

# **PENGARUH PENGGUNAAN *CHANNEL YOUTUBE* “KERAJINAN 5-MENIT” TERHADAP PENGEMBANGAN KREATIVITAS PADA GENERASI MILENIAL**

Yanti Trianita<sup>1</sup>, R. Kharismaya Fitriiningrum<sup>2</sup>  
Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma  
Jl. Margonda Raya No. 100, Pondok Cina-Depok<sup>1,2</sup>  
[yantitrianita@staff.gunadarma.ac.id](mailto:yantitrianita@staff.gunadarma.ac.id)<sup>1</sup>, [rkharismaia@gmail.com](mailto:rkharismaia@gmail.com)<sup>2</sup>

## **ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan *Channel* YouTube Kerajinan 5 Menit terhadap pengembangan keterampilan kreatif pada generasi milenial menggunakan Teori Kognitif Sosial dan Teori Media Baru. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan pengambilan subjek dalam penelitian ini adalah *subscriber Channel* YouTube Kerajinan 5 Menit dengan jumlah sampel 100 responden. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah dengan menggunakan *purposive sampling*. Metode analisis data dalam penelitian ini menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji analisis data, uji korelasi, uji analisis regresi linier sederhana, uji koefisien determinasi, dan pengujian hipotesis menggunakan uji T dengan bantuan SPSS versi 23. Hasil menunjukkan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara *Channel* Youtube Kerajinan 5 Menit terhadap perkembangan kreativitas pada generasi milenial. Hal ini sesuai dengan Teori Kognitif Sosial bahwa dengan menggunakan *Channel* YouTube Kerajinan 5 Menit dapat meningkatkan kemampuan kreativitas generasi milenial dengan mengamati dan meniru model-model yang ditampilkan dalam suatu kegiatan melalui YouTube.

**Kata Kunci** : Kerajinan 5 Menit, Saluran YouTube, Kreativitas, Generasi Milenial

## **PENDAHULUAN**

Teknologi informasi dan komunikasi saat ini berkembang dengan pesat khususnya pada era milenial. Dengan berkembangnya teknologi tentunya ini akan memberikan dampak yang positif bagi masyarakat, salah satunya adalah dalam penggunaan internet. Hadirnya internet dapat membantu dalam mengakses informasi dengan mudah secara tak terbatas pada ruang dan waktu. Selain itu, internet juga dapat dimanfaatkan sebagai media pembelajaran.

Hasil Survei Sosial Ekonomi Nasional (2018), membuktikan bahwa pengguna internet terbanyak adalah generasi milenial, dengan persentase tertinggi yaitu mencapai 56,42%, selanjutnya generasi X sebesar 20,35% dan terakhir adalah generasi *babyboom* yaitu 4,10%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa generasi milenial merupakan yang paling banyak dalam memanfaatkan atau menggunakan internet. Hal ini dikarenakan generasi Y merupakan generasi yang tumbuh pada era internet *booming* (Lyons, 2004 dalam Putra, 2016).

Beberapa peneliti mendefinisikan generasi Y (milenial) adalah generasi yang lahir pada tahun 1980-1999, sedangkan (Ali & Purwandi, 2017)

menyebutkan bahwa mereka adalah yang lahir antara tahun 1981-2000. Pendapat lainnya mengatakan bahwa generasi Y adalah yang lahir 1980-2000.

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin canggih, membuat setiap orang mampu menggunakan teknologi digital dan memanfaatkannya dalam seluruh aspek kehidupan, mulai dari komunikasi, sosialisasi hingga pendidikan (BPS, 2018). Sejalan dengan pendapat (Che dkk: 2014 dalam Tohari, dkk: 2019) mengemukakan bahwa teknologi dapat digunakan untuk mendorong proses pembelajaran, mendukung pengaturan komunikasi, menilai kegiatan pembelajaran, mengelola sumber daya dan menciptakan bahan pembelajaran.

