dimana observasi itu sendiri merupakan proses pengumpulan data dengan melakukan pengamatan terhadap obyek yang akan diteliti. Observasi dilakukan peneliti dengan mengikuti dan mengamati tayangan kanal youtube USS Feed. Peneliti juga akan melakukan koding terhadap penyampaian teks, dan informasi yang berhubungan dengan gaya hidup anak muda metroseksual. Dalam pengumpulan data ini, peneliti dibantu oleh dua peng-coder yang sudah terpilih oleh peneliti.

Adapun indikator untuk penyusunan data dalam penelitian ini yaitu mengelompokkan beberapa ciri yang membedakan dalam penyampaian pesan dalam tayangan yang membahas gaya hidup metroseksual dalam berpakaian.

Teknik Pengambilan Data

Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah pengambilan sampel random sederhana. Yang dimaksud nonprobabilitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak) (Kriyantono 2014:158).

Pada penelitian ini, populasi berjumlah 115 video pada unggahan sepanjang tahun 2019 dalam kanal Youtube USS Feed. Maka sample yang berhasil di ambil dengan jumlah 89. Dengan metode rumus slovin.

Teknik Analisis Data

1. Uji Validitas

Menurut Sugiyono (2017:168), valid berarti instrumen yang kita gunakan dapat dipakai untuk mengukur apa yang seharusnya diukur. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan validitas dengan membagikan kuesioner bertujuan untuk menguji validitas

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Intrumen yang akan digunakan pada lembar coding terkait dengan isi channel youtube USS Feed. Kuesioner ini disusun dengan skala likert 1-5 yang biasa digunakan sehingga responden diharapkan tidak mengalami kesulitan dalam menjawab dan juga memudahkan analisis. Setiap pertanyaan menggunakan skala 1 sampai 5 untuk mendapatkan rentang jawaban sangat setuju hingga sangat tidak setuju.

2. Uji Reliabilitas Antar Coder

Dalam perhitungan reliabilitas membutuhkan dua atau lebih orang coder. Masing-masing coder akan diberi alat ukur (lembar coding) dan diminta untuk menilai sesuai dengan petunjuk dalam lembar coding. Hasil dari pengisian coder itulah yang diperbandingkan, dilihat berapa persamaan dan berapa pula perbedaannya. Untuk uji reliabilitas, peneliti dibantu oleh dua orang coder (orang yang melakukan pengkodean) dalam pengkodean data penelitian. Hal ini dilakukan untuk menjaga reliabilitas dalam pengkategorisasian. Untuk menghitung persetujuan dari hasil penelitian para coder, peneliti menggunakan formula Holsti (Eriyanto, 2011:290)

3. Uji Chi Square

Penelitian ini menggunakan pengujian hipotesis univariat. Secara teknis, data terkumpul perlu dianalisis untuk disajikan menjadi suatu hasil penelitian. Analisis data merupakan bagian yang sangat penting dalam metode ilmiah, karena dengan analisis data tersebut dapat diberi arti makna yang berguna dalam memecahkan masalah penelitian. Analisis data secara kuantitatif dengan statistik uji beda Chi Square. Chi Kuadrat (atau disebut juga chi square adalah teknik statistik yang dipakai untuk melakukan uji beda.

Chi square hanya digunakan jika skala datanya adalah nominal. Chi square dapat digunakan untuk menguji perbedaan dua sampel independen, dan lebih dari dua

sampel, baik berpasangan maupun independen (Eriyanto, 2011: 329)

Hasil dan Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan dengan metode penelitian analisis isi menggunakan 2 unit yaitu unit analisis isi sintaksis dan referensial. Peneliti bertujuan menggunakan 2 unit ini ingin membuktikan bahwa penilaian kata yang muncul menjadi nilai yang objektif tidak hasil pemikiran sendiri oleh peneliti.

Reliabilitas antar coder memiliki perbedaan dan jumlah kata terbanyak yang didapat yaitu kata yang berhubungan dengan fashion dari 89 *sample* tayangan selama tahun 2019 yang sudah diklasifikasikan dan menghitung frekuensi jumlah katanya.

