

**PENGARUH KONTEN DAN KOMENTAR DALAM PROGRAM *INTERTASTE*
KANAL *YOUTUBE* BINUS TV TERHADAP PENGETAHUAN KULINER
(Studi Kasus pada Mahasiswa *Hotel Management* Binus University Angkatan Tahun
2014)**

William Grinaldi

Binus University
williamgrinaldi@gmail.com

Abstract: Intertaste is a culinary program in the YouTube channel of BINUS TV to increase the culinary knowledge of its audience. This culinary feature is intended to give references about restaurants with simple, elegant yet dynamic style. In the efforts to increase the knowledge of Hotel Management students of BINUS University, the content and comments on Intertaste could contribute influences. The purpose of this research is to detect influences of content and comments for culinary knowledge of Hotel Management students of BINUS University year 2014. The type of this research is explanative research. The sampling technique used is sensus, whereas the population for this research is used as samples. The data is obtained through the samples by spreading questionnaire with experiment method. The data analysis method used in this research is Mann-Whitney test. The result of the data analysis shows significant influences of content and comments of Intertaste to culinary influences of Hotel Management students of BINUS University year 2014.

Keywords: *content, comments, culinary, feature, knowledge*

Abstrak: Intertaste merupakan salah satu program kuliner yang dihadirkan dalam kanal YouTube BINUS TV untuk meningkatkan pengetahuan kuliner para audiens. Program *feature* kuliner ini bertujuan untuk memberikan referensi restoran atau rumah makan dengan gaya yang sederhana, elegan dan dinamis. Dalam meningkatkan pengetahuan mahasiswa Hotel Management BINUS University, konten dan komentar dalam program Intertaste dapat memberikan pengaruh. Adapun tujuan penelitian ini adalah mengetahui pengaruh konten dan komentar dalam program Intertaste terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 baik secara individual maupun simultan. Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian eskplanatif. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah sensus, yang mana sampelnya diambil langsung dari mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014. Data diperoleh dari penilaian sampel melalui kuesioner yang disebarakan dengan metode eksperimen. Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah uji Mann Whitney. Hasil analisis data menunjukkan pengaruh konten dan komentar dalam program Intertaste berpengaruh secara signifikan terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014.

Kata kunci: *konten, komentar, feature, pengetahuan, kuliner*

PENDAHULUAN

Video tutorial online yang dibuat sesama pengguna secara cepat muncul sebagai bentuk baru dari komunikasi teknis, sebuah hal yang menggunakan teks, gambar, video dan audio untuk menyampaikan sebuah pesan. Menurut Setyanti, Elfa Putri (2015), banyak cara yang digunakan untuk memperoleh sumber informasi dalam mempelajari dan membuat sesuatu, terutama membuat aneka masakan. YouTube memiliki potensi yang besar untuk memberikan pendidikan dalam bentuk video tutorial kepada para audiens yang tertarik dalam bidang kuliner. Hal ini dibuktikan dengan maraknya kanal-kanal YouTube bertemakan tutorial memasak di Indonesia maupun di dunia yang diminati. Tastemade, Food Wishes, Jamie Oliver, dan Mario Batali adalah beberapa kanal YouTube di dunia yang menjadi referensi memasak bagi sebagian besar pengguna YouTube di dunia. Hal ini yang menginspirasi beberapa kanal YouTube di Indonesia seperti Kokiku.TV, Masak.TV, RasaMasa dan Ayo Memasak yang mengedepankan cara mengolah kuliner Indonesia. Berbagai kanal YouTube yang mengunggah video tutorial kuliner Indonesia inilah yang selalu memperoleh tampilan terbanyak. Para pengguna YouTube mengakses video-video ini dengan tujuan untuk mencoba dan meningkatkan berbagai keahlian memasak mereka.