Pemanfaatan teknologi telah menunjukkan banyak karakteristik baru yang dapat diterapkan untuk membuat pembelajaran lebih menarik bagi peserta didik (Keller & Suzuki, 2004). Salah satu pemanfaatan teknologi digital yang saat ini sedang berkembang adalah Youtube. Youtube adalah situs berbagai video yang sangat populer hingga saat ini. “Sekitar 100.000 video ditonton setiap harinya di Youtube. Setiap 24 jam ada 65.000 video baru diunggah ke Youtube. Setiap bulannya Youtube dikunjungi oleh 20 juta penonton dengan mayoritas kisaran usia antara 12 tahun sampai 17 tahun (Burke, Snyder, & Rager, 2009 dalam Tohari dkk, 2019).

Menurut [www.Alexa.com](http://www.Alexa.com) (situs penghitung peringkat website) menunjukkan bahwa YouTube.com menempati urutan ke-3 sebagai situs yang paling banyak dikunjungi di Indonesia. Hal tersebut sekaligus menjadikan YouTube sebagai platform media sosial nomor 1 yang paling aktif di Indonesia setelah Whatsapp dan Facebook, berdasarkan *Digital Hootsuite 2019*.

Youtube memberikan akses kepada semua orang untuk menuangkan ide-ide kreatifnya dalam bentuk video. Sehingga banyak pengguna YouTube membuat *channel* kategori edukasi “*How To*” (bagaimana cara), salah satu *channel* YouTube yang turut mengembangkan kemampuan kreativitas adalah *channel* Kerajinan 5-Menit. *Channel* Kerajinan 5-Menit adalah sebuah saluran YouTube berjenis swakarya atau swakarya versi Indonesia (resmi). Amerika Serikat sebagai negara yang pertama kali membuat saluran swakarya pada *platform* YouTube ini memiliki nama *5-Minute Crafts*. Menayangkan video proyek D.I.Y (*Do It Yourself*) yang menyenangkan untuk dijadikan contoh dalam melakukan kerajinan sendiri dimanapun berada.

Di Indonesai *channel* kerajinan 5-menit menduduki urutan teratas dalam negeri sebagai *channel platform* YouTube pada kategori *How To* versi *SocialBlade.com*, *channel* ini juga telah menarik banyak *subscribers* hingga 10.000.000 (per tanggal 5 Juli, 2020) serta telah mengunggah sebanyak 1.968 video kerajinan.

Video-video yang telah diunggah oleh *channel* kerajinan 5-menit dapat dijadikan sebagai media pembelajaran dalam melakukan kegiatan eksperimen untuk mengetahui cara atau proses terjadinya sesuatu dan mengapa sesuatu dapat

terjadi, serta bagaimana mereka dapat menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada, sehingga pada akhirnya dapat membuat membuat sesuatu yang bermanfaat dari kegiatan tersebut. Melalui eksperimen diharapkan dapat melatih pengembangan kreativitas, kemampuan berpikir logis, kemampuan mengamati, serta meningkatkan rasa ingin tahu. Berdasarkan latar belakang di atas, maka penelitian dilakukan untuk menjawab apakah *channel* Youtube kerajinan 5-menit memiliki pengaruh terhadap pengembangan kreativitas pada generasi milenial.

## TINJAUAN PUSTAKA

### *Channel*

Menurut Harold D. Lasswell (1948), komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan yang dilakukan melalui media kepada komunika te yang menimbulkan efek tertentu. Model komunikasi Lasswell menggambarkan kajian proses komunikasi secara ilmiah yang menitik beratkan pada berbagai turunan dari setiap elemen komunikasi dan sekaligus merupakan jawaban dari pertanyaan yang telah ia kemukakan. Ke-lima elemen komunikasi tersebut adalah (1) *Who*, merujuk pada komunikator/sumber/pengirim pesan atau *communicator/source/sender*. (2) *(Says) What*, merujuk pada isi pesan atau *message*. (3) *(In Which) Channel*, merujuk pada media atau saluran (*channel*) yang digunakan dalam menyampaikan pesan. (4) *(To) Whom*, merujuk pada komunikan atau komunika te atau penerima pesan. (5) *(With What) Effects*, merujuk pada efek media yang ditimbulkan.

