



## Pengaruh Tayangan Youtube Terhadap Motivasi Belajar Matematika pada Anak Sekolah Dasar

Dedy Setyawan\*, Ratnawan Lukito, Muhamad Wildan Sirojudin

Program Studi Teknik Elektro, Fakultas Teknik, Universitas Islam Balitar

\*Email : [dedysetyawan@unisbablitar.ac.id](mailto:dedysetyawan@unisbablitar.ac.id)

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh tayangan YouTube terhadap minat belajar matematika pada anak Sekolah Dasar di Kota Blitar. Metode penelitian yang digunakan adalah metode eksperimen dengan kuisioner sebagai instrumen penelitian. Jenis eksperimen yang digunakan adalah *One Group Pretest-Posttest Design*. Penelitian ini menggunakan seluruh siswa kelas 4, 5, dan 6 sebagai populasi. Sampel dalam penelitian ini berjumlah 54 orang siswa SD Kota Blitar yang ditentukan melalui teknik *total sampling* karena jumlah populasi kurang dari 100 orang. Metode analisis data yang digunakan adalah *Paired Sample T-Test* yang diolah menggunakan *SPSS Statistics 26*. Hipotesis yang dirumuskan pada penelitian ini diterima. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat peningkatan minat belajar matematika siswa SD setelah menerima tayangan YouTube.

**Kata Kunci:** battle matematika; media; minat belajar matematika; youtube

### PENDAHULUAN

Terpaan media membahas terkait intensitas penerimaan pesan dari media oleh audiens. Terpaan media bisa dimaknai sebagai bentuk perhatian audiens terhadap pesan media (Shore, 1985). Selama proses audiens diterpa oleh isi pesan dari sebuah media, saat itulah terjadi respon dan pemikiran dalam diri audiens (Belch & Belch, 2007). Pesan-pesan yang telah disajikan sedemikian rupa kemudian disampaikan oleh media massa memiliki dampak bagi audiens sehingga memicu terbentuknya minat, persepsi, pandangan, hingga perubahan sikap dan perilaku (Puspitasari, 2018).

Terpaan media tersebut berlaku pada media lama dan media baru. Media sosial merupakan salah satu bentuk *new media* yang telah menjadi cara baru berkomunikasi bagi masyarakat yang juga berpengaruh dalam berbagai sisi kehidupan (Setiadi, 2016). Saat ini media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak adalah YouTube (Jayani, 2020). Dengan memberikan fasilitas kepada penggunanya untuk mengunggah dan memiliki *channel*-nya sendiri serta akses gratis untuk mengunduh video, YouTube berhasil menjadi *platform* video *sharing* terpopuler di dunia (YouTube, n.d.).

Salah satu *channel* YouTube di Indonesia yang memiliki jutaan *subscriber* adalah *channel* Nihongo Mantappu. *Channel* YouTube tersebut hingga 12 September 2021 telah memiliki 7,36 juta *subscriber* dengan jumlah 628 video (Nihongo Mantappu, 2021). Jerome Polin sendiri, sebagai pemilik *channel* ini, bergabung di YouTube pada 12 Desember 2017 dengan unggahan video pertamanya yang berjudul "Selamat Datang di Nihongo Mantappu!" yang diunggah pada 23 Desember 2017 (Nihongo Mantappu, 2021).

Jerome Polin Sijabat merupakan seorang pelajar di Jepang asal Indonesia yang sedang menempuh pendidikan Matematika Terapan di Waseda University. Sebagai YouTuber, Jerome dikenal karena kecerdasannya pada bidang matematika. Salah satu *playlist* video



dalam YouTube Nihongo Mantappu adalah “Battle Nihongo Mantappu”. Dari sekian banyak tema video *battle* pengetahuan, yang paling sering diunggah adalah video Battle Matematika.

Battle Matematika merupakan video dengan konsep kuis antara Jerome Polin dengan satu atau beberapa orang lainnya. Jerome dan lawan *battle*-nya akan menyelesaikan beberapa soal matematika. Video tersebut juga menampilkan cara penyelesaian soal matematika yang menjadi bahan kuis, jadi penonton juga dapat sekaligus belajar matematika.

