

## PENGARUH TINDAK TUTUR DIREKTIF *VLOGGER* TERHADAP MINAT MENONTON (Studi Pada YouTube Crazy Nikmir Real)

Ira Purnama<sup>1</sup>, Sekartaji Anisa Putri<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi, Jakarta Selatan

<sup>1</sup>irapurnama710@gmail.com, <sup>2</sup>sekartajianisa@gmail.com

### Abstrak

Artis Nikita Mirzani mempunyai saluran YouTube Crazy Nikmir Real, yang didirikan pada 13 Mei 2019 dan saat ini mempunyai lima juta pengikut. Penelitian ini mencoba mengkaji apakah tindak tutur Nikita Mirzani berpengaruh terhadap keinginan masyarakat untuk menonton. Penelitian ini memakai teknik survei dengan memakai metodologi kuantitatif. Penelitian ini memakai Teori *Social Judgement*. Data diperoleh dari kuesioner dan diukur dengan menggunakan skala *likert* 1 sampai 5. Data dianalisis memakai uji regresi linear sederhana. Pendekatan *sampling* yang dipakai dalam penelitian ini yakni *convenience sampling*. Uji validitas yang dipakai yakni dengan metode *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). Uji reliabilitas memakai *Cronbach's Alpha* dan teknik pengolahan data memakai SPSS. Hasil dari studi ini yakni tindak tutur direktif mempengaruhi minat menonton masyarakat.

**Kata Kunci :** Tindak Tutur Direktif, *Vlogger*, Minat Menonton, Teori *Social Judgement*, YouTube

### *Abstract*

*Artist Nikita Mirzani has the YouTube channel Crazy Nikmir Real, which was founded on May 13, 2019 and currently has five million followers. This study tries to examine whether Nikita Mirzani's speech acts influence people's desire to watch. This study used a survey technique using a quantitative methodology. This research uses Social Judgment Theory. Data were obtained from questionnaires and measured using a Likert scale of 1 to 5. Data were analyzed using a simple linear regression test. The sampling approach used in this study is convenience sampling. The validity test used is the Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) method. Reliability test using Cronbach's Alpha and data processing techniques using SPSS. The result of this study is that directive speech acts affect people's viewing interest.*

**Keywords:** Directive Speech Acts, *Vlogger*, Viewing Interest, Social Judgment Theory, YouTube

*Diterima: 10 Oktober 2022, Direvisi: 6 Januari 2023, Diterbitkan: 17 Maret 2023*

## **PENDAHULUAN**

*YouTube* sebagai situs *website* menyediakan berbagai macam tayangan dari mulai video pendek sampai dengan film. *YouTube* termasuk sarana hiburan yang mempunyai manfaat memberi ilmu dari bermacam tutorial video yang diunggah oleh para penggunanya (Raharjo, 2020).

Dalam bermasyarakat, kita sebagai manusia akan selalu melaksanakan komunikasi yang bertujuan untuk berbagi pengalaman dan ilmu (Hadi, 2020). Gaya bahasa ataupun tindak tutur yang muncul dalam media bisa mempertahankan penonton untuk terus menonton acara tersebut.

Gaya pembawa acara sangat berpengaruh terhadap penonton (Edgerly et al., 2016). Terkadang penonton ingin menonton suatu acara yang pembawa acaranya bisa menghidupkan suasana acara tersebut. Contohnya Tukul Arwana dengan acara Bukan Empat Mata dan Feni Rose dengan acara Rumpi No Secret. Dalam acara Bukan Empat Mata, Tukul Arwana yang memang seorang komedian selalu memberi humor candaan dan berinteraksi dengan para penontonnya. sementara itu Feni Rose mempunyai karakternya sendiri dalam acaranya Rumpi No Secret dengan gaya bicara lucu dan unik yang selalu menarik keceriaan pemirsa yang menontonnya. Berdasarkan hasil dari penelitian gaya komunikasi Feni Rose di acara Rumpi No Secret berdampak pada kepuasan khalayak dengan gaya bicaranya yang ekspresif dan hal ini sangat mempengaruhi pemirsanya dengan signifikan.

Reza Oktavian ataupun yang biasa dikenal dengan Reza Arap sebagai *youtuber gaming* yang cukup terkenal di Indonesia mempunyai daya tarik terhadap tindak tuturnya. Dalam kegiatannya, sering kali ia berkata cukup bebas dan kurang pantas di dalam video yang diunggahnya di *youtube*, seperti contoh berkata “*WTF*”. Hal ini membuat para pengikutnya meniru apa yang dilaksanakan oleh *youtuber* itu (Hardiani, 2019). Banyak anak muda yang ingin menjadi seperti idolanya, mereka pasti akan meniru idolanya seperti mengikuti gaya bicara, mengikuti perkataan dan intonasi pada saat ia berbicara. Pada saat ini banyak penonton yang meniru gaya bicara ataupun tindak tutur setelah melihat video yang diunggah oleh Reza Arap seperti mengucapkan kata yang kurang pantas saat berkomunikasi (Hardiani, 2019).