Menurut Chan (2003:47) konten dalam sebuah video tutorial kuliner di YouTube memiliki andil dalam kesuksesan video tersebut. Pemilihan jenis masakan, tampilan visual, penataan bahan-bahan, serta pengambilan gambar saat memasak adalah beberapa aspek dalam konten yang perlu diperhatikan. Acara memasak di luar negeri dengan menggunakan presenter seperti Gourmet Ireland dan The Naked Chef biasanya menampilkan berbagai suguhan visual yang meningkatkan sensasi, pengambilan gambar yang detil terhadap makanan, sehingga menarik penonton untuk menyaksikan. Hal yang sama juga dilakukan para pembuat video tutorial di YouTube, seperti kanal Tastemade yang menampilkan proses memasak yang bersih, jauh dari tampilan dapur yang terlihat kotor, serta penyuguhan teks berjalan yang interaktif dan dinamis. Empat faktor dalam konten sebuah kanal YouTube kuliner inilah yang mempengaruhi peningkatan tampilan.

Aspek komentar dalam sebuah video tutorial di YouTube juga memiliki peranan penting bagi pengguna untuk mengekspresikan pendapat terhadap video yang bersangkutan. YouTube menyediakan pilihan fasilitas komentar di bawah setiap video dan membolehkan para pengguna yang telah mendaftar untuk mengirimkan pesan. Chatzopoulou et.al (2010:1-6) menelaah lebih dari 37 ribu video, menganalisis hitungan tampilan, jumlah komentar, angka penilaian yang diberikan, dan jumlah video yang difavoritkan, untuk melihat tolak ukur yang paling menonjol dalam menentukan popularitas. Menyatakan respon dengan memberikan favorit, komentar atau rating menjadi indikator popularitas dibandingkan dengan hanya melihat sebuah video, karena membutuhkan lebih banyak usaha untuk *log in* dan memberikan sebuah reaksi. Hal ini menunjukkan bahwa pemberian komentar merupakan sebuah aspek yang penting dalam sebuah video YouTube.

Menurut Soukup, Paul A., (2013:14-15) semakin banyak orang yang meningkatkan minat dan kemampuan mereka untuk memasak melalui video tutorial di YouTube di era berbasis teknologi ini. Orang dewasa bahkan anak-anak lebih tertarik untuk belajar lewat video tutorial di YouTube daripada bertanya pada orangtua atau teman mereka tentang cara melakukan sesuatu, tak terkecuali cara dan resep memasak. Meningkatnya perkembangan *reality show* seperti Master Chef Junior & Hell's Kitchen tak lepas dari semakin maraknya jumlah video tutorial memasak yang dilihat di YouTube. Oleh sebab itu, pengetahuan kuliner kini semakin dapat ditingkatkan melalui pembelajaran lewat video-video tersebut.

Intertaste merupakan salah satu program kuliner yang dihadirkan dalam kanal YouTube BINUS TV untuk meningkatkan pengetahuan kuliner para audiens. Program *feature* kuliner ini bertujuan untuk memberikan referensi restoran atau rumah makan dengan gaya yang sederhana, elegan dan dinamis. Dalam program ini, audiens dapat langsung memilih untuk melihat proses memasak berbagai menu yang disajikan secara interaktif. (BINUS TV, 2010:3)

Para mahasiswa BINUS University jurusan Hotel Management sangat dekat dengan aktivitas kuliner dan menggunakan teknologi untuk meningkatkan pengetahuan kuliner mereka. Mereka pada umumnya aktif mengakses video tutorial YouTube yang memiliki konten bertemakan kuliner dan memberikan komentar pada video Intertaste, sehingga layak dijadikan obyek penelitian. Hal ini sejalan dengan suksesnya program Culinary Institute of America meningkatkan optimalisasi pembelajaran menggunakan video tutorial. Para mahasiswa Culinary Institute of America dapat meningkatkan pengetahuan kuliner mereka dengan mengulang kembali video yang telah ditonton. Video-video ini disediakan di pusat pembelajaran Culinary Institute of America untuk mengakomodir fleksibilitas dan kemampuan adaptasi belajar mereka. (Zemke, 2007:52-58)