Khalayak yang banyak menerima terpaan media akan cenderung memberikan respon berdasarkan perhatian dan pemahaman atas isi pesan tayangan yang ditampilkan (Yulianti, 2019). Sesuatu yang cenderung dilihat dan menjadi perhatian bagi individu berarti sesuai dengan keinginan atau kebutuhannya, dimana hal tersebut akan menimbulkan minat (Darmadi, 2017).

Banyak remaja yang membenci matematika dan minat belajarnya turun (Frenzel et al., 2019). Begitu juga di SD Kota Blitar yang memerlukan adanya peningkatan minat belajar matematika pada siswa, dimana hal tersebut dapat dilihat berdasarkan data yang dirilis oleh Pusat Penilaian Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (Puspendik Kemdikbud) bahwa siswa SD mendapatkan rerata nilai UN pada mata uji Matematika paling rendah dibandingkan dengan rerata nilai UN pada mata uji lainnya dan rerata nilai UN Matematika siswa SD juga lebih rendah daripada rerata nilai UN Matematika Blitar (Kemdikbud, 2019).

Minat belajar matematika siswa menjadi hal yang penting mengingat peran matematika pada setiap dimensi kehidupan. Matematika mendukung berbagai sisi kehidupan dan penting untuk mendukung kesuksesan komunikasi dan informasi dalam teknologi (Rahayu & Kusuma, 2019). Adanya minat belajar matematika pada siswa, akan membuat mereka belajar matematika dengan baik sehingga siswa lebih mudah dalam berpikir kritis, logis, kreatif, dan cermat (Sirait, 2016). Melalui adanya minat belajar, siswa akan berusaha lebih keras untuk melakukan sesuatu yang menjadi minatnya.

Penelitian ini menggunakan variabel terpaan media sebagai variabel independen (X) dan variabel minat belajar sebagai variabel dependen (Y). Variabel terpaan media menggunakan tiga indikator menurut Rosengren (1974) yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi. Sedangkan variabel minat belajar menggunakan tiga indikator menurut Darmadi (2017) yakni ketertarikan, perasaan, dan keinginan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah terdapat pengaruh terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu terhadap minat belajar matematika siswa SD. Diharapkan melalui penelitian ini pengetahuan terkait bidang Komunikasi Massa semakin bertambah, khususnya terkait pengaruh terpaan media baru terhadap minat belajar matematika, sehingga penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pembelajaran dan penelitian di bidang Ilmu Komunikasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat bermanfaat bagi YouTube Nihongo Mantappu untuk menjadi evaluasi konten Battle Matematika, sehingga dapat meningkatkan kualitas konten.

## METODE

Paradigma pada penelitian ini menggunakan paradigma positivisme yang melihat sebuah fakta sosial sebagai realita yang benar-benar ada sehingga dapat digambarkan (Pujileksono, 2016). Penelitian ini termasuk ke dalam jenis penelitian kuantitatif yang dilakukan dengan pengumpulan data angka dan kalimat, kemudian diubah menjadi data angka dan dianalisis untuk mendapatkan hasil ilmiah (Sugiyono, 2019).

Penelitian dilakukan dengan menggunakan metode eksperimen. Prinsip utama jenis penelitian ini adalah adanya perlakuan atau *treatment* sebagai bentuk manipulasi yaitu variabel independen dan diikuti oleh observasi terhadap variabel yang memberikan respon yaitu variabel dependen.



Jenis eksperimen yang digunakan adalah *One- Group Pretest-Posttest Design*, dimana suatu kelompok diberikan *pretest* sebelum mendapatkan perlakuan, baru kemudian diberikan *posttest* (Sugiyono, 2019). Pelaksanaan eksperimen dilaksanakan dengan desain sebagai berikut:

1. Responden yang terdiri dari 20 orang siswa kelas 4, 14 orang siswa kelas 5, dan 20 orang siswa kelas 6 dikumpulkan dalam satu tempat.
2. Responden mengisi kuisioner *pretest* yang akan menunjukkan kondisi minat belajar matematika mereka sebelum menerima terpaan tayangan video Battle Matematika.
3. Perlakuan atau *treatment* diberikan kepada responden dengan menayangkan video Battle Matematika sebagai bentuk terpaan media.
4. Responden mengisi kuisioner *posttest* yang akan menunjukkan kondisi terpaan media yang mereka terima dan kondisi minat belajar matematika mereka setelah menerima terpaan tayangan video Battle Matematika.