Dampak yang ada pada gaya bicara ataupun tindak tutur direktif di dalam *youtube* bisa mempengaruhi pengikutnya dalam melaksanakan suatu tindakan. Dalam video vlog Crazy

Nikmir Real dengan konten selebgram Anastasya Kosasih, ia mempertunjukkan tindak tutur yang buruk dan berbau pornografi, yang sangat tidak pantas untuk dilihat oleh anak muda sebab menjadi model tindak tutur yang buruk. Tetapi ada juga pelajaran yang bisa kita ambil dari konten *vlog* Crazy Nikmir Real ialah menganjurkan supaya penonton tidak salah arah dengan pembicaraan yang tidak baik ataupun sensitif (Raharja et al., 2022).

Salah satu channel YouTube yang ada di YouTube adalah milik artis Nikita Mirzani. Dilansir Mirzani, N. (2019, May 13). *Pemersatu Bangsa!!! Asli Gak Ada Yang Dipermak!!! Siapakah Dia????* (Mirzani, 2022) telah memiliki lima juta *subscriber*. Jumlah video yang telah di upload sebanyak 693 video dan telah ditonton sebanyak 919.748.570 kali. Akun *youtube* Crazy Nikmir Real dengan *tagline* "It's not easy to be me," berisikan tentang konten *vlog* keseharian hidup seorang Nikita Mirzani dan melihat bagaimana Nikita Mirzani yang dikenal di masyarakat dengan tutur kata yang mengandung unsur perintah dan sarkasme.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui apakah tindak tutur YouTuber Nikita Mirzani mempengaruhi keinginan masyarakat untuk menonton ataupun tidak. Tujuan dilakukannya penelitian ini ialah untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh tindak tutur direktif *vlogger* terhadap minat menonton masyarakat.

Manfaat akademis dari penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai sumber rujukan tambahan dalam penelitian lanjutan tentang tindak tutur direktif pada sebuah video *vlogger* agar dapat mengetahui maksud dan tujuannya. Manfaat secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi landasan bagi *vlogger* ataupun *content creator* untuk bijak dalam membuat konten dengan menggunakan tuturan kata yang positif, juga dapat dijadikan referensi bagi penelitian yang akan datang dalam konteks permasalahan yang berkaitan dengan gaya bicara atau tindak tutur.

## **TINJAUAN LITERATUR**

### **Teori *Social Judgement***

*Social Judgement Theory* yakni teori yang dikembangkan oleh Muzafer Sherif (1961) yang membahas tentang bagaimana komunikator menilai pesan yang mereka terima mempunyai dampak (Ednadita, 2010). Informasi yang didapat kemudian membangkitkan persepsi dari pengalaman sebelumnya. Persepsi ini akan menjadi dasar untuk menilai informasi yang disampaikan. Penilaian terhadap pesan yang disampaikan ialah rentang penerimaan dengan

sejauh mana komunikan setuju dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator dan berhasil mempengaruhi komunikan melalui informasi yang disampaikan. Dan rentang penolakan dimana komunikator tidak berhasil mempengaruhi komunikan dan alasan penolakan sebab komunikan tidak terpengaruh oleh pesan yang disampaikan komunikator (Massolo, 2015).

Penerimaan dan penolakan komunikator terhadap isi pesan yang disampaikan oleh komunikator, salah satunya dipengaruhi oleh keterlibatan ego (*ego involvement*). Semakin banyak ego pribadi yang dimiliki komunikator, semakin sulit informasi masuk ke benak penerima dan juga sebaliknya komunikator dengan ego pribadi yang sangat tinggi sulit untuk dipengaruhi sebab pengalaman komunikator sebelumnya yang membuat mereka tidak bisa mengubah persepsinya. Dan komunikator dengan ego pribadi yang rendah, lebih mudah dipengaruhi sebab mereka mempunyai persepsi yang berbeda dari penerima dengan kesadaran diri pribadi yang tinggi (Massolo, 2015).

### **Komunikasi**

Kegiatan seseorang untuk saling mengerti dan memahami suatu pesan yang disampaikan seseorang ataupun komunikator terhadap lawan bicaranya ataupun komunikan ialah termasuk pengertian dari komunikasi. Dalam buku yang berjudul Komunikasi dalam Perspektif Teori dan Praktik milik (Oktarina & Abdullah, 2017). Mondry mengatakan bahwasanya komunikasi berasal dari *common* yang berarti sama dan bisa juga dikatakan komunikasi termasuk proses menyamakan sebuah pikiran, rasa dan pendapat antara seorang komunikator kepada komunikan. (Oktarina & Abdullah, 2017).