### **YouTube**

Media *online* berbasis *web video sharing* (berbagi video) yang bergerak dalam bidang penyaluran informasi, dimana para pengguna dapat memuat, menonton dan berbagi klip video secara gratis. Hingga saat ini, YouTube menjadi media *online video provider* yang paling dominan di Amerika Serikat dan bahkan dunia dengan menguasai 43% pasar (Faiqah, Nadjib, & Amir, 2016). YouTube telah memiliki lebih dari dua milyar pengguna yang merupakan hampir sepertiga semua pengguna internet. Dilansir dari statistik dalam situs YouTube.com, hingga Agustus 2020 pembuat konten pada YouTube sudah mengunggah 800 juta video dan dalam penayangannya dapat menghasilkan uang. Pada akhirnya semakin banyak orang mendaftar akun kanal YouTube dikarenakan YouTube telah membuka lapangan pekerjaan (*YouTube Statistics*, 2020).

### **Generasi Milenial**

Menurut Manheim generasi adalah suatu konstruksi sosial yang di dalamnya terdapat sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur dan pengalaman historis yang sama. Individu yang menjadi bagian dari satu generasi, adalah mereka yang memiliki kesamaan tahun lahir dalam rentang waktu 20 tahun dan berada dalam dimensi sosial dan dimensi sejarah yang sama. Howe dan

Strauss membagi generasi berdasarkan kesamaan rentang waktu kelahiran dan kesamaan kejadian-kejadian historis (dalam bukunya yang berjudul *Millennials Rising: The Next Great Generation*, 2000). Pendapat lain menurut Elwood Carlson generasi milenial adalah mereka yang lahir dalam rentang tahun 1983 sampai dengan 2001 (dalam bukunya yang berjudul *The Lucky Few: Between the Greatest Generation and the Baby Boom*, 2008). Generasi milenial memiliki karakter dan ciri yang unik yaitu kreatif, informatif, mempunyai *passion* dan produktif. Hal tersebut juga disebabkan karena generasi milenial dibesarkan oleh kemajuan teknologi. penelitian yang dilakukan Susenas (2017) mengenai pemanfaatan seluler di Indonesia menunjukkan bahwa generasi milenial lebih unggul jika dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya.

Persentase generasi milenial di Indonesia yang menggunakan menggunakan telepon seluler (*HP*)/Nirkabel pada tahun 2017 sudah mencapai sudah mencapai 91,62 persen. Persentase ini jauh lebih tinggi jika dibandingkan dengan Generasi X yang sebesar 77,02 persen dan Generasi Baby Boom dan veteran yang hanya sebesar 43,72 persen. Begitu pula dengan penggunaan komputer di Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan Susenas (2017) menunjukkan bahwa persentase Generasi Milenial yang menggunakan komputer sebesar 29,57 persen, Generasi X sebesar 12,3 persen, sedangkan Generasi Baby Boom dan veteran hanya sebesar 2,71 persen. Hal ini menunjukkan kembali hasil studi yang dilakukan Deal dkk (2010) yang menyebutkan bahwa generasi milenial lebih banyak menggunakan teknologi disebabkan oleh usia terpapar dengan teknologi baru lebih muda dibandingkan dengan generasi lain.

### **Pengembangan Kreativitas (Melalui Eksperimen)**

Metode eksperimen banyak dihubungkan dengan metode pemecahan masalah. Melalui eksperimen akan melatih pengembangan kreativitas, kemampuan berpikir logis, senang mengamati, meningkatkan rasa ingin tahu dan kekaguman pada alam, dan ilmu pengetahuan. Eksperimen (percobaan) yang dimaksud dalam hal ini bukanlah suatu proses yang rumit, melainkan bagaimana mereka dapat mengetahui cara atau proses terjadinya sesuatu dan mengapa sesuatu dapat terjadi serta bagaimana mereka dapat menemukan solusi terhadap permasalahan yang ada dan pada akhirnya mereka dapat membuat sesuatu yang bermanfaat dari kegiatan tersebut. (Rachmawati dan Kurniati dalam bukunya yang berjudul *Strategi Pengembangan Kreativitas pada Anak*, 2011). Kreativitas adalah kemampuan seseorang untuk melahirkan sesuatu yang baru, baik berupa gagasan maupun karya nyata yang relatif berbeda dengan apa yang telah ada. Selanjutnya ia menambahkan bahwa kreativitas merupakan kemampuan berpikir tingkat tinggi yang mengimplikasikan terjadinya eskalasi dalam kemampuan berpikir, ditandai oleh sukseksi, diskontinuitas, diferensiasi, dan integrasi antara setiap tahap perkembangan. Sementara itu menurut *Csikzentmihalyi* (dalam Munandar, 1995),

