

HUBUNGAN KUALITAS INFORMASI PADA KANAL YOUTUBE YULIA BALTSCHUN DENGAN SIKAP SUBSCRIBERS

Hilwah Hafidzah Muthmainnah¹; Wina Erwina²; Andri Yanto³

^{1,2,3} Universitas Padjadjaran

*Korespondensi: hilwahfida@gmail.com

ABSTRACT

This research based on the many users and information that available on YouTube, one of which is diet YouTuber called Yulia Baltschun. Yulia is a diet influencer with 2.5 million subscribers who provides diet information with interesting explanations and refutations of many diet myths. This study aims to determine the correlation between the quality of information on Yulia Baltschun's YouTube channel, by the indicators are accuracy, timeliness and relevance of information with subscribers's attitude. Researchers used quantitative research methods by distributing questionnaires to 100 samples determined by purposive sampling. The data analysis technique used is descriptive analysis and inferential statistics. The population in this research is Yulia Baltschun's YouTube channel subscribers. The results of this study indicate that there is a significant positive relationship between the qualities of information on Yulia Baltschun's YouTube channel with subscribers's attitude. Based on the results of Rank Spearman's correlation analysis, it shows that the quality of information on Yulia Baltschun's YouTube channel has a very strong affinity with a correlation coefficient is 0.722. In addition to each indicator, accuracy has a strong correlation with a correlation coefficient is 0.546, timeliness has a moderate correlation with a correlation coefficient is 0.470, and information relevance has a strong correlation with a correlation coefficient is 0.689. It can be concluded that Yulia Baltschun's YouTube channel has quality information with accurate, timely, and relevance indicators related with subscribers's attitude.

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi dari banyaknya pengguna dan informasi yang tersedia di *YouTube*, salah satunya informasi diet yang disediakan oleh kanal Yulia Baltschun. Yulia merupakan diet influencer dengan 2,5 juta *Subscribers* yang memberikan informasi diet dengan penjelasan yang menarik dan sanggahan pada mitos diet yang banyak beredar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun yaitu keakuratan, ketepatan waktu dan relevansi informasi dengan sikap *Subscribers*. Peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menyebar kuesioner pada 100 sampel yang ditentukan dengan *purposive sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deksriptif dan statistik inferensial. Populasi pada penelitian ini adalah *Subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif signifikan antara kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *Subscribers*. Berdasarkan hasil analisis korelasi Rank Spearman menunjukkan bahwa kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki keeratan sangat kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,722. Selain itu pada masing-masing indikator yaitu keakuratan memiliki keeratan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,546, ketepatan waktu memiliki keeratan moderat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,470, dan relevansi informasi memiliki keeratan kuat dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,689. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki kualitas informasi dengan indikator akurat, tepat waktu, dan relevansi yang berhubungan dengan sikap *Subscribers*.

Keywords: *Information Quality; Attitude; Diet; YouTube*

1. PENDAHULUAN

Pada era modern ini, penggunaan teknologi sudah memasuki segala aspek kehidupan manusia. Tak terkecuali dalam memilih sumber informasi, yang mana teknologi mengambil begitu banyak peran pada era saat ini. Kemajuan teknologi media, serta teknologi lainnya baik di Indonesia maupun di dunia, cukup pesat. Dalam hal ini, negara Indonesia telah melihat peningkatan penggunaan media sosial yang diakses dari ponsel serta berbagai jenis proses penggunaan, seperti yang dapat kita lihat dan dari berbagai sumber yang menyatakan bahwa Indonesia sedang mengalami pertumbuhan dalam penggunaan media sosial, dengan Indonesia saat ini menempati peringkat ketiga dalam hal pengguna. Dominasi media sosial yang banyak digunakan, seperti *YouTube* yang memang menjadi favorit masyarakat Indonesia, dengan sekitar 88 persen pengguna

mengakses *YouTube*, disusul media sosial Whatsapp dengan akses 84 persen, Instagram dengan 79 persen, dan terakhir media sosial Facebook dengan sebanyak 84 persen (Junawan & Laugu, 2020).