Komunikasi mempunyai tiga unsur, ialah komunikator, komunikan dan pesan. Selain itu ada unsur lain juga yakni umpan balik ataupun *feedback*. Apabila sebuah komunikasi bisa *feedback* yang positif, akibatnya komunikasi itu bisa disebut berhasil sebab sesuai harapan yang di inginkan oleh komunikator. Apabila mendapatkan *feedback* negatif, maka komunikasi itu bisa dikatakan gagal (Sependi et al., 2020).

### **Komunikasi Massa**

Komunikasi massa ialah komunikasi yang diperuntukkan untuk orang banyak (Sependi et al., 2020). Komunikasi massa juga termasuk komunikasi yang disiarkan oleh pemancar melalui audio ataupun visual. Komunikasi massa melibatkan komunikan, komunikator, proses

penafsiran pesan (*decoder*), umpan balik (*feedback*) yang lebih kompleks dan jumlahnya juga lebih besar (Sependi et al., 2020).

### **Media Massa**

Wilbur Lang Schramm (dalam Nadie, 2018) berpendapat "media massa ialah suatu kelompok kerja yang tertata di beberapa perangkat untuk menyampaikan pesan yang sama dan waktu yang sama ke sejumlah besar orang". Media massa meliputi media elektronik, cetak dan *online*. Media elektronik seperti radio dan televisi, media cetak seperti buku/koran dan majalah, serta media internet seperti website dan lain-lain termasuk bentuk komunikasi massa (Khatimah, 2018).

### **YouTube**

YouTube yakni situs web tempat pengguna bisa menonton, berbagi, dan mencari video online dari seluruh dunia. Dari awal diluncurkan *youtube* telah mendapat respon yang baik dari penggunanya. *Youtube* sangat membawa pengaruh kepada masyarakat khususnya yang mempunyai hobi membuat video mulai dari *video blog (vlog)*, film pendek maupun video dokumenter. *Youtube* bisa di akses dimana pun, mudah dipakai dan tidak memerlukan biaya yang banyak (Budiargo, 2015).

### ***Video Blog (Vlog) dan Vlogger***

Bentuk kegiatan *blogging* dengan memakai audio, video dan teks sebagai sumber media utamanya termasuk pengertian dari *Video Blog (vlog)*. Yang membuat *vlog* dalam *youtube* dikenal dengan *vlogger*. Apabila seorang *vlogger* sudah aktif di *blog* seperti Blogspot, Wordpress, Tumblr, dll mereka bisa mengunggah *vlog* nya disana. Namun saat ini juga ada *platform* ataupun aplikasi lain yang dipakai untuk mengunggah video ialah *Youtube* (Dirgantara & Husna, 2018). Mereka yang merekam dengan memakai *smartphone* maupun kamera biasa disebut sebagai *vlogger*. Seorang *Vlogger* biasanya membuat *vlog* sekreatif dan semenarik mungkin untuk menarik minat penontonnya (Kuncoro et al., 2018).

### **Tindak Tutur Direktif**

Unsur pragmatik yang menyertakan pembaca dan penulis ataupun pendengar dan pembicara tanpa menyampingkan konteks lain termasuk pengertian dari tindak tutur (Akbar,

2018). Tindak tutur juga bisa dikatakan sebagai kegiatan individu dengan memakai bahasa kepada mitra tutur untuk mengkomunikasikan sesuatu dalam tuturan yang berbentuk informasi, maksud ataupun pesan. Menurut Djajasudarma, tindak tutur termasuk proses komunikasi dengan menyampaikan dan menyatakan tujuan penutur (dalam Raharja et al., 2022).

Tindak tutur merupakan ujaran yang di dalamnya mengandung tindakan sebagai suatu fungsi komunikasi yang banyak mempertimbangkan aspek situasi tutur menurut Searle (dalam Rohmadi, 2004). Yang dimaksud dalam hal ini yaitu suatu tuturan, penutur pada umumnya ingin pesan yang disampaikan akan diterima baik oleh lawan tutur. Menurut Searle (1969) ia menggolongkan tindak tutur menjadi lima jenis, yaitu tindak tutur asertif, tindak tutur direktif, tindak tutur ekspresif, tindak tutur komisif dan tindak tutur deklaratif (Budiman, 2016). Tindak tutur asertif adalah tindak tutur yang terkait dengan kebenaran atas hal yang dikatakan. Tindak tutur direktif adalah tindak tutur yang dimaksudkan agar lawan tutur melakukan sesuatu. Tindak tutur komisif adalah tindak tutur yang terikat antara penuturnya dengan suatu tindakan yang dilakukan diwaktu yang akan datang dengan melakukan segala hal yang disebutkan pada 12 tuturan. Tindak tutur ekspresif adalah tuturan yang dilakukan agar tuturan diartikan sebagai evaluasi. Tindak tutur deklaratif adalah tuturan yang mempunyai kekuasaan dalam tuturannya dan dengan maksud menciptakan hal baru (Budiman, 2016).