Hal ini juga semakin diperkuat dengan efektifnya pembelajaran kuliner para mahasiswa Hotel Management BINUS University melalui program Hotel Cooking yang merupakan hasil kerjasama jurusan Hotel Management BINUS University dengan BINUS TV dari tahun 2010. Program ini menunjukkan langkah-langkah memasak sebuah makanan dengan penyajian visual yang tertata dan cara memasak yang efektif. (BINUS TV, 2010)

Jumlah mahasiswa Hotel Management meningkat dari waktu ke waktu. Hal ini terbukti dari meningkatnya mahasiswa jurusan Hotel Management di berbagai universitas swasta di Jakarta, terutama di Binus University karena menurut data dari sekretariat Hotel Management Binus, Triwiyana, jumlah mahasiswa jurusan Hotel Management di Binus University meningkat lebih dari 10% tiap tahunnya, setelah memiliki konsentrasi studi di bidang memasak serta fasilitas kitchen. Fokus penelitian ini yaitu studi pada Mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 karena pemilihan konsentrasi studi di jurusan Hotel Management dilakukan pada semester 4 sehingga hasil penelitian ini dapat memprediksi minat memasak mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014.

Atas dasar tersebut, maka penelitian tentang pengaruh konten dan komentar di program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 ini dilakukan.

KAJIAN LITERATUR

Program Memasak. Di masa sekarang ini, berbagai program memasak di televisi tidak hanya merangsang indera kita lewat materi yang ditampilkan, namun cara materi tersebut dipresentasikan. Persiapan makanan dikemas sebagai bentuk awal rangsangan, seperti uap minyak yang dipanaskan dalam penggorengan, gelembung-gelembung air, sensasi memotong bahan-bahan masakan. (Chan, 2003:3-4)

Idealisasi memasak lebih ditunjukkan pada keteraturan bentuk bahan-bahan masakan dan cara memasak yang rapi. Hal ini membentuk sebuah jarak bagi audiens terhadap cara

memasak yang sebenarnya. Jarak ini terbukti melalui situasi yang dibuat. Segala sesuatu yang ada di program memasak tidak menampilkan piring-piring kotor, sampah yang harus dibuang, ataupun pelayan yang selalu memeriksa pesanan. Segala sesuatu telah direncanakan dengan hati-hati dan disiapkan supaya terlihat spontan dan alami di kamera. Segala yang ditampilkan juga telah disunting dan diatur pergerakannya.

Program-program memasak ini sebenarnya hanya menggoda audiens, karena langkah-langkah lengkap yang ada di dalam proses memasak ada yang dihilangkan. Audiens tidak akan pernah dapat mencicipi masakan yang dipresentasikan secara fisik, sehingga audiens akan ditinggalkan dengan keinginan untuk menonton tayangan tersebut lagi. Setiap tayangan menawarkan bentuk virtual dari versi masakan yang terlihat baik di kamera, dan bukan masakan sebenarnya yang dapat memberikan pengalaman memuaskan.

Aspek demonstratif dari program-program memasak kontemporer tidak terlalu menekankan pada makanan dan memasak, namun lebih kepada komodifikasi dan kemasan dari masakan itu sendiri.

Perilaku Memberikan Komentar dalam YouTube. Lee et al (2010) meneliti berbagai diskusi dan konflik yang ada dalam komentar-komentar YouTube. Mereka fokus dalam mengidentifikasi pola-pola percakapan seperti giliran memberikan komentar, kepemilikan dan waktu pemberian komentar. Mereka melakukan analisis otomatis terhadap sejumlah besar video untuk melihat interaksi yang dibangun antar partisipan.

Beberapa penelitian juga telah mencoba untuk mengkategorikan komentar – komentar dari situs – situs sosial yang lain seperti Twitter (Jansen et al, 2009) , Digg dan del.icio.us (Park et al, 2008). Thelwall (2011) yang melakukan analisis komentar-komentar melihatnya dari panjang, topik (yang ditentukan dari kategori resmi YouTube) dan sentimen. Sedangkan Madden et al (2012) berfokus pada pendekatan berbeda dengan melakukan klasifikasi konten berbasis analisis tekstual.