YouTube sebagai salah satu media yang populer memuat berbagai macam informasi di dalamnya. Sehingga dapat dijadikan sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi para penggunanya. Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia yang diperlukan dalam kehidupan setiap individu. Berbagai latar belakang, usia, profesi, maupun kegiatan seseorang, pasti membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitasnya sehari-hari. Sebagai satu hal yang memiliki fungsi untuk memberikan kemudahan di kehidupan seseorang, informasi menjadikan individu mendapatkan pengetahuan, hiburan, perubahan pola pikir sampai pada tahap mempengaruhi perilaku seseorang dan hal tersebut menyebabkan informasi jadi begitu dibutuhkan. Informasi yang dimuat *YouTube*, tak hanya berfokus pada satu bidang informasi saja. Terdapat begitu banyak konten menarik seperti obrolan ringan mengenai kesehatan sampai pada tips diet. Mereka datang dari berbagai profesi terkait dalam lingkup yang sama yaitu bidang kesehatan.

Salah satu pencipta konten adalah Yulia Baltschun atau lebih dikenal dengan Yulia. Dia adalah salah satu dari sekian banyak diet *influencer* yang sering membahas tentang diet dan aktif di *YouTube*. Yulia Baltschun bergerak di bidang kesehatan dan berfokus pada hal mengenai pola hidup sehat. Termasuk di dalamnya konten mengenai pengaturan pola makan dan aktivitas fisik seperti olahraga dan juga *work out*. Konten *YouTube* pada kanal Yulia memaparkan fakta tentang pola makan sehat secara ringkas dan jelas. Pemaparan informasi Yulia di media sosial, khususnya *YouTube*, tidak hanya berdasarkan pengalamannya sendiri, tetapi juga pengamatan dari jurnal nasional dan internasional, interaksi dengan pakar, dan bacaan dari buku, memastikan bahwa materi yang disajikan akurat (Fajriani et al., 2021).

Keputusan seorang *subscriber* dalam mencari informasi memiliki latar belakang tersendiri. Seperti halnya saat menyaksikan video Yulia Baltschun di *YouTube* diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan menambah wawasan mengenai diet bagi para *subscribers* kanalnya. *Subscriber* dari Yulia Baltschun membutuhkan informasi yang akurat, relevan, dan tepat pada waktunya. Tetapi pengguna informasi dihadapkan pada beberapa permasalahan seperti, informasi yang datang terlambat dan jadi tidak berguna lagi. Selain itu ada juga bahan kandungan informasi yang kurang tepat dan relevan bagi apa yang dibutuhkan oleh para *subscribers*. Hal-hal tersebut menjadikan masalah pembagian informasi cukup penting sehingga diperlukan kualitas informasi yang akurat, relevan dan tepat pada waktunya (Fajriani et al., 2021). Ini sesuai dengan tiga pilar kualitas informasi yang dikemukakan oleh John Burch dan Gary Grudnitski (Rusdiana, 2014).

Melihat ketersediaan informasi dan kualitas informasi, hal ini dapat membuat pengguna informasi lebih terarah dan terpacu dengan sumber informasi yang beragam. Dari keanekaragaman informasi diet yang diperoleh, barulah *Subscribers* bisa menentukan adanya pembentukan sikap dalam dirinya. Informasi ini juga sangat berguna bagi para pemirsa *YouTube*, khususnya mereka yang terlalu sibuk atau malas membaca buku atau yang tidak punya waktu untuk mengamati diri dari penelitian, karena mereka cukup duduk manis menonton dan mendengarkan video yang disampaikan, terutama video Yulia, yang secara visual menarik dan sederhana untuk dipahami (Fajriani et al., 2021).

Selain memengaruhi kemajuan dan perkembangan masyarakat, media social juga berperan dalam membentuk sikap, perilaku, dan kondisi, seperti penyebaran budaya global, yang menyebabkan masyarakat beralih dari tradisional ke modern yang dapat menyebabkan orang meniru hal-hal buruk dari apa yang dilihat dan disaksikan melalui media (Rizal, 2017). Sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di

lingkungan sekitarnya dan arah serta tingkat perubahan sikap akan dihubungkan oleh informasi yang didapat oleh individu, baik dari segi sumber, saluran, bentuk, maupun isi dari informasi tersebut (Azwar, 2015). Mengingat bahwa kualitas informasi yang baik akan mempengaruhi sikap, pada sebuah hasil penelitian mengenai kualitas informasi pada *YouTube* channel GadgetIn terhadap keputusan pembelian gadget, secara parsial berpengaruh positif dan signifikan dengan memberikan kualitas informasi yang akurat, tepat waktu dan relevan (Aini & Nanda, 2020).