Tindak tutur direktif ialah jenis tindak tutur yang dipakai oleh penutur guna meminta orang lain untuk melaksanakan sesuatu. Terdapat indikator dalam tindak tutur direktif seperti menyindir, meminta, menginterogasi, menyarankan dan menasehati (Raharja et al., 2022). Tindak tutur direktif menyindir ialah tuturan yang terjadi sebab beberapa hal seperti contoh penutur tidak suka dengan apa yang dituturkan oleh mitra tutur. Tindak tutur meminta ialah tuturan yang tercipta pada saat penutur bertanya kepada mitra tutur dan kemudian mitra tutur merasa bahwasanya harus menjawab pertanyaan yang diberi penutur. Tindak tutur menginterogasi ialah tuturan yang bermaksud menanyakan secara langsung untuk dijawab oleh mitra tutur sesuai pertanyaan yang diajukan. Tindak tutur menyarankan ialah tuturan yang disampaikan penutur untuk memberi saran ataupun masukan kepada mitra tutur. Tindak tutur menasehati ialah tuturan yang bermaksud memberi pelajaran maupun pengaruh yang baik yang dituturkan oleh penutur (Raharja et al., 2022). Tindak tutur direktif sangat erat hubungannya dengan kalimat imperative yang berisi tanggapan berupa perbuatan ataupun tindakan yang diminta (Budiman, 2016).

### **Podcast**

*Podcasting* muncul dari gabungan kata *broadcasting* dan *ipod* (Hutabarat, 2020). *Podcast* mempunyai situs yang berkepanjangan dan mampu disambungkan dengan perangkat multimedia seperti iPod ataupun pemutar MP3. Ada beberapa faktor yang membuat *podcast* menjadi popularitas ialah *podcast* semakin banyak dipakai oleh industri media, jurnalisme dan hiburan, meningkatnya penggunaan dan juga kepemilikan *portable music player* MP3 untuk mendengarkan audio secara digital dan juga meningkatnya ketersediaan perangkat lunak gratis untuk memudahkan pengunduhan (Hutabarat, 2020). *Podcast* termasuk sumber teks lisan yang valid. Bahasa yang dipakai bersifat santai sehingga bisa dimengerti banyak orang (Hutabarat, 2020).

### **Minat**

Perhatian kuat serta perasaan gembira pada suatu kegiatan yang menuntun seseorang untuk melaksanakan kegiatan sesuai kemauannya sendiri termasuk pengertian minat menurut Lilawati, Dua bidang minat itu yakni aspek emotif dan aspek kognitif (Kambuaya, 2015). Aspek emotif didasarkan pada gagasan kognitif dalam sikap terhadap item yang menarik. Aspek kognitif didasari dari seseorang yang berkaitan dengan minat dan pengalaman apa yang dipelajari dari lingkungan sekitar (Kambuaya, 2015).

Minat yakni suatu rasa lebih suka, rasa ketertarikan, dan juga perhatian dari interaksi seseorang ataupun individu dengan kegiatan tertentu (Nurhasanah & Sobandi, 2016). Minat timbul disebabkan oleh banyak hal, diantaranya rasa senang ataupun ketertarikan, kebutuhan dan perhatian. Perasaan senang dalam diri seseorang bisa menimbulkan dorongan dari dalam dirinya untuk segera beraktifitas (Soraya, 2015).