Data pada penelitian ini merupakan data primer yang dikumpulkan melalui jawaban responden pada kuisioner jenis tertutup yang disebarakan secara langsung. Penelitian ini menggunakan Skala Likert sebagai jenis instrumen yang terdiri dari dua item, yaitu item *favourable* dan *unfavourable*, dimana masing-masing item terdiri dari lima alternatif jawaban.

Penelitian ini dilaksanakan di SD Kota Blitar secara langsung dengan melibatkan 54 orang siswa sebagai populasi. Teknik pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *total sampling* yang termasuk ke dalam jenis *non-probability sampling*. Pada penelitian ini, sampel terpilih merupakan seluruh anggota populasi sejumlah 54 orang siswa. Teknik pengambilan sampel ini memberikan kemungkinan didapatkannya data yang lengkap karena sampel mampu menggambarkan seluruh sifat-sifat populasi (Kriyantono, 2020).

Uji validitas dilakukan dengan menghubungkan setiap *item score* dengan *total score* menggunakan korelasi *Product Moment Pearson*, dimana *total score* diambil dari penjumlahan *item score* pada instrumen terkait (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016). Sementara uji reliabilitas dilakukan dengan melakukan pendekatan *internal consistency reliability* dengan *cronbach alpha* untuk menguji seberapa baik hubungan antar item pada instrumen penelitian (Kurniawan & Puspitaningtyas, 2016).

Teknik analisis data dilakukan melalui analisis deskriptif dengan melihat nilai Tingkat Capaian Responden (TCR) pada setiap dimensi masing-masing variabel. Pengujian hipotesis menggunakan uji *paired Sample T-Test* kemudian dilanjutkan dengan menghitung nilai *N-Gain Score* untuk mengukur efektivitas penerapan *treatment*.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### 1. Uji Validitas dan Reliabilitas

Instrumen penelitian diuji cobakan kepada 54 orang sampel uji coba dengan hasil sebagai berikut:

**Tabel 1.** Uji Validitas

Variabel	Hasil	Item	Jumlah
Terpaan Media	Valid	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21	21
	Tidak Valid	-	0
Minat Belajar	Valid	1,2,3,4,5,6,7,8,9,10,11,12,13,14,15,16,17,18,19,20,21,22,23,24,25,26,27,28,29,31,32,33	32
	Tidak Valid	30	1

Sumber: Data diolah peneliti (2022)



Reliabilitas instrumen penelitian diuji dan didapatkan hasil sebagai berikut:

**Tabel 2.** Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	Tingkat Reliabilitas
Terpaan Media	0,883	Sangat Tinggi
Minat Belajar	0,910	Sangat Tinggi

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

## 2. Karakteristik Responden

### a. Jenis Kelamin Responden

**Tabel 3.** Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Laki-Laki	32	59%
Perempuan	22	41%

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Data menunjukkan bahwa lebih banyak responden laki-laki daripada responden perempuan. Data jenis kelamin tersebut sesuai dengan data jenis kelamin siswa kelas 4, 5, dan 6 SD Kota Blitar.

### b. Usia Responden

**Tabel 4.** Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
12 Tahun	6	11%
13 Tahun	13	24%
14 Tahun	12	22%
15 Tahun	21	39%
16 Tahun	2	4%

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Usia responden pada penelitian ini termasuk klasifikasi usia remaja menurut WHO. Para peneliti Universitas Oxford, dilansir dari laman Kumparan, menemukan bahwa siswa remaja yang terus belajar matematika memiliki senyawa kimia otak penting yang lebih tinggi dibandingkan dengan siswa remaja yang berhenti belajar matematika (Nugraha, 2021). Maka penting bagi siswa yang masih berada pada usia remaja untuk mempelajari matematika dengan baik.