beliau memaparkan kreativitas sebagai produk berkaitan dengan penemuan sesuatu, memproduksi sesuatu yang baru, daripada akumulasi keterampilan atau berlatih pengetahuan dan mempelajari buku. Berdasarkan beberapa definisi di atas dapat kita simpulkan bahwa kreativitas merupakan suatu proses mental individu yang melahirkan gagasan, proses, metode ataupun produk baru yang efektif dan bersifat imajinatif, estetis, fleksibel, integrasi, suksesi, diskontinuitas, dan diferensiasi yang berdaya guna dalam berbagai bidang untuk pemecahan suatu masalah (Rachmawati & Kurniati, 2011).

### **Teori Media Baru**

Denis McQuail (2011) mendefinisikan *new media* atau media baru sebagai perangkat teknologi elektronik yang berbeda dengan penggunaan yang berbeda pula. Media elektronik baru ini mencakup beberapa sistem teknologi seperti; sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer). Ciri utama yang membedakan media baru dengan media lama adalah desentralisasi (pengadaan dan pemilihan berita tidak lagi sepenuhnya berada di tangan komunikator), kemampuan tinggi (pengantaran melalui kabel atau satelit mengatasi hambatan komunikasi yang disebabkan oleh pemancar siaran lainnya), komunikasi timbal balik (komunikator dapat memilih, menjawab kembali, menukar informasi dan dihubungkan dengan penerima lainnya secara langsung), kelenturan (fleksibilitas bentuk, isi dan penggunaan). Media baru memiliki fungsi sebagai arus informasi yang dapat dengan mudah dan cepat diakses dimana saja dan kapan saja, sebagai media transaksi jual beli, sebagai media hiburan, sebagai media komunikasi yang efisien, serta sebagai sarana pendidikan. Media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan YouTube merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori *online media*. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara *online*.

### **Teori Kognitif Sosial**

Teori Kognitif Sosial (*Social Cognitive Theory*) merupakan sebutan baru dari Teori Belajar Sosial (*Social Learning Theory*) yang dikemukakan oleh Albert Bandura pada tahun 1970-an dan 1980-an. Teori Kognitif Sosial adalah teori yang menonjolkan gagasan bahwa sebagian besar pembelajaran manusia terjadi dalam sebuah lingkungan sosial. Dengan mengamati orang lain, manusia memperoleh pengetahuan, aturan-aturan, keterampilan-keterampilan, strategi-strategi, keyakinan-keyakinan, dan sikap-sikap. Individu-individu juga melihat model-model atau contoh-contoh untuk mempelajari kegunaan dan kesesuaian perilaku-perilaku akibat dari perilaku yang di modelkan, kemudian mereka bertindak

sesuai dengan keyakinan tentang kemampuan mereka dan hasil yang diharapkan dari tindakan mereka (Dale, 2012).

Teori Bandura menjadi dasar dari perilaku pemodelan yang digunakan dalam berbagai pendidikan secara massal. Lebih lanjut menurut Bandura (1982) penguasaan *skill* dan pengetahuan yang kompleks tidak hanya bergantung pada proses perhatian, retensi, motor reproduksi dan motivasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh unsur-unsur yang berasal dari diri pembelajar sendiri yakni “*sense of self efficacy*” dan “*self-regulatory system*”. *Sense of self efficacy* adalah keyakinan pembelajar bahwa ia dapat menguasai pengetahuan dan keterampilan sesuai standar yang berlaku. *Self regulatory* adalah menunjuk kepada 1) struktur kognitif yang memberi referensi tingkah laku dan hasil belajar, 2) sub proses kognitif yang merasakan, mengevaluasi, dan pengatur tingkah laku kita (Bandura, 1978).