Konsep Dasar Orientasi Kognitif. Menurut Sarlito W. Sarwono (2006:83), teori-teori yang berorientasi kognitif adalah teori-teori yang menitikberatkan proses-proses sentral (misalnya sikap, ide, harapan) dalam menerangkan tingkah laku. Orientasi ini dibedakan dari orientasi psikoanalitik yang mempelajari proses yang paling dalam (misalnya: ketidaksadaran) dan teori-teori behavioristik yang menekankan studinya tentang tingkah laku pada proses-proses luar (misalnya rangsang dan balas).

Akan tetapi, teori-teori kognitif tidak selalu dapat dibedakan dengan jelas dari teori-teori behavioristik, khususnya yang tergolong neo-behaviorisme. Karena itu, berikut beberapa perbedaan antara teori kognitif dan neo-behaviorisme:

- Behaviorisme terutama berkaitan dengan pembiasaan (*conditioning*), baik yang klasik maupun yang operan dan banyak mempelajari proses belajar. Teori-teori kognitif di lain pihak lebih banyak mempelajari pembentukan konsep, berpikir, dan membangun pengetahuan.
- Behaviorisme mempelajari perilaku-perilaku yang kasat mata, sedangkan teori-teori kognitif membicarakan konsep-konsep mentalistik.
- Behaviorisme menganggap bahwa pada setiap perilaku atau peristiwa psikologik ada proses organismik (fisiologik) yang mendasarinya, sedangkan aliran kognitif menerangkannya sebagai perbedaan dari keadaan kesadaran (Ausubel, 1965, hlm. 7).

- Analisis dari behaviorisme bersifat molekular (tingkah laku diuraikan ke dalam refleks-refleks), sedangkan analisis kognitif bersifat molar (secara keseluruhan).
- Behaviorisme mementingkan faktor genetik, sedangkan aliran kognitif tidak.
- Menurut behaviorisme setiap tingkah laku dirangsang oleh kebutuhan primer tertentu dan kalau kebutuhan ini tidak dipenuhi, maka tidak akan terjadi proses belajar. Di pihak lain, teori kognitif berpendapat bahwa proses belajar dapat terjadi tanpa dipenuhinya kebutuhan tertentu (Allport, 1937).

Istilah-Istilah Dasar dalam Teori Kognitif

a) Kognisi dan Struktur Kognitif

- Scheerer (1954:49), kognisi adalah proses sentral yang menghubungkan peristiwa-peristiwa di luar (eksternal) dan di dalam (internal) diri sendiri.
- Festinger (1957), kognisi adalah elemen-elemen kognitif, yaitu hal-hal yang diketahui oleh seseorang tentang dirinya sendiri, tentang tingkah lakunya, dan tentang keadaan di sekitarnya.
- Neisser (1967), kognisi adalah proses mengubah, mereduksi, memperinci, menyimpan, mengungkapkan, dan memakai setiap masukan (*input*) yang datang dari alat indera.

b) Rangsang

Rangsang (*stimulus*) merupakan suatu hal yang rumit. Untuk mendefinisikannya perlu pertimbangan seluruh proses persepsi. Memang yang pertama-tama berperan adalah rangsang proksimal (misalnya serangkain gelombang cahaya yang dipantulkan oleh sebuah benda yang bernama meja dan menyentuh retina kita), tetapi yang kita indrakan bukanlah rangsang proksimal itu, melainkan kesannya yang tertangkap oleh alat-alat indra kita. Jadi, menurut Scheerer (1954) ada tiga macam rangsang sesuai dengan adanya tiga elemen dari proses penginderaan, yaitu:

- Rangsang yang merupakan objek dalam bentuk fisiknya (rangsang distal);
- Rangsang sebagai keseluruhan yang tersebar dalam lapang proksimal (belum menyangkut proses sistem syarat);
- Rangsang sebagai representasi fenomenal (gejala yang dikesankan dari objek-objek yang ada di luar).

