

## Pengaruh Konten Youtube Cretivox *Friends with Benefit* Terhadap Perilaku Negatif Universitas Sam Ratulangi

Milda Saputri Taruk Allo,  
Reiner Richard Onsu,  
Lingkan E. Tulung

Jurusan Ilmu Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Sam Ratulangi  
e-mail: [mildaallo085@student.unsrat.ac.id](mailto:mildaallo085@student.unsrat.ac.id)

Diterima: 11-09-2022

Direview: 06-02-2022

Disetujui: 09-03-2022

**Abstract:** *A lot of content discusses the lives of young people, one of which is Friends With Benefit (FWB). Cretivox also raised this topic by presenting several speakers to tell their experiences about FWB. Content that provides education in fact still reaps negative responses and behavior from young people. This study uses the McQuail Effect Theory (1975) where the assumption of this theory states that mass communication has an effect on changes in the audience, receipt of information and changes in feelings. The data collection technique used a questionnaire with a sample of 100 respondents determined by Non Probability Sampling technique, namely Quota Sampling technique. Using descriptive research methods with a quantitative approach. The correlation value obtained is 0.473 which show a moderate and positive relationship. Positive means that there is a unidirectional relationship between variable X Youtube Content Cretivox Friends With Benefit and variabel Y negative behavior of Sam Ratulangi University students.*

**Keywords:** *Cretivox Youtube Content, Friends With Benefit, Student Negative Behavior*

**Abstrak:** Banyak konten yang membahas tentang kehidupan anak muda, salah satunya hubungan Friends With Benefit (FWB). Cretivox pun mengangkat topik ini dengan menghadirkan beberapa narasumber untuk menceritakan pengalaman mereka tentang FWB. Konten yang memberikan edukasi ini nyatanya masih menuai tanggapan dan perilaku negatif dari kalangan anak muda. Penelitian ini menggunakan Teori Efek McQuail (1975) dimana asumsi dari teori ini menyatakan bahwa komunikasi massa memberikan efek terhadap perubahan diri khalayak, penerimaan informasi dan perubahan perasaan. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dengan sampel sebanyak 100 responden yang ditentukan dengan teknik Non Probability Sampling yaitu teknik Sampling Kuota. Menggunakan metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Nilai korelasi yang didapat sebesar 0,473 dimana menunjukkan hubungan yang sedang dan positif. Positif maksudnya terjadi hubungan yang searah antara variabel X Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit dan variabel Y perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.

**Kata Kunci:** Konten Youtube Cretivox, Friends With Benefit, Perilaku Negatif Mahasiswa

### Pendahuluan

Memasuki era ini, teknologi informasi dan komunikasi berkembang pesat. Perubahan dari media lama (*old media*) menjadi media baru (*new media*) dapat kita lihat, dimana televisi mulai tergeser karena banyak orang yang mulai beralih ke media baru yaitu

Youtube. Kini, banyak konten Youtube yang menargetkan para generasi muda seperti pada *channel* Youtube Cretivox. Salah satu kontennya ialah *Friends With Benefit* (FWB), dimana dalam video tersebut, ada 100 narasumber yang bercerita untuk memberikan pendapat dan pengalaman tentang hubungan