Selain itu, berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Anggraeni & Madiawati (2016) variabel kualitas informasi berada pada posisi 79,1% dengan kategori tinggi. Selanjutnya, hasil dari pengaruh variabel kualitas informasi terhadap keputusan pembelian online secara parsial sebesar 36,40%. Melihat hasil dari penelitian tersebut, dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi berpengaruh signifikan terhadap sikap seseorang dalam hal keputusan pembelian. Penelitian ini berbeda dengan penelitian yang dilakukan sebelumnya karena penelitian ini akan menganalisa apakah tayangan video di *YouTube* Yulia Baltschun dapat membentuk sikap penontonnya dalam hal menjalankan program diet. Selain itu, penelitian ini mencari tahu apakah video yang disajikan mengandung kualitas informasi yang baik, sesuai dengan tiga pilar kualitas informasi yaitu relevan, akurat, dan tepat waktu sehingga bisa mengubah sikap para *subscribers* dalam menjalankan diet sehat.

Sebagaimana fenomena dan penjelasan sebelumnya, maka peneliti akan menghubungkan antara kualitas informasi, keakuratan informasi, ketepatan waktu informasi, dan relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet. Selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara kualitas informasi, keakuratan informasi, ketepatan waktu informasi, dan relevansi informasi yang disebarkan dari kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap para pengikutnya di media sosial *YouTube* dalam menjalankan program diet. Penelitian ini memiliki hipotesis yaitu terdapat hubungan yang signifikan antara kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers*.

2. TINJAUAN PUSTAKA

Pengertian Informasi

Informasi dapat diartikan sebagai data yang telah diolah ke dalam bentuk lain yang berguna. Beberapa ahli mengungkapkan mengenai makna yang ada dalam kata “informasi” dalam beragam teori informasi. Makna dari kata informasi menurut Rifai dalam Endarti (2018) adalah data yang sudah diolah sedemikian rupa menjadi suatu bentuk lain yang lebih bermanfaat yaitu sebagai pengetahuan atau keterangan yang ditujukan bagi penerima dalam pengambilan keputusan, baik masa sekarang atau masa yang akan datang.

Menurut Estabrook dalam Rifauddin & Halida (2018), jika dilihat dari keterangannya, informasi dapat diartikan sebagai suatu rekaman fenomena yang telah diamati, atau dapat juga dipahami sebagai berbagai putusan yang dibuat. Selain itu menurut Prastyawan & Lestari (2015), ketidakpastian dan peluang mendorong seseorang untuk mencari, mengumpulkan dan mengolah informasi menjadi data yang dapat dipakai sebagai panduan dalam menentukan keputusan. Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan pendukung dalam pembuatan keputusan. Sehingga disini dapat penulis simpulkan bahwa informasi merupakan data yang sudah diolah menjadi bentuk yang bermanfaat bagi pemakai untuk pembuatan keputusan saat ini atau saat mendatang. Selain itu informasi juga dapat menjadi suatu pesan yang digunakan untuk berkomunikasi kepada pihak lain.

Kualitas Informasi

Menurut Burch dan Grudnitski dalam Rusdiana (2014) menjelaskan bahwa kualitas informasi dapat digambarkan ke dalam suatu bentuk bangunan yang disangga oleh tiga buah pilar. Tiga buah pilar yang dijelaskan tersebut terdiri dari *accuracy*, *timeliness*, dan *relevance*. Masing-masing penjelasan dari ketiga pilar tersebut yaitu yang pertama adalah *accuracy* (akurat) yang dapat diartikan bahwa informasi yang akurat berarti informasi harus bebas dari berbagai kesalahan. Akurat juga berarti informasi harus mencerminkan keadaan yang sebenarnya sesuai fakta yang terjadi di lapangan. Pengertian akurat berdasarkan KBBI yaitu teliti, seksama, cermat dan tepat atau benar. Informasi juga harus akurat karena bisa saja sumber informasi sampai ke penerima informasi yang kemungkinan banyak terjadi noise yang dapat merubah bahkan merusak informasi tersebut. Sedangkan *timeliness* (tepat waktu) dapat diartikan bahwa informasi dapat dikatakan sebagai informasi yang bernilai jika informasi yang didapat oleh seseorang tidak terlambat. Sehingga informasi yang telah usang tidak akan memiliki nilai lagi, karena informasi dapat dijadikan sebagai suatu landasan yang digunakan atas pengambilan keputusan seseorang.