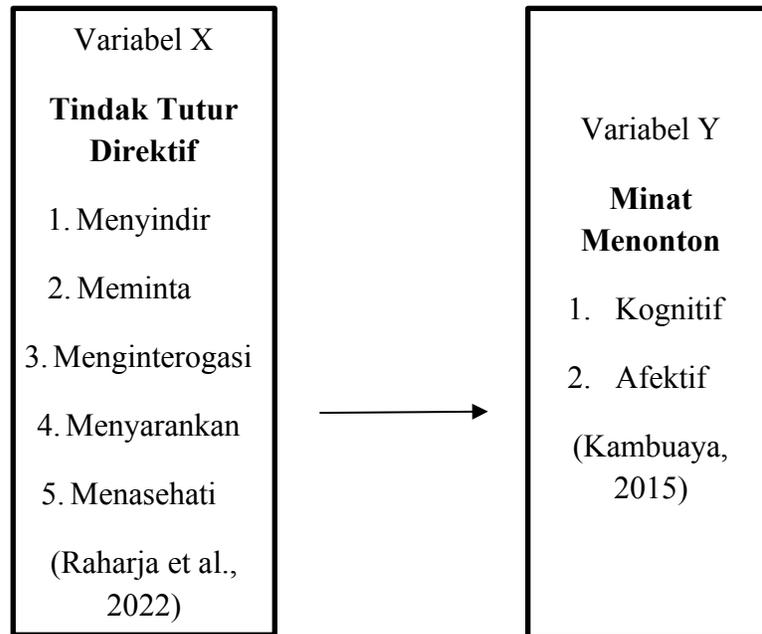
### **Penelitian Terdahulu**

Peneliti melakukan banding dengan penelitian sebelumnya yang berjudul “Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter *Talkshow* “Rumpi No Secret” di Trans TV Terhadap *Audience Satisfaction*” yang dilakukan oleh Kurniawan Prasetyo, Boedi Basoeki, April Yunda Arrunadi pada tahun 2019 di Kembangan Utara, Jakarta Barat. Penelitian tersebut menggunakan metode survei dengan pengambilan sampel dari populasi menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan datanya. Data di analisis dengan metode eksplanatif kausal dengan pendekatan

kuantitatif. Teori yang digunakan yaitu teori *uses and gratification* milik Blumer dan Katz. Hasil dari penelitian tersebut terdapat pengaruh yang positif dan nyata antara gaya presenter Rumpi No Secret di Trans TV terhadap kepuasan menonton ibu rumah tangga RW 10 Kampung Baru, Kembangan Utara, Jakarta Barat. Selain itu penelitian yang berjudul “Kesantunan Tindak Tutur Direktif Artis Nikita Mirzani Dalam Channel Youtube Crazy Nikmir Real” yang dilakukan oleh Romi Raharja, Mahsun dan Sukri pada tahun 2022 di Universitas Mataram. Penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan dengan teknik sadap dan catat. Hasil penelitian ini menemukan beberapa wujud kesantunan direktif yang digunakan dalam pertuturan Kesantunan Tindak Tutur Direktif Artis Nikita Mirzani Dalam Channel Youtube Crazy Nikmir Real (Konten: Pemersatu Bangsa Dengan Nara Sumber Selebgram Anastasyakh), yaitu wujud atau modus tuturan interogatif. Wujud atau modus tuturan masing-masing mengandung makna atau maksud direktif. Sebagai perbandingan lagi, pada penelitian yang berjudul “Pengaruh Gaya Bicara Presenter *Talkshow* Hitam Putih Di Trans7 Terhadap Minat Menonton” yang dilakukan oleh Devi Aulia Dan Happy Prasetyawati pada tahun 2021 di Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi InterStudi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan sifat eksplanatif. Teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui kuesioner. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh yang cukup signifikan dari gaya bicara presenter hitam putih terhadap minat menonton masyarakat Pejaten Timur Jakarta Selatan.

---

### **Kerangka Pemikiran**



Terdapat variabel bebas ataupun pengaruh (X) dalam penelitian ini ialah tindak tutur direktif, dan variabel tergantung ataupun tak bebas (Y), ialah minat menonton.

### **METODOLOGI**

Penelitian ini memakai paradigma positivis. Peneliti bebas untuk mengukur dan memakai statistik dengan tujuan mendapatkan fakta untuk menguji teori kausal (sebab-akibat). Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan peneliti yaitu memakai kuesioner berisikan daftar pertanyaan yang wajib diisi oleh responden. Data kemudian diukur memakai metode *skala likert* 1 sampai 5. Populasi pada penelitian ini yakni *subscriber* dari YouTube Crazy Nikmir Real sebanyak 5 juta dan yang menjadi sampel ialah *subscriber* dan orang-orang yang menonton konten *vlog* Crazy Nikmir Real. Responden yang terpilih untuk dijadikan sampel dengan nilai toleransi kesalahan sebanyak 10% sehingga terdapat jumlah sampel dalam penelitian ini sebanyak 100 orang.

Peneliti memakai strategi *non-probability sampling* ataupun pengambilan sampel yang tidak memberi kemungkinan yang sama kepada individu-individu dari komunitas yang dipilih untuk dijadikan sampel. Pendekatan yang dipakai untuk pengambilan sampel yakni *Convenience Sampling*. *Convenience Sampling* adalah teknik pengambilan sampel berdasarkan

kemudahan peneliti, yaitu yang ditemui peneliti secara kebetulan, dipandang cocok, serta bersedia menjadi sumber data dan sesuai dengan kriteria yang ditentukan oleh peneliti (Sari & Ratnaningsih, 2018).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Penelitian dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh Tindak Tutur Direktif (X) terhadap Minat Menonton (Y). Jumlah responden yang dipakai dalam penelitian sebanyak 100 orang. Pengujian dilaksanakan dengan memakai aplikasi perhitungan statistik SPSS (*Statistical Package for the Social Sciences*).