yang sering terjadi di kehidupan kaum millennial yaitu *Friends With Benefit* atau FWB. Video "100 Orang Cerita Tentang Pengalaman FWB" memunculkan banyak reaksi dari khalayak yang terlihat dari sekian ribu komen yang terkumpul hanya untuk video itu saja. Untuk jumlah khalayak yang meyakini saja hingga 47 ribu orang, dapat dilihat audiens dari Cretivox khususnya pada video ini cukup banyak dan antusias. Sebagian komentar menyuarakan tentang lingkungan pertemanannya, bangga dengan pemikiran orang-orang dalam konten, mendapat pengetahuan baru dan mengutarakan pendapatnya. Itulah mengapa video ini perlu menjadi fokus dalam mengetahui bagaimana pendapat anak muda mengenai hal-hal yang terjadi dalam hubungan *Friends With Benefit*. Dalam ilmu sosial, fenomena hubungan *Friends With Benefit* dilihat sebagai bagian dari perubahan masyarakat dalam memaknai sebuah hubungan (Putri, 2005). Pada zaman dahulu, aktivitas seksual hanya dapat dilakukan ketika sudah memasuki jenjang pernikahan dan dianggap sah. Namun, saat ini seksualitas dapat dilakukan dengan siapa saja, bahkan dengan teman baru yang terlibat dalam FWB. Dengan melihat kehidupan zaman dahulu, masyarakat beranggapan bahwa hubungan pranikah merupakan hal yang tabu atau aib dan sangat bertentangan dengan agama. Namun saat ini, hubungan demikian sudah menjadi hal yang lumrah dilakukan oleh pasangan muda yang belum menikah. Sebenarnya harapan dari konten Cretivox mengenai FWB lebih bersifat positif yakni memberikan edukasi mengenai hubungan *Friends With Benefit* yang dilakukan anak muda saat ini. Dimana jika dilihat dari *Website Cretivox Company*, tujuan dari Cretivox ialah untuk membawa pesan berharga di balik setiap konten yang ditayangkan. Namun, sebagian mahasiswa ada yang menanggapi dan menyikapi konten tersebut dengan negatif. Bagaimana tidak, ada dari mereka yang ingin meniru karena penasaran bagaimana hubungan *Friends With Benefit* tersebut. Ada pula yang menonton karena ingin mencoba aktivitas seksual dalam suatu hubungan seperti halnya pada hubungan *Friends With Benefit* bahkan ada pula yang membandingkan hubungan *Friends With*

*Benefit* yang mereka jalani dengan yang dialami orang lain dalam konten tersebut. Mereka bisa saja melanjutkan hubungan *Friends With Benefit* tersebut yang pada akhirnya justru akan menggiring mereka berperilaku negatif karena dampak yang ditimbulkan. Dengan melihat harapan yang ingin diberikan oleh media Cretivox ini, justru tidak sesuai dengan kenyataan yang ada dikarenakan kondisi peradaban yang terjadi. *Friends With Benefit* tentu memiliki kerugiannya sendiri. Menurut Bisson & Timothy R Levine (dalam Azizah 2020:4) kerugian dari hubungan FWB adalah berkembangnya perasaan 65,3% merusak hubungan 28,2% tidak adanya komitmen 12,9% dan kemungkinan terjadinya kehamilan yakni 9,7%. Berdasarkan pada penelitian yang berjudul "*The Negative Aspects Of Friends With Benefit Relationships*" dimana hasil penelitian mengatakan bahwa kebanyakan orang yang terlibat dalam hubungan *Friends With Benefit* seringkali merasa dimanfaatkan, yang merupakan sumber rasa bersalah, kebencian diri dan resiko perasaan yang tidak terbalaskan. Perilaku negatif, seperti penyesalan, kemarahan, kekecewaan, frustrasi atau rasa tidak adil adalah konsekuensi alami dalam kasus seperti itu. Seseorang yang terlibat dalam hubungan FWB cenderung takut dalam mempublikasikan hubungannya. Menurut Eisenberg, fakta dalam hubungan FWB tidak dengan keterlibatan emosional, dapat menyebabkan penurunan harga diri dan setelahnya merasa dimanfaatkan. Sedangkan dengan melihat fenomena yang terjadi di kalangan mahasiswa, perilaku negatif yang ditimbulkan, seperti menjadi tidak fokus, malas belajar, tidak produktif, bahkan kurangnya kontrol pada emosi psikologis seperti yang dijelaskan sebelumnya.

### **Tinjauan pustaka Komunikasi Massa**

Menurut DeFleur & McQuail (1985), komunikasi massa adalah suatu proses dimana komunikator menggunakan media untuk menyebarluaskan pesan secara luas dan terus menerus menciptakan makna dan diharapkan dapat mempengaruhi khalayak yang besar dan

beragam dengan berbagai cara. Komunikasi Massa memiliki komponen diantaranya Komunikator, pesan atau message, media, khalayak, filter dan umpan balik.