Pada pilar selanjutnya yaitu *relevance* (relevan) dapat dijelaskan bahwa arti kata relevan dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia bahwa informasi dapat berarti sebagai sesuatu yang berguna secara langsung. Sehingga informasi yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna yang dapat memenuhi kebutuhan penggunanya dan sesuai dengan apa yang dicari oleh penggunanya merupakan informasi yang relevan. Selain itu arti relevan disini juga berarti informasi yang dapat memberikan manfaat bagi pemakainya. Adapun kualitas informasi ini berhubungan dengan tingkat kredibilitas suatu informasi.

Pengertian Sikap

Pada umumnya sikap seringkali dikaitkan dengan cara individu dalam berperilaku atau melakukan sebuah tindakan dalam menanggapi suatu hal. Menurut Azwar (2015), dapat diartikan bahwa sikap adalah sebuah respon yang muncul dari dalam diri individu terhadap sebuah objek sikap yang nantinya akan menimbulkan suatu perilaku individu atas objek tersebut dengan cara tertentu. Perbedaan faktor yang ada pada tiap individu (pengalaman, latar belakang, maupun pendidikan) memunculkan berbagai reaksi terhadap sesuatu objek yang berbeda pada setiap orang. Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa sikap merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri manusia yang bertugas menjadi penggerak dalam melakukan suatu tindakan maupun berbuat dan melibatkan perasaan tertentu dalam merespon sebuah objek situasi dan kondisi yang ada lingkungan sekitarnya

Struktur Sikap

Menurut Azwar (2015), struktur sikap dapat dibagi ke dalam tiga komponen yang saling menunjang antara lain: komponen kognitif, komponen afektif dan komponen konatif. Pada komponen kognitif berkaitan dengan keyakinan seseorang tentang kebenaran objek sikap. Keyakinan ini lahir melalui apa yang dilihat atau diketahui. Begitu keyakinan terbentuk, itu menjadi dasar intelektual untuk harapan seseorang tentang suatu objek. Sedangkan komponen afektif menekankan pada komponen yang berkaitan dengan perasaan individu terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosional. Komponen afektif berkaitan dengan persoalan emosional subjektif seseorang terhadap objek sikap. Komponen ini sama dengan apa yang kita rasakan tentang hal-hal secara umum, respons emosional sebagai komponen afektif sangat dipengaruhi

oleh keyakinan atau apa yang kita yakini benar dan berlaku untuk objek yang bersangkutan. Struktur sikap terakhir yaitu komponen konatif yang menunjukkan bagaimana tingkah laku atau kecenderungan seseorang untuk berperilaku yang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Kaitan ini didasari oleh asumsi bahwa kepercayaan dan perasaan banyak mempengaruhi perilaku kecenderungan berperilaku menunjukkan bahwa komponen konatif meliputi bentuk perilaku yang tidak hanya dapat dilihat secara langsung saja, akan tetapi meliputi pula bentuk-bentuk perilaku yang berupa pernyataan atau perkataan yang diucapkan oleh seseorang.

Penggunaan struktur sikap dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana sikap *subscribers* yang terdiri dari komponen kognitif yang mana ditinjau dari indikator berupa pengetahuan, pemahaman dan keyakinan yang ditangkap *subscribers* dari informasi yang disajikan oleh kanal *YouTube* Yulia Baltschun. Sedangkan pada komponen afektif memiliki indikator perasaan senang dan perasaan puas dari para *subscribers* dari informasi yang disajikan oleh kanal *YouTube* Yulia Baltschun. Selain itu pada komponen konatif pada penelitian ini ditinjau dari indikator berupa keinginan dan kesediaan *subscribers* sebagai respon dari informasi yang disajikan oleh kanal *YouTube* Yulia Baltschun.