c) Respon

Menurut Scheerer (1954), respon (balas) adalah proses pengorganisasian rangsang. Rangsang proksimal diorganisasikan sedemikian rupa sehingga terjadi representasi fenomenal dari rangsang proksimal itu. Proses ini yang disebut respons. Orang dewasa, menurut Hunt (1962), mempunyai sejumlah besar unit untuk memproses informasi. Unit-unit ini dibuat khusus untuk menangani representasi fenomenal dari keadaan di luar yang ada dalam diri seorang individu (*internal environment*). Lingkungan internal ini dapat digunakan untuk memperkirakan peristiwa-peristiwa yang terjadi di luar. Proses yang berlangsung secara rutin inilah yang oleh Hunt dinamakan respons.

d) Arti

Arti adalah konsep utama dalam teori kognitif dan memainkan peran dalam menerangkan segala proses psikologik yang rumit. Ausubel (1965) menyatakan bahwa arti menyatakan bahwa arti merupakan hasil dari proses belajar yang berwujud gejala idiosinkratik. Dalam proses belajar, arti yang terpendam (*inherent*) dalam simbol dikonversikan dalam isi kognitif yang berbeda-beda. Perubahan dari struktur kognitif yang disebabkan oleh masuknya isi baru ini menimbulkan arti yang baru.

Beberapa Proses Psikologik Diterangkan oleh Teori Kognitif

1) Persepsi

Scheerer (1954) menyatakan bahwa persepsi adalah representasi fenomenal tentang objek distal sebagai hasil pengorganisasian objek distal itu sendiri, medium, dan rangsang proksimal.

Empat aspek dari persepsi yang menurut Berlyne (1957) dapat membedakan persepsi dari berpikir adalah:

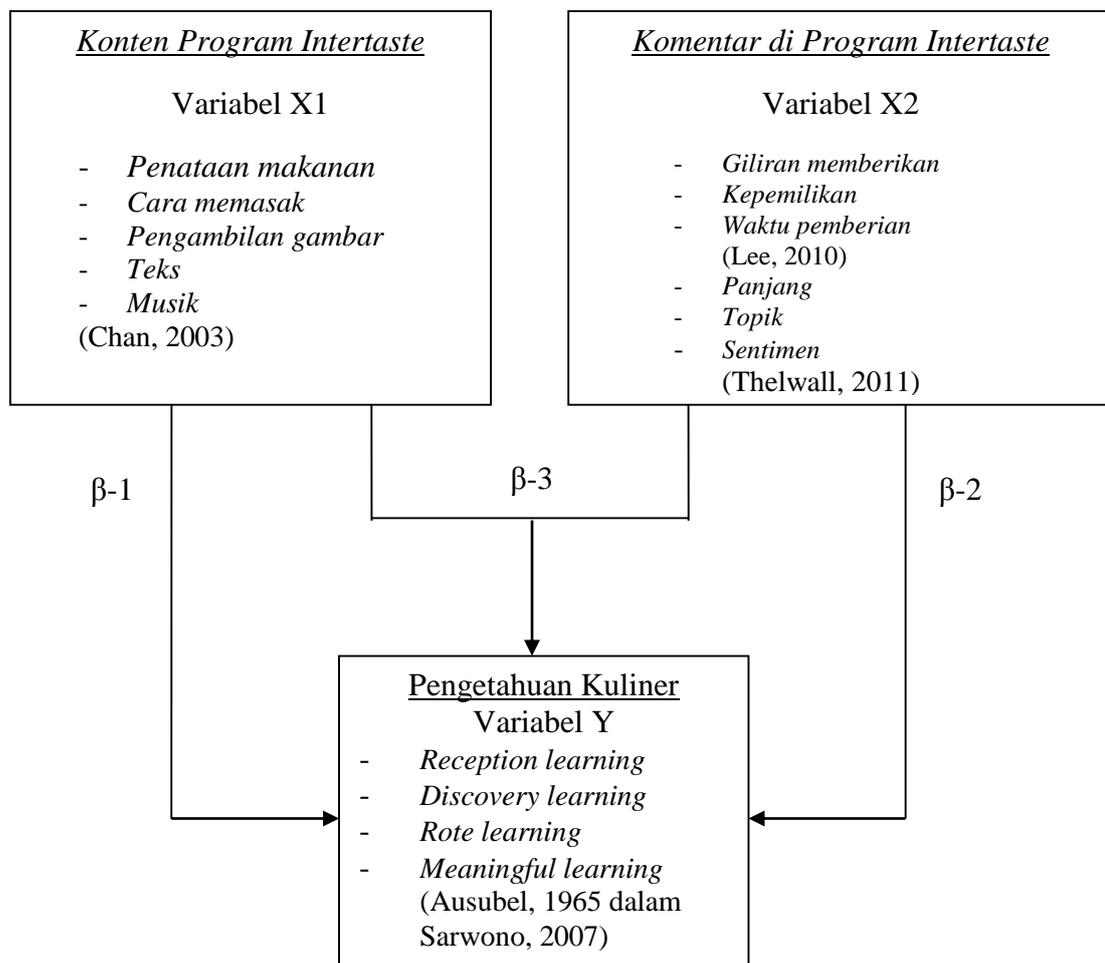
- Hal-hal yang diamati dari sebuah rangsang bervariasi, tergantung pola dari keseluruhan di mana rangsang tersebut menjadi bagiannya.
- Persepsi bervariasi dari orang ke orang dan dari waktu ke waktu.
- Persepsi bervariasi tergantung dari arah (fokus) ke alat indra.
- Persepsi cenderung berkembang ke arah tertentu dan sekali terbentuk kecenderungan itu biasanya akan menetap.