### Media Baru

Media baru adalah berbagai macam perangkat teknologi komunikasi yang dimungkinkan oleh digitalisasi dan tidak hanya baru tetapi juga tersedia secara luas dengan karakteristik yang sama sehingga dapat digunakan untuk keperluan pribadi sebagai alat untuk berkomunikasi (Tosepu, 2018:10). Menurut (MCQuail, 2011) dalam bukunya Teori Komunikasi Massa, karakteristik utama dari media baru adalah keterhubungan, akses terhadap khalayak individu sebagai penerima dan pengirim pesan, interaktivitas, penggunaan yang beragam sebagai karakter terbuka dan ada dimana-mana.

### Media Sosial

Media sosial atau jejaring sosial merupakan bagian dari media baru. Boyd dalam Nasrullah (2015) mengatakan bahwa media sosial adalah sebuah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu dan komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial berawal dari tiga hal, yaitu *Sharing, Collaboration dan Connecting* (Puntoadi, 2011). Hingga saat ini, berbagai media sosial bermunculan dengan berbagai karakter dan keunggulan masing-masing seperti LinkedIn, MySpace, Facebook, Twitter, Instagram, Youtube, WhatsApp, Wiser, Google+ dan lain sebagainya. Media sosial juga kini menjadi sarana atau aktivitas *digital marketing*, seperti *social media maintenance, social media endorsment* dan *social media activation*.

### Konten

Simarmata (2011) mengungkapkan bahwa konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan dan sebagainya. Artinya, konten adalah sesuatu yang dapat dikelola dalam format elektronik. Dalam buku “Menjadi Kreator Konten di Era

Digital” (2021), jenis-jenis konten berdasarkan tujuannya, yaitu: konten edukasi, konten informatif, konten review, konten interaksi, status/tweet/quote, artikel (blog), foto, GIF, meme, infografik, video/vlog, podcast, live dan streaming,

### Youtube

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal, yaitu Chad Harley, Steve Chen, Jawed Karim pada Februari 2005. Menurut paparan Baskoro (2009) Youtube memunculkan definisi selaku situs media digital (video) yang bisa di *download*, diunggah, serta dibagikan (*share*) di semua penjuru negeri. Adapun karakteristik dari Youtube yang membuat pengguna betah menggunakannya (Fatty Faiqah, 2016) dibagi dalam 5 bagian, yaitu tidak ada batasan durasi untuk mengunggah video, sistem pengamanan yang mulai akurat, berbayar, sistem *offline* dan ersedia editor sederhana.

### Hubungan Friends With Benefit (FWB)

*Friends With Benefit* (FWB) didefinisikan sebagai hubungan antar jenis kelamin dimana lawan jenis terlibat dalam aktivitas seksual tetapi tidak mendefinisikan hubungan mereka sebagai hubungan romantis (Hughes & Asada 2005). Meskipun sejarah *Friends With Benefit* berasal dari budaya Barat, namun, pada kenyataannya, tidak dapat dipungkiri bahwa sebagaimana besar masyarakat Indonesia saat ini pernah melakukan hubungan seksual pranikah. Gusarova, Fraser, dan Alderson (2012:43) berpendapat bahwa *Friends With Benefit* sebagai suatu hubungan yang berawal dari persahabatan ataupun perkenalan, kemudian berlanjut pada beberapa tingkatan dalam keintiman seksual untuk jangka waktu yang tidak ditentukan, dan bagi kedua individu hal tersebut dianggap sebagai hubungan *non-dating*.