### METODELOGI PENELITIAN

Metode pada penelitian ini yaitu menggunakan kuantitatif deskriptif, yang bertujuan untuk menguji teori dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel tersebut diukur dengan menggunakan instrumen penelitian sehingga menghasilkan data yang terdiri dari angka-angka dan dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik (Noor, 2011). Adapun pendekatan deskriptif yang dimaksud pada penelitian ini adalah metode yang berfungsi untuk mendeskripsikan atau memberi gambaran terhadap objek yang diteliti melalui data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan yang berlaku umum Sugiyono (2012). Populasi dalam penelitian ini adalah generasi milenial yang menjadi *subscribers* Channel YouTube Kerajinan 5-Menit berjumlah 10.000.000 subscribers dengan sampel penelitian sebanyak 100 orang. Variabel-variabel yang terkait dalam penelitian ini adalah; (1) variabel bebas (*independent variabel*) yaitu penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit, dengan indikator yaitu *credibility, context, content, clarity, continuity and consistency, capability of audience, dan channels of distribution* (Scott M Cutlip dan Allen, 2019). (2) Variabel terikat (*dependent variabel*) yaitu pengembangan kreativitas pada generasi milenial, dengan indikator yaitu *fluency, flexibility, originality, elaboration, sensitivity* (Rachmawati & Kurniati, 2010). Data yang dihasilkan merupakan hasil analisis kuesioner yang telah dilakukan oleh peneliti kepada *subscribers channel* YouTube Kerajinan 5-Menit menggunakan *Google Form*. Selain itu, peneliti juga memperoleh data tambahan melalui jurnal, buku-buku, dan dokumen lainnya yang relevan dengan topik penelitian. Data dianalisis dengan menggunakan *software* SPSS versi 23. Adapun teknik analisis data yang digunakan yaitu dengan melakukan uji validitas, reliabilitas dan normalitas dengan sampel sebanyak 30 responden. Kemudian tahap berikutnya yaitu dengan menyebar kuesioner sebanyak 100 responden untuk mengetahui dan menganalisis

pengaruh dari variabel X (penggunaan *channel* Youtube Kerajinan 5-Menit) terhadap variabel Y (pengembangan kreativitas).

### HASIL DAN DISKUSI

*Channel* Kerajinan 5-Menit adalah *channel* YouTube yang khusus mengunggah konten-konten kreativitas seperti *life hacking* dan *D.I.Y (Do It Yourself)*. Membuat kerajinan sederhana yang kemudian dapat diajarkan kepada anak agar menumbuhkan kreativitas serta kepedulian untuk memanfaatkan kembali barang-barang bekas merupakan salah satu contoh D.I.Y. Visi dan misi dari *trend* kreativitas ini tidak lain adalah ekonomi, baik bagi para pembuat video-video itu sendiri atau para penonton yang dapat menerapkannya. Sebagai contoh, produk-produk swakriya kini menjadi komoditas baru di beberapa sektor seperti pernik-pernik pernikahan, hadiah dan dekorasi rumah. Media sosial seperti Instagram bisa jadi etalase gratis dan efisien untuk memasarkan produk swakriya, bahkan bisa menjadi usaha yang menarik dan memiliki potensi tinggi. Untuk menysasar potensi tersebut dibutuhkan kreativitas dan ketelatenan, kemasan yang baik adalah kunci utama menarik perhatian di media sosial. Produk-produk swakriya harus ditampilkan sebaik mungkin dengan penataan dan foto yang menarik. Selain itu, cara menarik perhatian di media sosial adalah dengan membuat iklan contoh produk secara berkala, membuat promo, *give away* dan sebagainya, bukan tidak mungkin jika produk swakriya akan menjadi satu komoditas yang menjanjikan (Wicaksono, *Video Tutorial Lifehack dan D.I.Y: 5 Minutes Craft*, 2018).

Responden yang menjadi objek dalam penelitian ini adalah para generasi milenial yang menjadi *subscribers* dari channel YouTube Kerajinan 5-Menit. Responden yang akan diambil sebagai sampel sebanyak 100 orang dengan persentase yaitu (1) responden dengan usia rentang 21-25 tahun berjumlah 57 responden dengan frekuensi 57%. (2) Responden dengan usia rentang 26-30 tahun berjumlah 37 responden dengan frekuensi 37%. (3) Responden dengan usia rentang 31-35 tahun berjumlah 4 responden dengan frekuensi 4%. (4) Responden dengan usia rentang 36-40 tahun berjumlah 2 responden dengan frekuensi 2%. (5) Responden dengan jenis kelamin perempuan berjumlah 67 responden dengan frekuensi 67%. (6) Responden dengan jenis kelamin laki-laki berjumlah 33 responden dengan frekuensi 33%.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan menggunakan bantuan SPSS versi 23, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa adanya pengaruh positif antara penggunaan Channel YouTube Kerajinan 5-Menit dan pengembangan kreativitas pada generasi milenial dengan hasil uji regresi linear sederhana yaitu  $Y = 8,333 + 0,544X$ . Dalam penelitian ini semua pernyataan dalam variabel *channel* YouTube dan Kreativitas adalah valid, dengan hasil angka/nilai keefisien lebih besar dari r tabel (0,361). Instrumen yang digunakan pada penelitian ini juga telah reliabel dengan hasil uji statistik yaitu koefisien alpha X (0,907) dan Y (0,876) lebih besar