### c. Asal Kelas Responden

**Tabel 5.** Asal Kelas Responden

Kelas	Frekuensi	Persentase
7	20	37%
8	14	28%
9	20	37%

Sumber: Data diolah peneliti (2022)



Data menunjukkan bahwa responden paling banyak berasal dari kelas 4 dan 6. Data asal kelas responden tersebut sesuai dengan data kelas 4, 5, dan 6 SD Kota Blitar.

### 3. Deskripsi Variabel Terpaan Media dan Variabel Minat Belajar

Analisis deskriptif memberikan gambaran distribusi data penelitian. Setiap variabel pada penelitian ini memiliki beberapa dimensi. Hasil analisis deskriptif akan menunjukkan Tingkatan Capaian Responden (TCR) pada setiap dimensi suatu variabel.

**Tabel 6.** Analisis Deskriptif Terpaan Media

Dimensi	Skor	TCR	Kategori
Frekuensi	424	79%	Baik
Durasi	403	75%	Baik
Atensi	3122	68%	Baik

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Data menunjukkan bahwa ketiga dimensi variabel terpaan media memiliki nilai TCR pada kategori baik. Dimensi frekuensi memiliki nilai TCR tertinggi sebesar 79%. Hal tersebut menunjukkan bahwa responden pada penelitian ini memiliki frekuensi terpaan media yang baik.

**Tabel 7.** Analisis Deskriptif Minat Belajar

Dimensi	Skor	TCR	Kategori
<b>Data Pretest</b>			
Ketertarikan	2100	49%	Kurang Baik
Perasaan	818	50%	Kurang Baik
Keinginan	1378	51%	Cukup
<b>Data Posttest</b>			
Ketertarikan	3024	70%	Baik
Perasaan	1123	69%	Baik
Keinginan	1895	70%	Baik
<b>Persentase Kenaikan</b>			
Ketertarikan	21%		
Perasaan	19%		
Keinginan	19%		

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Kenaikan tertinggi berada pada dimensi ketertarikan dengan adanya selisih persentase nilai TCR sebesar 21%. Dimensi perasaan dan keinginan juga menunjukkan adanya kenaikan dengan selisih persentase nilai TCR sebesar 19%. Sebelum menonton tayangan Battle Matematika siswa memiliki keinginan untuk berpartisipasi pada pembelajaran matematika dan keinginan untuk meraih nilai tertinggi pada pelajaran matematika. Setelah menonton tayangan Battle Matematika keinginan tersebut semakin meningkat. Peningkatan tersebut juga diikuti dengan meningkatnya ketertarikan mereka pada pembelajaran matematika.

### 4. Uji Hipotesis

Hipotesis penelitian ini yaitu terdapat peningkatan minat belajar matematika siswa SD setelah menerima terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu. Hipotesis tersebut dianalisis melalui uji *Paired Sample T-Test* menggunakan aplikasi *SPSS Statistics 26*. Uji *Paired Sample T-Test* berguna untuk melihat ada atau tidaknya perbedaan rata-rata (*mean*) antara dua kelompok sampel yang berpasangan.

**Tabel 8.** Uji Hipotesis Paired Sample T-Test

		Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
Minat Belajar Matematika Siswa	Pre Test - Post Test	-32,333	14,662	1,995

  

95% Confidence Interval of the Difference		t	df	Sig. (2-tailed)
Lower	Upper	-16,205	53	0,000

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Hasil pengolahan data menunjukkan nilai Sig. (2-tailed) sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan nilai rata-rata variabel dependen. Hasil pengujian ini menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat peningkatan minat belajar matematika siswa SD setelah menerima terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu. Variabel independen (terpaan media) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap variabel dependen (minat belajar).

**Tabel 9.** Pengujian N-Gain Score

Data	Statistic	Std. Error	
N	0,4060	0,02527	
Gain Score	95% Confidence Interval for Mean		
	Lower Bound	0,3553	
	Upper Bound	0,4567	
	5% Trimmed Mean	0,4070	
	Median	0,3588	
	Variance	0,034	
	Std. Deviation	0,18569	
	Minimum	0,00	
	Maximum	0,78	
	Range	0,78	
	Interquartile Range	0,30	
	Skewness	0,127	0,325
	Kurtosis	-0,570	0,639

Sumber: Data diolah peneliti (2022)