### Psikologi Komunikasi

Dalam buku Psikologi Komunikasi yang ditulis oleh Dr. Jalanuddin Rakhmat, M.Sc.(2018), Psikologi Hunt mengatakan Psikologi mencoba menganalisis seluruh komponen yang terlibat dalam proses

komunikasi. Pada diri komunikan, psikologi memberikan karakteristik manusia komunikan serta faktor-faktor internal maupun eksternal yang mempengaruhi perilaku komunikasinya. Psikologi meneliti proses mengungkapkan pikiran menjadi lambang, bentuk-bentuk lambang, dan pengaruh lambang terhadap perilaku manusia. Pada saat pesan sampai pada diri komunikator, psikologi melihat ke dalam proses penerimaan pesan, menganalisis faktor-faktor personal dan situasional yang memengaruhinya, dan menjelaskan berbagai corak komunikasi ketika sendiri atau dalam kelompok. Menurut Miller (1974:4) mengatakan psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental serta behavioral dalam komunikasi. Peristiwa behavioral adalah apa yang tampak ketika orang berkomunikasi. Fisher menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi: penerimaan stimuli secara indrawi, proses yang mengantari stimulus dan respon, prediksi respon dan peneguhan respon.

### Perilaku

Pengertian perilaku secara umum menurut Kusmiyati dan Desmiarti (1990) dalam (Sunaryo, 2002:3) adalah proses interaksi individu dengan lingkungannya sebagai manifestasi hayati bahwa dia adalah makhluk hidup. Menurut Steve H. Chaffe perubahan perilaku yaitu: 1) efek kognitif dimana terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak, 2) efek ini berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, atau informasi. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi, atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap atau nilai, 3) efek behavioral/konatif merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati; yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan atau kebiasaan berperilaku.

### Perilaku Negatif

Menurut Iqbal (2014), Perilaku negatif merupakan suatu perilaku yang menyimpang yang secara sosial tidak mampu menyesuaikan diri sendiri serta tingkah lakunya tidak dapat

diterima umum atau sekelompok orang. Batasan tentang perilaku menyimpang tidak begitu jelas dan luas, sebagai acuan bahwa perilaku dapat dikatakan menyimpang maka Gunarsa (1986) menggolongkan ke dalam dua jenis, yaitu:

Penyimpangan perilaku yang bersifat moral dan asosial yang tidak diatur dalam undang-undang sehingga tidak dapat digolongkan ke dalam pelanggaran hukum. Contohnya berbohong, membolos, kabur, membaca buku porno, berpesta pora semalam suntuk, berpakaian tidak pantas dan minum minuman keras.

Penyimpangan perilaku yang bersifat melanggar hukum dengan penyelesaiannya sesuai dengan undang-undang dan hukum, yang biasa disebut dengan kenakalan remaja. Misalnya berjudi, membunuh, memperkosa dan mencuri.

### Hipotesis

Hipotesis Alternatif ( $H^a$ ): Ada pengaruh yang kuat dari konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.

Hipotesis Nol ( $H^0$ ): Tidak ada pengaruh yang kuat dari konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.

### Metode Penelitian

#### Jenis penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif yang bertujuan mengungkapkan sesuatu apa adanya. Metode deskriptif kuantitatif digunakan untuk melihat, meninjau dan menggambarkan dengan angka tentang objek yang diteliti seperti apa adanya dan menarik kesimpulan tentang hal tersebut sesuai fenomena yang tampak pada saat penelitian dilakukan. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan metode survei. Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Menurut Sugiyono (2021:259) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat

pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Kuesioner dalam penelitian ini disebar dalam bentuk *Google Form* melalui aplikasi *Whatsap*. Teknik penarikan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah *nonprobability sampling*. Dalam teknik ini peneliti menggunakan teknik *sampling Kuota*. Kuota sampling adalah sebuah cara yang digunakan untuk menentukan sampel berdasarkan pupulasi yang mempunyai ciri tertentu hingga jumlah atau kuota yang diharapkan terpenuhi. Subjek penelitian adalah para mahasiswa Universitas Sam Ratulangi secara acak (random sampling) yang pernah menonton konten pada akun *Cretivox*. Karena jumlah populasi diketahui maka perhitungan sampel menggunakan rumus slovin. Setelah dihitung menggunakan rumus slovin yang memiliki tingkat signifikan 0.1 (10%), maka jumlah sampel minimal yang harus diambil sebanyak 100 orang yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Sam Ratulangi (10 orang dari setiap fakultas berbeda) yang pernah menonton konten Youtube *Cretivox Friends With Benefit*. Adapun karakteristik responden dalam penelitian ini yakni berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili, kuantitas tontonan. Jenis skala yang digunakan dalam penelitian ini adalah skala *Likert*. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi. Penggunaan analisis regresi untuk mengetahui bagaimana variabel dependen/kriteria dapat diprediksikan melalui variabel independen atau prediktor. Dalam penelitian ini, model regresi yang akan digunakan adalah regresi linear sederhana, mengingat dalam penelitian ini hanya memiliki satu variabel bebas dan satu variabel terikat. Oleh karena itu, untuk pengujian asumsi klasik dapat diabaikan tetapi untuk pengujian asumsi dasar harus tetap digunakan sebagai syarat dalam analisis regresi sederhana. Adapun pengujian atau perhitungan yang dilakukan dalam penelitian ini menggunakan bantuan program komputer *Statistical Package for Sosial Science (SPSS)* versi 25.