dari 0,6. Penelitian ini juga telah diuji normalitas pada variabel X dan Y dengan hasil yaitu 0,144 yang mana hal ini dapat disimpulkan bahwa data yang diuji berdistribusi normal. Didapatkan nilai 0,810 pada uji korelasi, berada diantara 0,80 sampai dengan 1,00, menunjukkan bahwa nilai korelasi antara variabel X dengan variabel Y cukup kuat. Uji T pada penelitian ini menghasilkan nilai t hitung yaitu 13,682 yang berarti lebih besar dari t tabel yaitu 1,98447, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit berpengaruh signifikan terhadap pengembangan kreativitas pada generasi milenial. Hasil penelitian pada variabel X (penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit) diperoleh data tertinggi yaitu pada indikator *Channels of Distribution*, dengan persentase 81%. Pada variabel Y (pengembangan kreativitas pada generasi milenial) diperoleh data tertinggi yaitu pada indikator *Sensitivity*, dengan persentase 79%. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa media yang dipilih oleh pihak Kerajinan 5-Menit sudah tepat sehingga mudah diakses oleh para generasi milenial untuk dapat melatih kepekaan terhadap masalah yang ada di sekitar dengan baik. Hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa berdasarkan dari Teori *New Media* dan Teori Kognitif Sosial yang digunakan pada penelitian ini adalah relevan, bahwa penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit dapat meningkatkan kemampuan kreativitas pada generasi milenial dengan mengamati dan meniru model yang ditampilkan dalam suatu kegiatan melalui media massa.

### KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan pada bab sebelumnya, maka penulis mengambil kesimpulan bahwa (1) adanya pengaruh signifikan positif antara *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit dan pengembangan kemampuan kreativitas juga dapat dilihat dari hasil yang didapat dari uji T yang menunjukkan bahwa t-hitung lebih besar daripada t-tabel, maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. (2) hasil penelitian telah dilakukan dan diperkuat dengan korelasi (hubungan) yang menunjukkan hasil yang positif antara *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit dan pengembangan kemampuan kreativitas pada generasi milenial, menunjukkan bahwa penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit memiliki pengaruh yang kuat dalam meningkatkan perkembangan kreativitas pada generasi milenial. (3) Hal tersebut dapat dikatakan sesuai dengan teori yang digunakan dan relevan dalam penelitian ini, yaitu Teori *New Media* yaitu kemunculan teknologi internet yang merupakan gerbang akses untuk media online YouTube, dan Teori Kognitif Sosial yang merupakan teori proses belajar meniru, sehingga generasi milenial sebagai subjek pada penelitian ini dapat merasakan efikasi diri tentang perilaku-perilaku yang dicontohkan sang model melalui media massa.

## Saran

### 1. *Channel* YouTube Kerajinan 5-Menit

Dilihat dari hasil penelitian ini, penggunaan *channel* YouTube Kerajinan 5-Menit telah memberikan pengaruh yang sangat kuat terhadap pengembangan kreativitas pada generasi milenial. Kredibilitas pada *channel* Kerajinan 5-Menit dalam membuat konten kreativitas sudah cukup baik, oleh karena itu perusahaan perlu tetap mempertahankan dan meningkatkan kreativitas yang sudah ada. Media yang digunakan dalam penyampaian pesan sudah tepat sehingga hasil pada penelitian ini menyatakan bahwa khalayak sering melihat video-video dari Kerajinan 5-Menit melalui media YouTube. Kerajinan 5-Menit perlu memperbanyak konten yang bernilai lebih dari sekedar *life hack* atau swakriya, sehingga pelanggan merasa pesan yang disampaikan adalah hal yang penting untuk diketahui.