2) Belajar

Menurut Ausubel (1961) ada empat tipe belajar:

- 1) Belajar dengan menerima saja (*reception learning*);
Si pelajar hanya menyerap bahan-bahan yang tersedia baginya sehingga di masa yang akan datang ia bisa mereproduksi kembali.
- 2) Belajar dengan menemukan sesuatu (*discovery learning*);
Si pelajar menemukan sendiri materi yang harus dipelajarinya. Ia tidak hanya menyerap, tetapi mengorganisasi dan mengintegrasikan materi-materi yang dipelajari ke dalam struktur kognitifnya. Pengulangan dari *discovery learning* meningkatkan kemampuan penemuan dari individu yang bersangkutan.
- 3) Belajar dengan menghafal (*rote learning*);
Si pelajar mengingat-ingat kembali bahan yang dipelajari secara verbatim, yaitu sebagai rangkaian kata-kata.
- 4) Belajar dengan mengartikan (*meaningful learning*);
Si pelajar berada dalam situasi yang mengandung dua sifat:
 - Bahan yang akan dipelajari secara potensial mempunyai arti;
 - Si pelajar sudah mempunyai kecenderungan (kecenderungan berpikir) untuk menghubungkan informasi atau konsep baru dengan struktur kognitif yang sudah ada dan relevan.

Gambar 2.1



Hipotesis. Hipotesis merupakan kebenaran sementara yang perlu diuji kebenarannya oleh karena itu hipotesis berfungsi sebagai kemungkinan untuk menguji kebenaran suatu teori. Rancangan uji hipotesis penelitian ini disajikan berdasarkan tujuan penelitian.

Hipotesis I:

H0: Tidak ada perbedaan pengaruh konten program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H0: $\beta = 0$)

H1: Ada perbedaan pengaruh konten program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H1: $\beta \neq 0$)

Hipotesis II:

H0: Tidak perbedaan ada pengaruh komentar di program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H0: $\beta = 0$)

H1: Ada perbedaan pengaruh komentar di program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H1: $\beta \neq 0$)

Hipotesis III:

H0: Tidak ada perbedaan pengaruh konten dan komentar di program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H0: $\beta_{kon} \leq \beta_{kom}$ // H0: $\beta_{kon} - \beta_{kom} \leq 0$)

H1: Ada perbedaan pengaruh konten dan komentar di program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 (H1: $\beta_{kon} > \beta_{kom}$ // H1: $\beta_{kon} - \beta_{kom} > 0$)