### Hasil Penelitian

### Uji Validitas

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dengan menggunakan angket untuk variabel konten youtube *Cretivox Friends With Benefit* sebanyak 12 butir pertanyaan adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

Berdasarkan hasil diatas, dapat disimpulkan bahwa instrumen penelitian dengan menggunakan angket untuk variabel perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi sebanyak 12 butir pertanyaan adalah valid. Hal ini dibuktikan dengan perolehan  $r_{hitung} > r_{tabel}$ .

### Uji Reliabilitas

Tabel Uji Reliabilitas

Variabel	Cronbach's Alpha	N Of Items	Keterangan
Konten Youtube <i>Cretivox Friends With Benefit</i> (X)	0,926	12	Reliabel
Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y)	0,916	12	Reliabel

Sumber: Data Diolah Penulis, SPSS ver 25 (2023)

Berdasarkan hasil yang diperoleh, variabel Konten Youtube *Cretivox Friends With Benefit* diperoleh 0,926 dan variabel Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi diperoleh 0,916, maka instrumen yang diuji dinyatakan reliabel karena hasil yang diperoleh kedua variabel lebih besar dari 0,65.

### Regresi Linear Sederhana

Tabel Regresi Sederhana

Model	Coefficients <sup>a</sup>		T	Sig.
	Unstandardized Coefficients B	Std. Error		
1 (Constant)	.468	.274	1.706	.091
Konten Youtube <i>Cretivox Friends With Benefit</i>	1.946	.004	1.000	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi

Sumber: Data Diolah Penulis, SPSS ver 25 (2023)

Diketahui nilai *constant* (a) sebesar 0,468 sedangkan nilai Konten Youtube *Cretivox Friends With Benefit* (b/koefisien regresi) sebesar 1,946 sehingga persamaan tersebut dapat ditulis:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 0,468 + 1,946 X$$

Dari persamaan tersebut dapat dijelaskan bahwa nilai konstanta sebesar 0,468, mengandung arti bahwa nilai konsisten variabel *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit* sebesar 0,468 dan untuk nilai koefisien regresi X sebesar 1,946. Menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit*, maka nilai perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi bertambah sebesar 1,946. Koefisien tersebut bernilai positif sehingga dapat dikatakan bahwa ada pengaruh variabel *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit* (X) terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y).

### Koefisien Korelasi

**Tabel Koefisien Korelasi (r)**

		Correlations	
		Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit	Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi
Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit	Pearson Correlation	1	.473**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi	Pearson Correlation	.473**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Diolah Penulis, SPSS ver 25 (2023)

Jika nilai signifikansi 0,05, maka nilai Pearson Correlation (0,473) >  $r_{tabel}$  (0,195) maka ada hubungan korelasi. Jadi, pengaruh variabel *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit* (X) terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y) memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu korelasi sedang.

### Koefisien Determinasi

**Koefisien Determinasi (r<sup>2</sup>)**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.473 <sup>a</sup>	.224	.216	10.041

a. Predictors: (Constant), Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit

Sumber: Data Diolah Penulis, SPSS ver 25 (2023)

Dari tabel diatas diperoleh Koefisien determinasi dapat diketahui (R Square) sebesar 0,224%, yang berarti bahwa pengaruh variabel bebas (*Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit*) terhadap variabel terikat (perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi) sebesar 22,4% sedangkan sisanya 77,6%

dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan atau dibahas dalam penelitian ini.