Dari hasil frekuensi kategori kata dalam bidang *fashion* menghasilkan kecenderungan kata dan makna pesan terbagi 4 yaitu, kata “*outfit*”, “*brand*”, “*bawahan/sneakers*” dan “*produk lokal*” dari masing-masing unit analisis. Hasil dari pengujian chi square dengan membandingkan antar kata, maka pengambilan keputusan menurut singgih santoso (2014 : 222) dengan cara melihat pada tabel output “chi square test” lalu menggunakan nilai Asymp. Sig. (2-sided) > 0,05, maka artinya H_0 diterima dan H_a ditolak, maka penelitian ini berhasil membuktikan hipotesis yang menyatakan tidak ada perbedaan hubungan antar kata dalam kanal *youtube USS (Urban Sneakers Society) Feed* tahun 2019.

Dari hasil penelitian yang didapatkan, dengan menggunakan metode penelitian analisis isi hasil dari penelitian berhubungan dari dasar teori agenda setting, bahwa kata dalam pesan media mempunyai kemampuan mentransfer isu untuk memengaruhi agenda publik. Media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak dalam bentuk penyampaian pesan dari pembawa acara pada kanal *youtube USS Feed*. Dalam penelitian ini, jenis media yang digunakan adalah *YouTube*, jelas banyak sekali orang-orang sekitar kita yang sering mengakses

YouTube dalam hal, hiburan, informasi maupun pendidikan.

Agenda *setting* memiliki fungsi bagi media massa yakni bagaimana media massa memilih dan menekankan pada isu-isu tertentu karena isu-isu itu akan dianggap penting oleh khalayak (Kriyantono, 2006: 224). Atas dasar model dari agenda *setting* dalam penelitian ini model agenda *setting* dapat diukur melalui analisis isi. Pada dimensi yang terdapat pada model agenda *setting*, penelitian ini lebih sesuai dengan dimensi model agenda media dapat mempengaruhi agenda publik. Karena dalam mengukur agenda media dapat dijabarkan bahwa tayangan pada kanal youtube USS feed tahun 2019 jumlah tingkat frekuensi menonjolnya berita yaitu dalam bidang *fashion*. Dengan pernyataan tersebut bahwa tayangan pada kanal youtube USS *Feed* tahun 2019 mempengaruhi kesadaran anak muda yang berkeinginan gaya hidup metroseksual akan tayangan tertentu seperti pada bidang *fashion* dalam berpakaian.

Penutup

Setelah melakukan analisis isi kanal youtube USS *Feed* tahun 2019, peneliti dapat menyimpulkan sebagai berikut. Bahwa dari analisis isi deskriptif ini menggunakan unit analisis isi sintaksis dan unit analisis isi referensial dengan tahapan mengisi lembar coding, dapat disimpulkan bahwa kanal youtube USS *Feed* tahun 2019 memiliki kecenderungan pesan, kata dan kalimat kedua *fashion* dalam gaya hidup metroseksual anak muda. Menurut data dari 89 tayangan sebagai sample frekuensi kata dalam kategori *fashion* hasil persentase unit analisis isi sintaksis dan referensial memiliki persentase lebih besar dibandingkan dengan kategori non-*fashion*.

Tahapan dalam metode penelitian analisis isi deskriptif ini, dari hasil pengujian chi square dengan membandingkan variable antar kata dalam bidang *fashion* pada kanal youtube USS *Feed*. Dengan uji chi square peneliti menyimpulkan bahwa hipotesis dalam penelitian ini “tidak ada perbedaan hubungan pesan dari antara unit analisis isi sintaksis

dengan unit analisis isi referensial” dengan pengujian chi square dalam program SPSS Statistic 22.

Dengan ini maka peneliti menyimpulkan bahwa kanal youtube USS *Feed* tahun 2019 lebih dominan menyangkan program yang berhubungan *fashion*. Jenis media yang digunakan adalah Youtube, jelas banyak sekali anak muda sekitar kita yang sering mengakses Youtube sebagai tontonan gaya gaya hidup metroseksual anak muda. Bagaimana youtube sebagai *new media* dapat menarik minat tontonan agar anak muda mengetahui apa yang menjadi pusat perhatian dalam gaya hidup, gaya berpakaian baik laki-laki maupun perempuan. Hal ini sesuai dengan nama kanal youtube yaitu USS (*Urban Sneakers Society*) *Feed*.