Pengujian hipotesis dilanjutkan dengan menguji *N-Gain Score* yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas penerapan suatu *treatment* yang sebelumnya tidak diketahui pada uji *Paired Sample T-Test*. Berdasarkan hasil pengujian, didapatkan nilai rata-rata (*mean*) *N-Gain Score* sebesar 0,4060. Secara teoritis, besaran nilai *mean* tersebut menunjukkan tingkat pengaruh atau efektivitas yang sedang, yakni pada kisaran  $0,3 < g \leq 0,7$ . Dapat ditarik kesimpulan bahwa minat belajar matematika siswa SD memiliki tingkat kenaikan yang sedang setelah menerima terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu.

## Pembahasan

Konten edukasi di media digital menjadi bagian dari konten positif yang sangat penting untuk dikembangkan. YouTube merupakan salah satu media sosial yang menjadi *platform* berkembangnya konten edukasi. Sebagai media digital, YouTube memiliki potensi yang besar sebagai sumber informasi dan edukasi.



*Channel* YouTube Nihongo Mantappu merupakan salah satu *channel* YouTube Indonesia yang populer dengan konten-konten edukasi dalam *genre edutainment*. Jerome Polin sebagai pemilik *channel* paling sering mengunggah video Battle Matematika yang sesuai dengan latar belakang pendidikannya di bidang matematika.

Konten Battle Matematika menunjukkan kemampuannya dalam menarik perhatian masyarakat Indonesia sebagai audiens melalui jutaan *views* yang didapatkan pada setiap video. Bahkan yang terbaru, video Battle Matematika yang diunggah pada 7 November 2021 berjudul “Tes Matematika YouTuber dan Influencer Indonesia! (Fadil Jaidi, Bintang Emon, Gadgetin, dll)” berhasil menjadi *trending* 1 di YouTube. Video tersebut juga mendapatkan total 2 juta *views* hanya dalam kurun waktu 24 jam (Nihongo Mantappu, 2021).

Media massa seperti YouTube merupakan satu dari beragam hal yang mampu mempengaruhi minat seseorang (Hartanti, 2018). Video Battle Matematika dapat mempengaruhi minat belajar matematika siswa karena minat termasuk dalam efek afektif dari terpaaan media. Siswa sebagai responden penelitian ini menerima terpaaan media dan memberikan respon berdasarkan perhatian dan pemahaman atas isi pesan tayangan Battle Matematika. Pesan-pesan dalam video Battle Matematika akan menimbulkan dampak pada siswa yang memicu terbentuknya minat belajar matematika.

Pada hasil analisis deskriptif variabel terpaaan media sebelumnya, diketahui bahwa mayoritas siswa menonton seluruh video yang ditayangkan sehingga mereka memiliki frekuensi terpaaan media yang baik. Frekuensi penggunaan media pada penelitian ini dilihat dari seberapa banyak video Battle Matematika yang ditonton oleh para siswa selama eksperimen berlangsung.

Berdasarkan temuan analisis deskriptif variabel minat belajar menunjukkan bahwa baik sebelum maupun setelah menonton tayangan Battle Matematika, siswa memiliki keinginan untuk berpartisipasi aktif selama pembelajaran matematika. Siswa juga ingin mendapatkan nilai terbaik pada mata pelajaran matematika. Keinginan tersebut bahkan meningkat setelah menonton tayangan Battle Matematika.

Minat menunjukkan terjadinya pemusatan pikiran, perasaan, dan keinginan terhadap sebuah objek yang menarik perhatian (Darmadi, 2017). Siswa menunjukkan perhatian lebih pada hukuman di akhir tayangan Battle Matematika yang termasuk ke dalam unsur hiburan. Ketertarikan menjadi awal munculnya minat yang selanjutnya akan mendorong seseorang untuk menekuni segala hal yang berkaitan dengan minat tersebut (Darmadi, 2017). Tingkat ketertarikan siswa terhadap mata pelajaran matematika pun menjadi setara dengan keinginan mereka untuk berpartisipasi dan mendapatkan hasil yang terbaik.