### Uji Hipotesis

#### Uji t

#### Uji T

Coefficients<sup>a</sup>

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.124	5.038		1.216	.227
Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit	.611	.115	.473	5.314	.000

a. Dependent Variable: Perilaku Negatif Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi

Sumber: Data Diolah Penulis, SPSS ver 25 (2023)

Berdasarkan nilai signifikan sebesar 0,000 yang berarti kurang dari 0,05, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit* (X) berpengaruh terhadap variabel perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y). Berdasarkan nilai t diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.314 >  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 sehingga dapat disimpulkan bahwa  $H^0$  ditolak dan  $H^a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara *Konten Youtube Cretivox Friends With Benefit* terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.

### Pembahasan

Sebelumnya peneliti mengelompokkan empat karakteristik responden dalam mengisi kuesioner yakni karakteristik berdasarkan jenis kelamin, usia, domisili dan kuantitas tontonan. Pada karakteristik berdasarkan jenis kelamin, menyatakan bahwa responden yang paling banyak mengisi kuesioner ialah perempuan yang terdiri dari 73 orang dengan presentase 73%. Dibandingkan laki-laki yang hanya berjumlah 27 orang dengan presentase 27%. Sedangkan pada karakteristik berdasarkan usia, responden yang paling banyak mengisi kuesioner adalah mahasiswa yang berusia 21 tahun yaitu sebanyak 47 orang dengan presentase 47% dan paling sedikit yakni berusia 23 tahun yang hanya terdiri dari 1 orang dengan presentase 1%. Selanjutnya karakteristik

berdasarkan domisili responden. Saat mengisi kuesioner para responden tidak hanya berdomisili di dalam Kota Manado saja, namun ada juga yang berada di luar Manado. Hal ini dikarenakan waktu penelitian dilakukan saat hari libur. Meskipun demikian, sebagian besar responden yang mengisi kuesioner berada di Kota Manado dengan jumlah responden sebanyak 70 orang dengan presentase 70%. Untuk karakteristik kuantitas responden yang menonton konten Cretivox *Friends With Benefit* dibagi menjadi dua kategori yakni hanya sekali menonton konten dan lebih dari sekali menonton konten. Hasilnya menunjukkan bahwa konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* paling banyak ditonton responden adalah sebanyak lebih dari sekali yang berjumlah 61 orang dengan presentase 61% sedangkan yang hanya sekali menonton konten hanya berjumlah 39 orang dengan presentase 39%.

Berdasarkan hasil perhitungan analisis regresi sederhana, maka dapat diketahui bahwa terdapat pengaruh variabel konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* (X) terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y). Bahwa nilai konsisten variabel konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* sebesar 0,468 dan untuk nilai koefisien regresi X sebesar 1,946. Menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai Konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit*, maka nilai perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi bertambah sebesar 1,946. Pada hasil pengujian koefisien determinasi bahwa ada pengaruh antara variabel Konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* (X) terhadap variabel perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi (Y) yakni sebesar 22,4% sedangkan sisanya 77,6% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak dimasukkan atau dibahas dalam penelitian ini.

Menurut penelitian oleh Gigih Novanda dan Achmad Supriyanto (2020) mengatakan bahwa adapun faktor lain selain seks bebas yang mempengaruhi perilaku negatif mahasiswa seperti gaya hidup yang berlebihan, minum-minuman keras, penyalahgunaan narkoba, penyebaran hoax, dan tindak kriminal. Ditambahkan pula dari hasil penelitian yang

dilakukan oleh Moh. Adli Hidayat (2020) yang menemukan bahwa dua jenis efek yang terjadi yakni pertama, pembentukan budaya berkomentar dengan bahasa yang kasar pada konten. Kedua, peningkatan agresivitas verbal khalayak dan peningkatan pengabaian terhadap efek dari kekerasan verbal. Hasil berikutnya mengemukakan kategorisasi kekerasan verbal yang ada di Youtube. Pertama, konten Youtube dengan penggunaan kata kasar. Kedua, konten Youtube dalam bentuk cyberbullying. Bentuk perilaku verbal demikian yang akan membentuk penyimpangan perilaku yang tentunya berpengaruh terhadap perubahan sosial di masyarakat.