### **Karakteristik Responden**

Karakteristik responden dalam penelitian di kelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan pekerjaan. Tabel karakteristik responden menunjukkan jumlah responden laki-laki dalam penelitian yakni 18 orang (18%), jumlah responden perempuan yakni 82 orang (82%).

Terkait usia, responden dengan usia 15-20 tahun meliputi 16 orang (16%), usia 21-26 tahun sebanyak 50 orang (50%), usia 27-32 tahun berjumlah 14 orang (14%), usia 33-38 tahun sebanyak 5 orang (5%), usia 39-44 tahun sebanyak 13 orang (13%) dan usia >56 tahun sebanyak 2 orang (2%). Sementara itu, tidak ditemukan responden yang berusia <15 tahun, usia 45-40 tahun, dan usia 51-56 tahun. Rincian ini membuktikan bahwasanya sebagian besar responden penelitian yakni *subscriber* dan penonton yang berusia 21-26 tahun.

Terkait pekerjaan, sebanyak 28 orang (28%) masih berstatus pelajar/ mahasiswa. Responden yang bekerja sebagai karyawan sebanyak 31 orang (31%). Sementara responden yang bekerja sebagai wiraswasta yakni 10 orang (10%), dan ibu rumah tangga sebanyak 18 orang (18%). Sisanya 13 orang (13%) yakni responden yang mempunyai jenis pekerjaan lain. Berdasarkan penjelasan tersebut, diketahui bahwasanya responden paling banyak dalam penelitian yakni yang bekerja sebagai karyawan.

### **Uji Validitas**

Uji validitas yakni pengujian yang dilaksanakan untuk mengetahui tingkat keakuratan dan kevalidan suatu instrument penelitian. Teknik uji validitas yang dipakai yakni dengan metode *Kaiser-Meyer-Olkin* (KMO). Kuesioner dinyatakan valid apabila nilai KMO lebih besar

ataupun sama dengan 0,50 dan tingkat probabilitas ataupun signifikansi kurang dari 0,05 (5%). Hasil uji validitas kuesioner penelitian nilai KMO dari variabel tindak tutur direktif sebanyak 0,867 dengan tingkat signifikan 0,000. Hasil itu menunjukkan bahwasanya perhitungan variabel tindak tutur direktif mempunyai tingkat validitas yang memenuhi syarat  $KMO > 0,50$  dengan signifikansinya  $< 0,05$ . Nilai KMO dari variabel minat menonton yakni 0,892 dengan tingkat signifikan 0,000. Mengingat nilai  $KMO > 0,50$  dengan signifikansinya  $< 0,05$ , Maka bisa dikatakan bahwasanya variabel tindak tutur direktif dan variabel minat menonton valid.

### **Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas bertujuan untuk mengetahui seberapa besar hasil pengukuran yang stabil. Hasil perhitungan uji reliabilitas bisa dilihat dari koefisien *Cronbach's Alpha*. Nilai *Cronbach's Alpha* untuk kuesioner tindak tutur direktif yakni  $0,924 > 0,60$ . Nilai *Cronbach's Alpha* untuk kuesioner minat menonton sebanyak  $0,920 > 0,60$ . Hasil ini menunjukkan bahwasanya kuesioner variabel tindak tutur direktif dan variabel minat menonton termasuk kuesioner yang reliabel sehingga bisa dipakai sebagai instrumen penelitian.

### **Uji Korelasi**

Uji korelasi termasuk pengujian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan ataupun korelasi antar variabel. Koefisien korelasi yang didapat dari variabel Tindak Tutur Direktif (X) dengan Minat Menonton (Y) yakni 0,493 dengan signifikansi sebanyak  $0,000 < 0,05$ . Mengingat nilai signifikansi yang didapat lebih kecil dari probabilitas 0,05, maka bisa disimpulkan bahwa terdapat hubungan ataupun korelasi antara tindak tutur direktif dengan minat menonton masyarakat.

### **Analisis Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear sederhana termasuk pengujian yang dilaksanakan untuk mengetahui pengaruh antara variabel penelitian. Hal ini bertujuan untuk membuktikan asumsi ataupun hipotesis yang telah dibuat di awal penelitian. Dari persamaan analisis regresi sederhana  $Y = 14,541 + 0,364 X$  (Tindak Tutur Direktif) bisa disimpulkan bahwa nilai konstanta sebesar 14,541 menunjukkan nilai variabel Minat Menonton (Y) tanpa dipengaruhi oleh variabel bebas

dan nilai koefisien regresi sebesar 0,364 dengan signifikansi  $0,000 < 0,05$  menunjukkan terdapat pengaruh antara variabel Tindak Tutur Direktif (X) terhadap Minat Menonton (Y).