METODE PENELITIAN

Variabel Konten Program Intertaste (X1). Setiap tayangan menawarkan bentuk virtual dari versi masakan yang terlihat baik di kamera, dan bukan masakan sebenarnya yang dapat memberikan pengalaman memuaskan. (Chan, 2003:3-4) Indikator yang dapat dilihat yaitu: (a) Penataan bahan masakan; (b) Penataan hasil makanan; (c) Penyederhanaan proses memasak; (d) Penghilangan proses memasak yang terlihat buruk; (e) Pengambilan gambar bahan masakan; (f) Pengambilan gambar proses memasak; (g) Pengambilan gambar hasil masakan; (h) Deskripsi teks; (i) Waktu teks muncul; (j) Kesesuaian penggunaan musik; (k) Variasi penggunaan musik

Variabel Komentar di Program Intertaste (X2). Lee et al (2010) meneliti berbagai diskusi dan konflik yang ada dalam komentar-komentar YouTube. Mereka fokus dalam mengidentifikasi pola-pola percakapan seperti giliran memberikan komentar, kepemilikan dan waktu pemberian komentar. Thelwall (2011) yang melakukan analisis komentar-komentar melihatnya dari panjang, topik (yang ditentukan dari kategori resmi YouTube) dan sentimen. Sedangkan Madden et al (2012) berfokus pada pendekatan berbeda dengan melakukan klasifikasi konten berbasis analisis tekstual. Indikator yang dapat dilihat yaitu: (a) Giliran pemberian komentar; (b) Kepemilikan komentar; (c) Waktu pemberian; (d) Panjang; (e) Topik; (f) Sentimen

Variabel Pengetahuan Kuliner (Y). Menurut Ausubel (1961) ada empat tipe belajar: (1) Belajar dengan menerima saja (reception learning); (2) Belajar dengan menemukan sesuatu (discovery learning); (3) Belajar dengan menghafal (rote learning); (4) Belajar dengan mengartikan (meaningful learning). Indikator yang dapat dilihat yaitu: (a) Penonton menyerap isi dari tayangan; (b) Menerima informasi secara langsung; (c) Penonton menemukan referensi lain dari informasi, (d) Penonton mengingat isi tayangan secara verbatim yaitu sebagai rangkaian kata-kata, (e) Pengulangan informasi, (f) Penonton mengartikan informasi yang didapat; (g) Penonton cenderung menghubungkan informasi dengan struktur kognitif yang sudah ada

Populasi dan Sampel. Dalam penelitian ini, populasi yang akan diteliti adalah mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 yang berjumlah 132 orang. Sampel dalam penelitian ini adalah mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014. Sampel ini dipilih karena intensitas mereka yang tinggi untuk mengakses konten dan memberikan komentar pada berbagai video YouTube yang bertemakan kuliner. Dalam penelitian ini karena jumlah populasinya sedikit (terbatas) sehingga tidak memungkinkan untuk menggunakan sampel, sehingga jumlah sampel yang diambil sama dengan jumlah populasi atau disebut dengan sensus yaitu sebanyak 132 orang.

Metode eksperimen digunakan dalam penelitian ini. Wiersma (1991) dalam Emzir (2009) mendefinisikan eksperimen sebagai suatu situasi penelitian yang sekurang-kurangnya satu variabel bebas, yang disebut sebagai variabel eksperimental, sengaja dimanipulasi.

Desain eksperimental yang digunakan dalam penelitian ini adalah Desain Variabel Tunggal, yang melibatkan satu variabel bebas (yang dimanipulasi). Pre-Experimental Designs (non-designs) akan diterapkan dalam penelitian ini.

Bentuk pre-experimental designs yang diambil adalah Pretest-Posttest Control Group Design. Dalam desain ini terdapat dua kelompok yang dipilih secara acak/random, kemudian diberi pretest untuk mengetahui keadaan awal adakah perbedaan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Dalam penelitian ini, dibagi sampel sebanyak 132 orang menjadi 2 kelompok yang masing-masing berjumlah 65 dan 67 orang. Kelompok pertama akan langsung diminta untuk menjawab kuesioner tanpa terlebih dahulu melihat dan memberikan komentar terhadap tayangan program Intertaste, sedangkan kelompok kedua akan diminta untuk menjawab kuesioner setelah melihat dan memberikan komentar terhadap tayangan program Intertaste.