Saran

1. Saran Akademis

Pada penelitian ini tentu masih jauh daripada sempurna, sehingga peneliti ingin memberikan saran kepada peneliti berikutnya yang akan meneruskan atau menggunakan penelitian ini dikemudian hari. Peneliti juga berharap bahwa dikemudian hari, penelitian berikutnya dapat melakukan penelitian dengan lebih terperinci dan mendetail.

Pada penelitian berikutnya pun, peneliti dapat menggunakan metode penelitian analisis isi deskriptif yang sudah dikembangkan agar penelitian dapat mengikuti perkembangan penelitian ini. Dengan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk penelitian berikutnya yang tentu akan jauh lebih diperbaiki dan disempurnakan.

2. Saran Praktis

Sejauh ini kanal youtube USS *Feed* sudah banyak diperbincangkan terkait dengan tayangan berhubungan *fashion*. Penyampaian oleh pembawa acara dengan santai dan tidak formal membuat anak muda tertarik untuk menonton kanal youtube USS *Feed*. Oleh karena itu, melalui penelitian ini diharapkan dikemudian hari kanal youtube USS *Feed* dapat selalu menghadirkan tayangan yang baik, tidak hanya dari sisi



visual maupun *audio* namun juga dapat memberikan berbagai pesan dibaliknya yang bermanfaat bagi para khalayaknya.

Daftar Pustaka

(1) Buku Tesks

- Eriyanto (2011), *Analisis Isi*. Jakarta: Kencana
- Kriyantono, Rachmat (2014), *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Sugiyono (2017), *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Edisi 8, Bandung: Alfabeta.

(2) Sumber Internet

- Science Booth* 2013, Fenomena Youtube Sebagai Media Massa di Zaman Modern, diakses 17 Juli 2020, <https://sciencebooth.com/2013/06/26/fenomena-youtube-sebagai-media-massa-di-zaman-modern/#:~:text=FENOMENA%20YOUTUBE%20SEBAGAI%20MEDIA%20MASSA%20DI%20ZAMAN%20MODERN>.
- Socialblade* 2020, Rating Channel Youtube USS Feed diakses 18 Desember 2020, <https://socialblade.com/youtube/channel/UCzfpex1NyJF4Q9AebDj8IQ>.
- SPSS Indonesia* 2015, Penggunaan Uji Chi Square Program SPSS, diakses 9 Februari 2021, <https://www.spssindonesia.com/2015/01/uji-chi-square-dengan-spss-lengkap.html?m=1>.

Websindo 2019, Indonesia Digital 2019: Media, diakses 12 Maret 2020, <https://websindo.com/indonesia-digital-2019-media-sosial/>.

(3) Skripsi/ Jurnal

- Akbar, Kharis Maulana (2017), Skripsi: *Semangat Nasionalisme Dalam Film (Analisis Isi Kuantitatif Dalam Film Merah Putih)*. Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin.
- Fathi, Vikran (2015), Skripsi: *Analisis Isi Deskriptif Pada Film "Sang Kiai"*, Universitas Islam Negeri Yogyakarta.
- Hendariningrum, Retno & M. Edy Susilo (2008), Jurnal: *Fashion dan Daya Hidup: Identitas dan Komunikasi*, FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta.
- Rossy, Ayu Evirah & Umaimah Wahid (2015), Skripsi: *Analisis Isi Kekerasan Seksual Dalam Pemberitaan Media Online Detik.com*, Universitas Budi Luhur Jakarta.
- Wijaya, Nopri Kosuma (2013), Skripsi: *Kekerasan Dalam Program Anak (Analisis Isi Kuantitatif Adegan Kekerasan Dalam Film Kartun Spongebob Squarepants)*, Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Zaini, Riza Ahmad (2018), Skripsi: *Analisis Isi Pesan Dakwah Dalam Web Series Pulang-Pulang Ganteng Episode 3-5 di Youtube Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.