Peningkatan ketertarikan siswa terhadap pembelajaran matematika ini bahkan menjadi peningkatan paling tinggi dibandingkan dengan peningkatan perasaan dan keinginan siswa terhadap pembelajaran matematika. Faktor utama yang mendorong terjadinya peningkatan ketertarikan siswa adalah unsur hiburan dalam tayangan Battle Matematika. Para siswa yang berada pada periode usia remaja sangat menyukai hiburan dan sering mengaksesnya di *platform* media baru.

Hiburan menjadi salah satu kebutuhan ditengah sibuknya kegiatan sehari-hari (Naja, 2017). Semua orang membutuhkan hiburan, begitu juga para siswa yang menginginkan adanya tayangan yang menghibur. Saat siswa menerima terpaaan media sesuai dengan kebutuhannya, maka akan muncul ketertarikan dalam diri mereka. Ketertarikan merupakan sebuah proses yang dialami oleh setiap orang dimana hal ini terjadi pada tahap perasaan saat seseorang belum melakukan aktivitas yang menarik perhatiannya (Hakim & Amir, 2018).

Hipotesis dalam penelitian ini diterima, maka terdapat peningkatan minat belajar matematika siswa SD setelah menerima terpaaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu. Peranan terpaaan tayangan Battle Matematika dalam membentuk minat belajar matematika



siswa ini didukung dengan pernyataan bahwa pesan-pesan media memberikan pengaruh kepada audiens sehingga memicu berbagai hal, salah satunya minat (Puspitasari, 2018).

Tayangan Battle Matematika dilengkapi dengan terjemahan Bahasa Indonesia untuk memudahkan audiens dalam memahami isi video. Seperti pada video yang pertama kali ditayangkan selama proses *treatment* dengan judul “Battle Matematika Lawan Teman Satu Jurusan Kampus (Ronde 2)”, dimana teman kampus Jerome tersebut bukan orang Indonesia.

Video yang berdurasi 13 menit 28 detik ini menampilkan soal-soal matematika SMP di Jepang. Video ini dilengkapi dengan cara penyelesaian setiap soal matematika yang digunakan dalam *battle*. Cara penyelesaian tersebut diberikan dalam bentuk tulisan yang di *screenshot* dan ditampilkan selama 2 detik, bukan penjelasan langsung secara lisan dari Jerome maupun Yuuki. Hal tersebut menjadi kekurangan dalam video Battle Matematika ini. Penjelasan yang diberikan dalam video Battle Matematika dapat menambah pemahaman siswa tentang matematika. Melalui pemahaman tersebut, siswa akan berpikir mengenai hal-hal penting dari pembelajaran matematika. Munculnya pikiran terkait kepentingan tersebut, akan memicu tumbuhnya minat belajar (Darmadi, 2017).

Pemberian *treatment* dilanjutkan dengan menayangkan video Battle Matematika kedua yang diunggah pada 25 Juli 2020 berjudul “Battle Matematika Lawan Anak Kelas 3 SD Juara Olimpiade Internasional”. Video dengan durasi 13 menit 41 detik ini memberikan penjelasan cara penyelesaian soal matematika dengan lebih lengkap. Adanya penjelasan detail yang diberikan, membuat siswa sebagai audiens semakin mudah dalam menerima dan memahami pesan-pesan yang disampaikan. Audiens yang menerima terpaan media akan cenderung memberikan respon berdasarkan perhatian dan pemahaman terhadap pesan dari sebuah tayangan (Yulianti, 2019). Diperlukan penerimaan dan pemahaman pesan yang baik agar siswa dapat menerima terpaan tayangan yang baik dan memberikan respon yang positif.

Video terakhir yang ditayangkan selama proses *treatment*, yakni video berjudul “Challenge Jessica Jane Ngerjain Soal Matematika + Makan Pedes! Ternyata...” yang mengundang YouTuber Jessica Jane. Makan makanan pedas menjadi hukuman yang berbeda dibandingkan video Battle Matematika lainnya yang menggunakan *push up* sebagai hukuman di akhir video. Ekspresi lucu Jerome dan Jessica saat kepedasan menambah unsur hiburan pada video ini yang menarik perhatian para siswa.