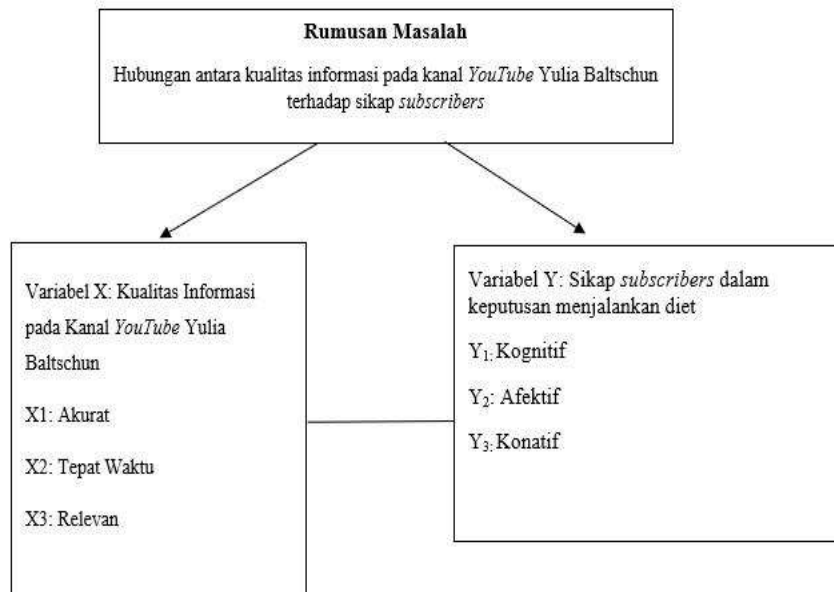
3. METODE

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono (2016), metode penelitian kuantitatif yaitu salah satu metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, dan digunakan dalam meneliti suatu populasi atau sampel tertentu. Pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif atau statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Adapun jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah 100 orang sampel yang berasal dari keseluruhan jumlah populasi yaitu *subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun sampai dengan 6 Juli 2022 yaitu berjumlah 2.250.000. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah non probability sampling. Menurut Sugiyono (2016), non probability sampling dapat diartikan sebagai teknik pengambilan sampel yang tidak memberi peluang atau kesempatan sama bagi setiap unsur maupun anggota populasi untuk dipilih menjadi sampel. Teknik sampling ini memiliki beberapa jenis antara lain sampling sistematis, kuota, aksidental, purposive, jenuh, dan snowball. Lalu, jenis non probability sampling yang penulis gunakan dalam penelitian ini adalah purposive sampling. Purposive sampling dapat diartikan sebagai teknik penentuan sampel dengan pertimbangan karakteristik tertentu.

Berdasarkan pemaparan di atas, maka peneliti mengajukan beberapa karakteristik yang tepat bagi sampel, yaitu: subscriber kanal *YouTube* Yulia Baltschun, pernah menonton tayangan video Yulia Baltschun di *YouTube*, pernah atau sedang menjalankan program diet.

Kerangka Berpikir



Operasionalisasi Variabel

Operasional variabel terdapat dalam 2 kategori yaitu variabel independen (x) kualitas informasi kanal *YouTube* Yulia Baltschun sebagai variabel bebas, dan variabel dependen (y) sikap *subscribers* dalam menjalankan perilaku diet sebagai variabel terikat dengan indikator sebagai berikut:

Tabel 1. Operasionalisasi Variabel

Variabel independen:	X: Kualitas Informasi	Variabel dependen:	Y: Sikap <i>Subscribers</i>
	X1: Akurat		Y1: Sikap Kognitif
	X2: Tepat waktu		Y2: Sikap Afektif
	X3: Relevan		Y3: Sikap Konatif

Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

a. Hipotesis Mayor

H¹: Terdapat hubungan antara kualitas informasi terhadap sikap *subscribers* pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun.