Dalam pengujian hipotesis diketahui nilai signifikan yang didapat lebih kecil dari 0,05 dan nilai  $t_{hitung}$  lebih besar dari  $t_{tabel}$ . Diketahui nilai  $t_{hitung}$  sebesar 5.314 lebih besar dari  $t_{tabel}$  sebesar 1,985 sehingga dapat diambil keputusan bahwa  $H^0$  ditolak dan  $H^a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* terhadap perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi. Berdasarkan hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa Konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* berpengaruh terhadap variabel perilaku negatif mahasiswa Universitas Sam Ratulangi.

Dari hasil penelitian ini terbukti bahwasannya ternyata ada mahasiswa di Universitas Sam Ratulangi yang menjalani hubungan *Friends With Benefit* ini. Ada yang bahkan diajak maupun mengajak orang lain untuk menjalani hubungan tersebut. Sedangkan banyak yang baru mengetahui hubungan *Friends With Benefit* karena menonton konten Youtube Cretivox. Melihat dampak yang diberikan diatas, tentunya sesuai dengan teori Efek dari McQuail (1975). Dimana dalam teori tersebut ada kesepakatan bahwa bila efek terjadi, efek itu seringkali berbentuk penegasan dari sikap dan pendapat yang ada. Efek yang terjadi tentunya berbeda-beda tergantung penilaian terhadap sumber informasi. Makin sempurna monopoli komunikasi massa, maka makin besar pula perubahan pendapat yang ditimbulkan. Sejauh mana persoalan dianggap penting oleh khalayak akan mempengaruhi

kemungkinan pengaruh media lebih efektif dalam suatu persoalan. Penafsiran isi oleh khalayak tentunya dipengaruhi oleh pendapat dan kepentingan yang ada dan norma. Terakhir, struktur hubungan interpersonal pada khalayak mengantarai arus komunikasi, membatasi dan menentukan efek yang terjadi. Selain teori yang digunakan, hasil penelitian ini didukung oleh peneliti terdahulu yaitu Markus Ravellito dan Santi Delliana (2022) yang mengatakan bahwa Youtube sebetulnya sangat membantu masyarakat sehingga memberikan efek positif namun karena adanya kesalahan pengguna media sehingga banyak efek negatif yang ditimbulkan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang kuat antara konten Youtube Cretivox dan persepsi khalayak terkait fenomena Friends With Benefit dengan presentase 59,5% dan sebesar 40,5% dipengaruhi oleh variabel lainnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Eribka David (2017) menyatakan bahwa terjadi hubungan yang kuat dan positif antara konten Youtube dan pembentukan sikap mahasiswa. Bila konten sering ditonton maka akan terjadi pembentukan sikap pada mahasiswa. Pembentukan sikap yang terjadi yaitu ingin mencoba hal yang ada dalam konten. Dari penelitian Gigih Novanda dan Achmad Supriyanto (2020) mengatakan bahwa pengaruh media sosial terhadap penyimpangan perilaku pada mahasiswa seperti gaya hidup yang berlebihan, dominan menjadi malas, tindak kriminal, seks bebas dan bisa mengasingkan diri dari lingkungan sekitar. Kehadiran Youtube sebagai objek fisik memberikan gambaran bagi mahasiswa dalam menyikapi media tontonannya. Sering kali, orang menggunakan media untuk mencari tahu hal yang belum diketahui sebelumnya. Buktinya, banyak orang mengetahui hubungan *Friends With Benefit* dari konten Cretivox yang membahas hubungan tersebut. Mereka memiliki perasaan positif dan negatif pada media tertentu. Tumbuhnya perasaan senang atau percaya pada media massa tertentu erat kaitannya dengan pengalaman individu bersama media massa tersebut; boleh jadi faktor isi pesan mula-mula amat berpengaruh,

tetapi kemudian jenis media itu diperhatikan, apapun yang disiarkan.

### Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pengujian hipotesis maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Nilai korelasi yang didapat adalah menunjukkan hubungan yang sedang dan positif. Positif maksudnya terjadi hubungan yang searah antara konten Youtube Cretivox *Friends With Benefit* dan perilaku negatif mahasiswa. Bila konten Youtube Cretivox sering ditonton maka konten tersebut memberikan efek terhadap perubahan diri khalayak, penerimaan informasi dan perubahan perasaan. Adapun sikap negatif yang terbentuk berdasarkan pada tanggapan ataupun respon mahasiswa terhadap suatu konten, membandingkan pengalaman mereka dengan yang dialami narasumber bahkan keinginan untuk mencoba atau meniru hal-hal yang ada dalam konten. Perilaku negatif yang terjadi di kalangan mahasiswa seperti menjadi tidak fokus, malas belajar, tidak produktif, bahkan kurangnya kontrol pada emosi psikologis seperti seringkali merasa bersalah, kebencian diri, penyesalan, kemarahan, kekecewaan, frustrasi atau rasa tidak adil adalah konsekuensi alami dalam keadaan tersebut.

### Referensi

- Azzizah, Annisa Nur (2020). *Friends With Benefit: Agensi Seksual Kaum Muda Dalam Kontestasi Nilai Dan Norma*. Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Program Studi Sosiologi. Depok. Universitas Indonesia.
- David Eribka. 2017. *Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*
- Defleur, Dennis Mcquail. 1985. *Understanding Mass Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Devina Hermanto. “Pengaruh Tayangan Variety Show *Running Man* di SBS

- terhadap Perubahan Perilaku (Studi Pada Anggota Groupfans Running Man Indonesia di Twitter).*
- Ewa Włodarczyk. *The Negative Aspects Of Friends With Benefits Relationships.* [https://www.researchgate.net/publication/289883412\\_The\\_negative\\_aspects\\_of\\_Friends\\_with\\_benefits\\_relationships](https://www.researchgate.net/publication/289883412_The_negative_aspects_of_Friends_with_benefits_relationships)
- Fatty Faiqah, Muh. Nadjib, dan Andi Subhan Amir, *YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram.* Jurnal Komunikasi KAREBA, Vol. 5 No.2 (2016). hlm. 260.
- Hughes, Marrisao & Asada. 2005. *Whats Love Got To Do With It? Exploring The Impact Of Maintenance Rules, Love Attitudes, And Network Support On Friends With Relationship.* Western Journal Of Communication.
- Lathifah Edid, 2021. *Menjadi Kreator Konten Di Era Digital.* Yogyakarta. DIVA Press
- McQuail Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa.* Jakarta: Salembag Humaniaka
- Moh. Adli Ahdiyat. 2020. *Kekerasan Verbal di Konten Youtube Indonesia Dalam Perspektif Kultivasi*
- Novinda Gigih, Acmad Supriyanto. 2020. *Pengaruh Media Sosial Terhadap Penyimpangan Perilaku Pada Mahasiswa.* Conference.UM
- Nurudin. (2004), *Komunikasi Massa,* Malang: Cespur.
- Rakhmat Jalaluddin. 2018. *Psikologi Komunikasi.* Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ravellito Markus, Santi Delliana. 2022. *Pengaruh Konten Youtube Cretixox terhadap persepsi Remaja terkait Fenomena Friends With Benefit.* E-Journal Undiksha.
- Simarmata, J. (2010). *Rekayasa Web.* Yogyakarta: CV. Andi Offset
- Siswanto dan Suyanto. 2018. *Metodologi Penelitian Kuantitatif Korelasional: Dilengkapi Contoh Analisis Data.* Klaten: Boscript.
- Sugiyono, Puji Lestari. 2021. *Metode Penelitian Komunikasi.* Yogyakarta: Alfabeta