Minat berkaitan dengan perasaan seseorang karena minat merupakan perhatian yang di dalamnya mengandung unsur-unsur perasaan (Darmadi, 2017). Saat siswa memberikan perhatian penuh pada tayangan Battle Matematika, maka siswa merasa tayangan tersebut menarik dan siswa akan merasa senang saat melihat tayangannya. Minat cenderung berkaitan dengan sikap perhatian dan adanya ingatan terhadap sesuatu secara terus menerus, dimana hal tersebut terjadi karena merasa senang terhadap sesuatu.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah penelitian ini melihat pengaruh terpaan media terhadap minat belajar matematika siswa yang kemudian ditemukan hasil terdapat pengaruh yang signifikan dari terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu terhadap minat belajar matematika siswa SD. Penelitian ini juga memiliki batasan untuk menghindari kesalahan penafsiran pada judul, yaitu video Battle Matematika yang ditayangkan berisi kuis matematika dengan soal matematika SMP di Jepang, soal Olimpiade Matematika Internasional, dan soal Ujian Nasional (UN) SMP di Indonesia, sehingga tingkat kesulitan soal berbeda-beda pada setiap video. Batasan lainnya yakni berdasarkan hasil pengamatan peneliti, responden memberikan perhatian penuh terhadap video Battle Matematika selama sekitar 32 menit dari total durasi penayangan 48 menit.

## SIMPULAN

Berdasarkan hasil uji hipotesis dengan *Paired Sample T-Test* yang diolah melalui *SPSS Statistics 26*, dapat disimpulkan bahwa hipotesis yang dirumuskan dalam penelitian ini





diterima. Nilai Asymp.Sig. menunjukkan nilai sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, dimana secara teoritis menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Terdapat peningkatan minat belajar matematika siswa SD setelah menerima terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu. Diketahui melalui nilai *N-Gain Score* sebesar 0,4060 yang termasuk pada kisaran  $0,3 < g \leq 0,7$ , minat belajar matematika siswa yang ditinjau berdasarkan konsep minat belajar oleh Darmadi (2017) dengan tiga dimensi (ketertarikan, perasaan, keinginan) memiliki tingkat kenaikan yang sedang setelah menerima terpaan tayangan YouTube Nihongo Mantappu yang ditinjau berdasarkan konsep terpaan media oleh Rosengren (1974) dengan tiga dimensi (frekuensi, durasi, atensi).

Para *content creator* dapat mengembangkan konten pada *genre edutainment* dengan mengeksplor konsep-konsep baru yang *fresh* untuk menjadi konten edukasi di YouTube. YouTube Nihongo Mantappu dapat lebih sering mengunggah konten Battle Matematika dengan jadwal yang teratur. Konten *battle* dapat diunggah lebih banyak lagi dengan menampilkan variasi tema-tema yang berbeda dari sebelumnya. YouTube Nihongo Mantappu diharapkan untuk selalu memberikan penjelasan singkat secara lisan tentang cara penyelesaian soal matematika pada setiap video Battle Matematika. Perkembangan konten edukasi di YouTube akan meningkatkan kualitas tayangan pada media digital bagi masyarakat sebagai penonton.

SD di Blitar dapat merekomendasikan video Battle Matematika pada *channel* YouTube Nihongo Mantappu kepada para siswa untuk bahan pembelajaran selain materi yang diberikan di sekolah. Para guru di sekolah juga dapat menayangkan video Battle Matematika untuk kegiatan menonton bersama sehingga aktivitas belajar mengajar menjadi lebih bervariasi dan menyenangkan. Sebagai video yang termasuk pada *genre edurainment*, maka untuk menambah pengetahuan tentang matematika sekaligus mendapatkan hiburan, siswa dapat menonton video Battle Matematika di rumah secara mandiri.

Penelitian selanjutnya dapat dilakukan menggunakan dua variabel independen atau lebih dengan menambahkan satu atau dua variabel independen selain terpaan media untuk diteliti pengaruhnya terhadap minat belajar audiens agar hasil yang didapatkan menjadi lebih rinci. Penelitian selanjutnya juga dapat menggunakan variabel dependen lain agar penelitian terkait terpaan media menjadi lebih beragam.