H⁰: Tidak terdapat hubungan antara kualitas informasi terhadap sikap *subscribers* pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun.

b. Hipotesis Minor

H¹: Adanya hubungan signifikan antara keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

H⁰: Tidak adanya hubungan signifikan antara keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

H¹: Adanya hubungan signifikan antara ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

H⁰: Tidak adanya hubungan signifikan antara ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

H¹: Adanya hubungan signifikan antara relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

H⁰: Tidak adanya hubungan signifikan antara relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* dalam menjalankan program diet.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang didapatkan melalui penelitian ini selanjutnya dianalisis dengan analisis statistika deskriptif dan pengujian hipotesis dengan analisis inferensial. Teknik analisis inferensial dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan rumus statistik *Rank Spearman* untuk mengetahui seberapa erat hubungan antar variabel X yaitu kualitas informasi kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan variabel Y yaitu sikap *subscribers*.

Karakteristik Responden

Karakteristik responden pada penelitian ini meliputi jenis kelamin, usia, pekerjaan, dan lama mengikuti kanal *YouTube* Yulia Baltschun.

Tabel 2. Karakteristik Responden

Karakteristik Responden	Jumlah
Jenis Kelamin	
Perempuan	98
Laki laki	2
Usia	
<17 tahun	1
17-20 tahun	15
21-25 tahun	56
26-30 tahun	20
>30 tahun	8
Pekerjaan	
Pelajar/Mahasiswa	42
Pegawai Negeri Sipil	1
Pegawai Swasta	27
Wiraswasta	14
Lainnya	16
Durasi	
>2 Tahun	40
1-2 Tahun	20
6 bulan-1 Tahun	17
<6 bulan	23

Hasil Uji Hipotesis

Hubungan Kualitas Informasi Pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Tabel 3. Hubungan Kualitas Informasi Pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Variabel	Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
X – Y	0,722	Sangat kuat

Diketahui bahwa antara variabel kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun (X) dengan sikap *subscribers* (Y) memiliki koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0.722, hasil tersebut termasuk pada tingkat keeratan korelasi dengan kategori sangat kuat. Nilai koefisien bertanda positif yang berarti terjadi hubungan positif, jika kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun bernilai tinggi maka nilai sikap *subscribers* juga tinggi atau sebaliknya. Sementara nilai signifikan (Sig.) untuk variabel kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki hubungan dengan sikap *subscribers*.

Hubungan Keakuratan Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Tabel 4. Hubungan Keakuratan Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Variabel	Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
X1 – Y	0,546	Kuat

Diketahui bahwa antara indikator keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun (X1) dengan sikap *subscribers* (Y) memiliki koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0.546, hasil tersebut termasuk pada tingkat keeratan korelasi dengan kategori kuat. Nilai koefisien bertanda positif yang berarti terjadi hubungan positif, jika keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun bernilai tinggi maka nilai sikap *subscribers* juga tinggi atau sebaliknya. Sementara nilai signifikan (Sig.) untuk indikator keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan keakuratan informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki hubungan dengan sikap *subscribers*.

Hubungan Ketepatan Waktu Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Tabel 5 Hubungan Ketepatan Waktu Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Variabel	Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
X2 – Y	0,470	Moderat

Diketahui bahwa antara indikator ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun (X2) dengan sikap *subscribers* (Y) memiliki koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0.470, hasil tersebut termasuk pada tingkat keeratan korelasi dengan kategori moderat. Nilai koefisien bertanda positif yang berarti terjadi hubungan positif, jika ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun bernilai tinggi maka nilai sikap *subscribers* juga tinggi atau sebaliknya. Sementara nilai signifikan (Sig.) untuk indikator ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan ketepatan waktu informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki hubungan dengan sikap *subscribers*.

Hubungan Relevansi Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Tabel 6 Hubungan Relevansi Informasi pada Kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan Sikap *Subscribers*

Variabel	Koefisien Korelasi	Keeratan Hubungan
X3 – Y	0,689	Kuat

Diketahui bahwa antara indikator relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun (X3) dengan sikap *subscribers* (Y) memiliki koefisien korelasi *Spearman's rho* sebesar 0.689, hasil tersebut termasuk pada tingkat keeratan korelasi dengan kategori kuat. Nilai koefisien bertanda positif yang berarti terjadi hubungan positif, jika relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun bernilai tinggi maka nilai sikap *subscribers* juga tinggi atau sebaliknya. Sementara nilai signifikan (Sig.) untuk indikator relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers* sebesar 0.000 kurang dari 0.05 maka H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga dapat disimpulkan relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki hubungan dengan sikap *subscribers*.