Berdasarkan nilai koefisien regresi sebesar 0,364 dengan nilai signifikansinya  $0,000 < 0,05$  maka bisa disimpulkan bahwasanya hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima, yang bermakna bahwasanya Tindak Tutur Direktif mempunyai pengaruh terhadap Minat Menonton.

### **Koefisien Determinasi**

Koefisien determinasi termasuk besaran nilai yang menunjukkan kemampuan variabel independen dalam memprediksi perubahan variabel dependen. Berdasarkan uji koefisien determinasi, diketahui nilai *R Square* adalah 0,243. Nilai tersebut berarti bahwa variabel Tindak Tutur Direktif (X) dapat memprediksi Minat Menonton (Y) sebesar 24,3%, sedangkan 75,7% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti. Mengingat nilai koefisien determinasi yang diperoleh adalah 24,3%, maka dapat disimpulkan bahwa kemampuan Tindak Tutur Direktif (X) dalam memprediksi Minat Menonton (Y) cenderung rendah.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, bisa disimpulkan bahwasanya Tindak tutur direktif (X) mempengaruhi minat menonton (Y). Semakin baik tindak tutur yang dilakukan, akan semakin tinggi pula minat menonton masyarakat. Hasil analisis data menunjukkan bahwasanya dimensi yang paling mempengaruhi minat menonton yakni menyaran. Temuan itu menunjukkan bahwasanya penggunaan gaya bahasa Nikita Mirzani dalam menyaran pada saat bertindak tutur dengan lawan bicara menjadi aspek yang mampu meningkatkan minat menonton masyarakat.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Akbar, S. (2018). *Analisis Tindak Tutur Pada Wawancara Putra Nababan Dan Presiden Portugal*.
- Aulia, D., & Prasetyawati, H. (2021). Pengaruh Gaya Bicara Presenter Talkshow Hitam Putih Di Trans7 Terhadap Minat Menonton. *Inter Script: Journal Of Creative Communication*, Vol 3 No 2.
- Budiargo, D. (2015). *Berkomunikasi Ala Net Generation*. Pt. Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Budiman, S. A. (2016). *Tindak Tutur Ilokusi Direktif Dalam Komik Insekt Karya Sascha*