## DAFTAR PUSTAKA

- Belch, G. E., & Belch, M. A. (2007). *Advertising and Promotion, and Marketing Communications*. Person Educate Inc.
- Darmadi. (2017). *Pengembangan Model Metode Pembelajaran dalam Dinamika Belajar Siswa*. Deepublish.
- Frenzel, Goetz, Pekrun, & Watt. (2019). Development of Mathematics Interest in Adolescence: Influences of Gender, Family, and School Context. *Journal of Research on Adolescence*, 20(2), 507–537.
- Hakim, A., & Amir, S. (2018). Pengaruh Perasaan, Ketertarikan, dan Keterlibatan terhadap Minat Belajar Mata Pelajaran Pendidikan Kewarganegaraan Peserta Didik pada SMA Paba Binjai. *Jurnal Visipena*, 9(2), 406–426.
- Hartanti, A. D. (2018). *Pengaruh Video Blog Gitasav Terhadap Minat Siswa Untuk Melanjutkan Studi Ke Jerman* (Issue 6662132087). Sultan Ageng Tirtayasa.
- Jayani, D. H. (2020). *10 Media Sosial yang Paling Sering Digunakan di Indonesia*. Www.Databoks.Katadata.Co.Id. Retrieved October 21, 2020, from



- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>
- Kemdikbud. (2019). *Pusat Penilaian Pendidikan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan*. Puspendik Kemdikbud. Retrieved June 17, 2021, from <https://hasilun.puspendik.kemdikbud.go.id/>
- Kriyantono, R. (2020). *Teknis Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif* (2nd ed.). Prenadamedia Group.
- Kurniawan, A. W., & Puspitaningtyas, Z. (2016). Metode Penelitian Kuantitatif. In *Philosophy of Science* (Vol. 4, Issue 4). Pandiva Buku.
- Naja, S. (2017). *Kritik Sosial dalam Stand Up Show Special Mesakke Bangsaku (Analisis Isi materi Komika Pandji Pragiwaksono dalam Stand Up Show Special Mesakke Bangsaku Final di Jakarta)*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Nihongo Mantappu, Y. (2021). *YouTube Nihongo Mantappu*. Www.Youtube.Com. Retrieved January 9, 2021, from [https://www.youtube.com/channel/UC1Gmqqs\\_MyZl2KHlEqfUC9A](https://www.youtube.com/channel/UC1Gmqqs_MyZl2KHlEqfUC9A)
- Nugraha, A. R. (2021). *Waspada, Ini Bahaya Berhenti Belajar Matematika setelah Usia 16 Tahun*. Kumparan. Retrieved November 21, 2021, from <https://kumparan.com/kumparansains/waspada-ini-bahaya-berhenti-belajar-matematika-setelah-usia-16-tahun-1w1pjM1Gpw2/full>
- Pujileksono, S. (2016). *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Intrans Publishing.
- Puspitasari, D. (2018). *Pengaruh Terpaan Video Beauty Vlogger di YouTube Terhadap Perilaku Imitasi Mahasiswi Dalam Merias Wajah (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang Angkatan 2013)* [Universitas Muhammadiyah Malang].
- Rahayu, L. D., & Kusuma, A. B. (2019). Peran Pendidikan Matematika di Era Globalisasi. *Prosiding Sendika*, 5(1), 534–541.
- Rosengren, K. E. (1974). *The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research*. SAGE Publications.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora*, 16(2), 1–7.
- Shore, L. (1985). *Mass Media for Development: A Reexamination for Access, Exposure and Impact, Communication the Rural Third World*. Praegar.
- Sirait, E. D. (2016). Pengaruh Minat Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika. *Formatif: Jurnal Ilmiah Pendidikan MIPA*, 6(1), 35–43.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Sutopo (ed.); 2nd ed.). Alfabeta.
- YouTube. (n.d.). *YouTube untuk Pers*. Www.Youtube.Com. Retrieved October 21, 2020, from <https://www.youtube.com/intl/id/about/press/>
- Yulianti, E. (2019). *Pengaruh Terpaan Menonton Variety Show Korea Running Man di Media Online terhadap Minat Belajar Budaya Korea pada Peserta Kursus di Korean Culture & Language Center Sejong Yogyakarta* [Universitas Muhammadiyah Yogyakarta].