Pembahasan

Pada penelitian ini, hasil kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun memiliki hubungan dengan sikap *subscribers*. Kualitas informasi sangat penting pada kanal *YouTube* karena kanal *YouTube* adalah salah satu platform media sosial yang paling populer dan digunakan oleh banyak orang di seluruh dunia. Pada konten *YouTube* Yulia Baltschun berhasil memberikan video yang memiliki kelengkapan isi informasi terkait kesehatan dan cara diet, kemudian konten *YouTube* Yulia Baltschun memiliki kejelasan isi informasi terkait diet kepada para *subscribers*. Penyajian isi informasi pada konten *YouTube* Yulia Baltschun memiliki isi informasi yang up-to-date dan dapat memberi manfaat, sehingga konten yang dibuat memiliki pemenuhan kebutuhan dan ketersediaan informasi kepada *subscribers* *YouTube* Yulia Baltschun. Oleh karena itu, informasi yang disampaikan dalam video di kanal *YouTube* Yulia Baltschun dapat mempengaruhi pandangan dan sikap *subscribers* terhadap

berbagai topik diet. Jika kualitas informasi yang disampaikan dalam video adalah rendah, maka ini dapat mempengaruhi opini dan tindakan *subscribers* yang salah dan merugikan. Sebaliknya, jika kualitas informasi yang disampaikan dalam video adalah tinggi, maka ini dapat membantu *subscribers* untuk memahami dan membuat keputusan yang tepat.

Kemudian hubungan erat atau kuat yang terdapat antara kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dengan sikap *subscribers*, mengartikan bahwa kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun ini mampu mengubah sikap *subscribers* nya. Secara garis besar, kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun dapat dikatakan baik. Hal ini dikarenakan responden pada penelitian ini menilai bahwa konten yang ada pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun telah memenuhi indikator pada kualitas informasi yaitu keakuratan informasi, ketepatan waktu, dan relevansi informasi. Adanya kualitas yang diberikan pada setiap informasi pada konten *YouTube* Yulia Baltschun menimbulkan berbagai respon. Dan respon tersebut merupakan sikap *subscribers* kanal tersebut dalam menjalankan diet.

Menurut Azwar (2015), sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi sekaligus sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi), dan tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya dan arah serta tingkat perubahan sikap akan dihubungkan oleh informasi yang didapat oleh individu, baik dari segi sumber, saluran, bentuk, maupun isi dari informasi tersebut. Dalam penelitian ini terlihat bahwa sikap *subscribers* memiliki hubungan dengan kualitas informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun, sikap tersebut terbagi ke dalam 3 aspek yaitu kognitif, afektif, dan konatif. Sesuai dengan penjelasan Azwar (2015), bahwa perubahan sikap berhubungan dengan informasi yang didapat oleh penggunanya.

Berdasarkan penelitian ini, respon sikap *subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun paling besar berada pada aspek kognitif dengan kategorisasi nilai tinggi sebesar 98%. Hal tersebut dapat diartikan bahwa kanal *YouTube* Yulia Baltschun memunculkan reaksi yang baik pada pengetahuan atau pemikiran para *subscribers*. Menurut Azwar (2015), aspek kognitif membentuk kepercayaan seseorang, sekali kepercayaan itu terbentuk maka akan menjadi dasar pengetahuan seseorang mengenai apa yang diharapkan dari suatu objek. Dalam penelitian ini dapat disimpulkan bahwa kepercayaan para *subscribers* terbentuk dari informasi yang dipaparkan Yulia, sehingga muncul pengetahuan baru bagi mereka mengenai diet maupun pola hidup sehat.

Selain aspek kognitif, respon sikap *subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun pada aspek afektif termasuk ke dalam kategorisasi nilai tinggi sebesar 96%. Menurut Azwar (2015), aspek afektif merupakan komponen yang berkaitan dengan perasaan seseorang terhadap objek sikap dan menyangkut masalah emosi. Dalam penelitian ini dapat diartikan bahwa informasi pada *YouTube* Yulia Baltschun mengubah aspek afektif *subscribers*, seperti perasaan senang dan perasaan puas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa informasi yang disampaikan Yulia mengenai diet tersebut memunculkan reaksi emosional para *subscribers* yang dalam hal ini berupa kesenangan dan kepuasan atas informasi tersebut. Sedangkan pada aspek konatif, respon baik yang diberikan *subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun termasuk ke dalam kategorisasi nilai tinggi sebesar 56%. Berdasarkan penjelasan Azwar (2015), komponen konatif dalam struktur sikap menunjukkan bagaimana perilaku atau kecenderungan berperilaku yang ada dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap yang dihadapinya. Perilaku ini dapat