*Hommer. Vol . 5 No.*

- Dirgantara, I. M. B., & Husna, R. (2018). Analisis Pengaruh Elektronik Word Of Mouth Di Media Sosial Youtube Terhadap Minat Beli Produk Kosmetik Sariayu. *Diponegoro Journal Of Management, Vol 7 No 3*, 95–109.
- Djaali. (2007). *Psikologi Pendidikan*. Bumi Aksara.
- Edgerly, S., Gotlieb, M. R., & Vraga, E. K. (2016). “That Show Really Spoke To Me!”: The Effects Of Compatible Psychological Needs And Talk Show Host Style On Audience Activity. *International Journal Of Communication*.
- Hadi, S. P. (2020). Analisis Dampak Gaya Komunikasi Juru Bicara Kpk Terhadap Persepsi Publik. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi, Vol 5 No 1*.
- Hardiani, Y. (2019). *Pengaruh Terpaan Video Instagram Stories Selebgram Reza Oktovian Terhadap Imitasi Gaya Bahasa Remaja (Studi Pada Siswa-Siswi Sman3 Bandar Lampung, Periode 2019) Bandar Lampung*. Universitas Muhammadiyah Malang.
- Hutabarat, P. M. (2020). Pengembangan Podcast Sebagai Media Suplemen Pembelajaran Berbasis Digital Pada Perguruan Tinggi. *Jurnal Sosial Humaniora Terapan, Vol. 2 No.*
- Hyang, O. S. (2016). *Bicara Itu Ada Seninya : Rahasia Komunikasi Yang Efektif*. Bhuana Ilmu Populer.
- Jumiartika, V., & Palalloi, H. (2015). *Pengaruh Tayangan Talkshow “Sarah Sechan” Di Net. Tv Terhadap Minat Menonton (Studi Pada Mahasiswa Psikologi Unj Angkatan 2013). Volume 1*.
- Kambuaya, C. (2015). Pengaruh Motivasi, Minat, Kedisiplinan Dan Adaptasi Diri Terhadap Prestasi Belajar Siswa Peserta Program Afiriasi Pendidikan Menengah Asal Papua Dan Papua Barat Di Kota Bandung. *Share : Social Work Journal, 5(2)*.
- Khatimah, H. (2018). Posisi Dan Peran Media Dalam Kehidupan Masyarakat. *Tasamuh, 16(1)*, 119–138. <https://doi.org/10.20414/Tasamuh.V16i1.548>
- Kuncoro, A. M., Putri, A. O., & Pradita, Y. A. (2018). Vlogger Sebagai Saluran Menuju Generasi Milenial Produktif Indonesia. *Sinergitas Quadruple Helix*, 193–199.
- Laksmi, L. P. (2020). Cross-Gender Inovativeness Of Using Code Switching In Indonesian Tv Talk Show. *E-Journal Of Linguistics, 14(1)*, 57–70.
- Littlejohn, S. W. (2005). *Theories Of Human Communication* (Ed. 8).
- Maysarah, S. (2016). Pembawa Acara Dan Minat Penonton (Studi Korelasional Tentang Pengaruh Pembawa Acara Radio Show Tv One Terhadap Minat Menonton Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Sumatera Utara). *Flow*.
- Mirzani, N. (2019, May 13). Pemersatu Bangsa!!! Asli Gak Ada Yang Dipermak!!! Siapakah Dia???? Crazy Nikmir REAL. Retrieved May 28, 2022, from <https://www.youtube.com/c/CrazyNikmirREAL>
- Nadie, L. (2018). *Media Massa Dan Pasar Modal*. Media Center.
- Neuman, L. (2014). *Basics Of Social Research : Qualitation & Quantitative Approaches* (Third). Pearson Education Limited.
- Nurudin. (2015). *Pengantar Komunikasi Massa* (7th Ed.). Rajawali Pers.
- Oktarina, Y., & Abdullah, Y. (2017). *Komunikasi Dalam Perspektif Teori Dan Praktik*. Penerbit Deepublish.
- Panuju, R. (2018). *Pengantar Studi (Ilmu) Komunikasi : Komunikasi Sebagai Kegiatan Komunikasi Sebagai Ilmu* (1st Ed.). Prenamedia Group (Divisi Kencana).
- Permatasari, S. N., & Yulia, M. F. (2013). An Analysis On The Language Style Of The Utterances In Magnum Advertisements. *Language And Language Teaching Journal*,

16(01), 31–40.

- Pradyanti, A., Siti, N., & Hidayah, E. (2018). *Etika Dalam Program Hiburan Televisi : Analisis Program Hiburan Waktu Indonesia Bercanda Net Tv*. 1(2), 91–102. <https://jurnal.polibatam.ac.id/index.php/deca/article/view/792/562>
- Prasetyo, K., Basoeki, B., & Arrunadi, A. Y. (2019). Pengaruh Gaya Komunikasi Presenter Talkshow “Rumpi No Secret” Di Trans Tv Terhadap Audience Satisfaction. *Jurnal Visi Komunikasi, Volume 18*.
- Raharja, R., Mahsun, & Sukri. (2022). *Kesantunan Tindak Tutur Direktif Artis Nikita Mirzani Dalam Channel Youtube Crazy Nikmir Real (Konten: Pemersatu Bangsa Dengan Narasumber Selebgram Anastasyakh)*. Vol 8 No 2.
- Raharjo, T. W. (2020). *Respon Terhadap Merk Sebab Pengaruh Gangguan Penayangan Iklan Di Youtube*. Cv. Jakad Media Publishing.
- Ramadhan, B. D. (2018). Speech Style Of Sophie Deveroux In Tv Series “Leverage.” *Language Horizon, Vol 6 No 1*.
- Rohmadi, M. (2004). *Pragmatik: Teori Dan Analisis* (Cet. 1). Lingkar Media.
- Sari, F. D. P. (2017). *Tindak Tutur Dan Fungsi Tuturan Ekspresif Dalam Acara Galau Nite Di Metro Tv: Suatu Kajian Pragmatik*. Vol. 1, No.
- Searle, J. R. (1969). *Speech Acts: An Essay In The Philosophy Of Language*. Cambridge University Press.
- Sependi, A., Firdaus, D. R. S., & Kusumaningtias, I. T. (2020). Pengaruh Gaya Bahasa Penyiar Terhadap Rating Radio Sinar Mega Swara Fm ( Sms ). *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 2(1), 75–85.
- Soraya, I. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat Masyarakat Jakarta Dalam Mengakses Fortal Media Jakarta Smart City. *Jurnal Komunikasi*, 6(1), 10–23.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Vraga, E. K., Edgerly, S., Bode, L., Carr, D. J., Bard, M., Johnson, C. N., Kim, Y. M., & Shah, D. V. (2012). The Correspondent, The Comic, And The Combatant: The Consequences Of Host Style In Political Talk Shows. *Journalism And Mass Communication Quarter*