### 2. Saran untuk Penelitian Selanjutnya

Dalam penelitian ini hanya dilakukan pada generasi milenial, dengan pendekatan kuantitatif serta perolehan data melalui analisis kuesioner yang disebarkan pada *subscribers channel* YouTube Kerajinan 5-Menit. Dalam penelitian selanjutnya, peneliti dapat menggunakan objek yang lebih luas serta disarankan adanya penelitian lanjutan dengan pendekatan kualitatif yaitu dengan melakukan wawancara pada beberapa narasumber yang dianggap kredibel. Disarankan juga bagi peneliti yang akan menggunakan teori atau metode yang sama, sebaiknya lebih memperdalam lagi tentang faktor lainnya.

## REFERENSI

- Anggraini, N. (2019). *Pengaruh Terpaan Iklan Traveloka di Televisi versi "CHECK IN ONLINE" Terhadap Minat Mengunduh Aplikasi*. Depok.
- Arikonto, S. (2016). Definisi Subjek Penelitian.
- Arikunto. (2002). In *Teknik Pengambilan Sampel Penelitian*.
- Badan Pusat Statistik. (2018). Statistik Gender Tematik. In B. P. Statistik, *Profil Generasi Milenial Indonesia* (p. 17). Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak.
- Cultip, S. M., & H, A. (2019). *Effective Public Relations*.
- Che, K. N., Faaizah, S., & Naim, C. P. 2014. Personalized Learning Environment (PLE) Experience in the 21st Century. *4th World Congress on Information and Communication Technology*
- Dale. H. Schunk. *Learning theoris. An education perspektif*. (Yogyakarta: pustaka pelajar, edisi ke enam, 2012), hlm 161-162

- Echols, J. M., & Shadily, H. (n.d.). *English Indonesia Dictionary*. Jakarta: Dede Pustaka.
- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassar Vidgram. *Jurnal Komunikasi Kareba*, 259-260.
- Halik. (2013). *Komunikasi Massa*. Makassar: Universitas Islam Negeri (Uin) Alauddin Makassar.
- Hamidati. (2011). In *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Pressindo.
- <https://www.YouTube.com/watch?v=AjUqOEeqwP4>. (n.d.). Retrieved from <https://www.YouTube.com/watch?v=AjUqOEeqwP4> - Diakses Pada Hari Sabtu, 4 Mei 2020
- <https://www.YouTube.com/watch?v=5--XTIdnWQQ>. (n.d.). Retrieved from <https://www.YouTube.com/watch?v=5--XTIdnWQQ> - Diakses Pada Hari Selasa, 5 Mei 2020
- Indrianto, & Supomo. (1999). In *Paradigma Positivis*.
- Keller John & Suzuki Katsuaki, 2004). Learner motivation and e-learning design: A multinationally validated process, *Journal of Educational Media*, Vol. 29, issue 3, pp. 229-239
- Mulyana. (2016). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Universitas Mercu Buana.
- Noor. (2011). In *Penelitian Kuantitatif Dengan Pendekatan Deskriptif*.
- Nurina, F. (2017). Facebook dan Instagram sebagai media publishing karya komikus di Melati Komik Studio Surabaya. *Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.*, 26-30.
- Onong U. Effendy. (2009). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*.
- Rachmawati, Y., & Kurniati, E. (2010). Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak Usia Taman Kanak-kanak. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Rachmawati, Y., & Kurniati, E. (2011). Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak. In *Strategi Pengembangan Kreativitas Pada Anak*. Kencana, Prenada Media Group.
- Sulala, A. (2016). Peran Komite Sekolah Dalam Meningkatkan Mutu Pendidikan Di Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Kalisat Tahun Ajaran 2016/2017.

Tohari, Hamim., Mustaji dan Bachri B.S. 2019. Pengaruh Penggunaan Youtube terhadap Motivasi Belajar dan Hasil Belajar Mahasiswa. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. Vol. 07/01, pp. 1-13

Wicaksono , S. P. (2018). Video Tutorial Lifehack dan D.I.Y: 5 Minutes Craft. *Seminar Nasional Seni dan Desain: “Konvergensi Keilmuan Seni Rupa dan Desain Era 4.0” FBS Unesa, 25 Oktober 2018*, 313-314.