berupa ucapan maupun tindakan yang dilakukan seseorang. Dalam hal ini dapat diartikan apakah *subscribers* kanal *YouTube* Yulia Baltschun melakukan perilaku berupa tindakan maupun ucapan terkait dengan informasi yang disampaikan oleh Yulia atau tidak. Tindakan tersebut dalam penelitian ini berupa hal-hal yang berkenaan dengan diet seperti melakukan olahraga, makan sehat dan lain sebagainya yang sudah diinstruksikan Yulia. Dilihat dari data pada penelitian ini, terdapat lebih dari setengah responden yang memberikan respon positif pada aspek konatif.

Sehingga dapat disimpulkan, dari ketiga aspek yang ada pada komponen sikap yaitu aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek konatif, terlihat bahwa aspek kognitif yang berkaitan dengan pengetahuan mendapatkan respon positif terbesar bagi *subscribers* Yulia Baltschun. Selanjutnya aspek afektif dengan kaitan perasaan menjadi urutan kedua pada respon positif *subscribers* Yulia Baltschun. Sedangkan aspek konatif yang berupa perilaku atau tindakan memberikan perubahan bagi *subscribers* lebih sedikit dibanding kedua aspek lainnya, sekaligus menjadi respon sikap yang paling kecil. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Fuadah (2020) dan penelitian oleh Hendraswari (2009) yang menyatakan bahwa aspek konatif memberikan respon yang lebih rendah dibanding kedua aspek lainnya.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang telah diuraikan sebelumnya, maka secara garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut: kualitas informasi yang terdiri dari keakuratan informasi, ketepatan waktu informasi, relevansi informasi pada kanal *YouTube* Yulia Baltschun berhubungan signifikan dengan sikap *subscribers*.

DAFTAR PUSTAKA

- Aini, N., & Nanda, S. E. (2020). Pengaruh Kualitas Informasi Dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pada Youtube Channel “Gadgetin” Terhadap Keputusan Pembelian Gadget. *Scriptura*, 9(2), 43–50. <https://doi.org/10.9744/scriptura.9.2.43-50>
- Anggraeni, P., & Madiawati, P. N. (2016). Pengaruh Kepercayaan dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Secara Online Pada Situs www.traveloka.com. *E-Prociding of Management*, 3(2).
- Azwar, S. (2015). *Sikap Manusia*. Pustaka Pelajar Offset.
- Endarti, S. (2018). Informasi dan Sumber Bagi Pemustaka. *UPT Perpustakaan ISI Yogyakarta*, 1–16.
- Fajriani, A., Nugrahani, R. U., & Dirgantara, P. (2021). Pengaruh Channel Youtube Yulia Baltschun Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Diet Sehat Para Viewers-Nya. *E-Prociding of Management*.
- Junawan, H., & Laugu, N. (2020). Eksistensi Media Sosial, Youtube, Instagram dan Whatsapp Ditengah Pandemi Covid-19 Dikalangan Masyarakat Virtual Indonesia. *Baitul 'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 4(1), 41–57. <https://doi.org/10.30631/baitululum.v4i1.46>
- Prastyawan, A., & Lestari, Y. (2015). *Pengambilan Keputusan*. Unesa University Press.
- Rifauddin, M., & Halida, A. N. (2018). Hoax Pada Media Sosial Facebook. *Khizanah Al-Hikmah*, 6(2), 98–111.
- Rizal, F. (2017). Efek Menonton Acara Di Televisi Terhadap Sosial Budaya Masyarakat Muslim Kota Medan. *FITRAH: Jurnal Kajian Ilmu-Ilmu Keislaman*, 2(2), 149–164.

<https://doi.org/10.24952/fitrah.v2i2.478>

Rusdiana, M. (2014). Sistem Informasi Manajemen. *Sistem Informasi Manajemen*, 1–387.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.