Kuesioner yang digunakan untuk penelitian ini adalah kuesioner tertutup yang disajikan dalam bentuk pilihan ganda dan pertanyaan-pertanyaan dengan format jawaban skala Likert. Pernyataan positif diberi skor 5,4,3,2 dan 1; sedangkan bentuk pernyataan negatif diberi skor 1,2,3,4,5. Bentuk jawaban skala Likert terdiri dari sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Instrumen Analisis

Uji Validitas. Uji validitas (Suliyanto, 2005:40-42) memperlihatkan pre-test kelompok kontrol menghasilkan kisaran r hitung antara 0.145 – 0.548 (variabel konten), 0.389 – 0.676 (variabel komentar), 0.356 – 0.719 (variabel pengetahuan kuliner). Hampir semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.244

Pre-test kelompok eksperimen menghasilkan kisaran r hitung antara 0.301 – 0.610 (variabel konten), 0.415 – 0.702 (variabel komentar), 0.331 – 0.679 (variabel pengetahuan kuliner). Semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.24

Post-test kelompok kontrol menghasilkan kisaran r hitung antara 0.328 – 0.665 (variabel konten), 0.486 – 0.642 (variabel komentar), 0.539 – 0.665 (variabel pengetahuan kuliner). Hampir semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.244

Post-test kelompok eksperimen menghasilkan kisaran r hitung antara -0.350 – 0.283 (variabel konten), 0.267 – 0.396 (variabel komentar), 0.077 – 0.470 (variabel pengetahuan kuliner). Semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.24

Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas (Suliyanto (2005:42-45) menunjukkan pre-test kelompok kontrol menghasilkan kisaran r hitung antara 0.685 – 0.733 (variabel konten), 0.471 – 0.587 (variabel komentar), 0.656 – 0.729 (variabel pengetahuan kuliner). Semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.244

Pre-test kelompok eksperimen menghasilkan kisaran r hitung antara 0.737 – 0.763 (variabel konten), 0.471 – 0.589 (variabel komentar), 0.524 – 0.633 (variabel pengetahuan kuliner). Semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.24

Post-test kelompok kontrol menghasilkan kisaran r hitung antara 0.872 – 0.882 (variabel konten), 0.574 – 0.636 (variabel komentar), 0.764 – 0.780 (variabel pengetahuan kuliner). Semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.244

Post-test kelompok eksperimen menghasilkan kisaran r hitung antara 0.600 – 0.763 (variabel konten), 0.604 – 0.589 (variabel komentar), 0.602 – 0.697 (variabel pengetahuan kuliner). Hampir semua butir pertanyaan valid karena lebih besar dari r tabel yaitu 0.24

Uji Normalitas

Uji normalitas (Santoso, 2010:43) memperlihatkan pre-test kontrol menghasilkan nilai Sig sebesar 0.000 untuk variabel konten, komentar dan pengetahuan kuliner, sehingga kesemuanya tidak berdistribusi normal dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Pre-test eksperimen menghasilkan nilai Sig sebesar 0.000 untuk variabel konten, komentar dan pengetahuan kuliner, sehingga kesemuanya tidak berdistribusi normal dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Post-test kontrol menghasilkan nilai Sig sebesar 0.001 untuk variabel konten, Sig 0.000 untuk komentar dan pengetahuan kuliner, sehingga kesemuanya tidak berdistribusi normal dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Post-test eksperimen menghasilkan nilai Sig sebesar 0.010 untuk variabel konten, Sig 0.000 untuk komentar dan pengetahuan kuliner, sehingga kesemuanya tidak berdistribusi normal dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Uji Homogenitas

Pengujian terhadap kesamaan (homogenitas) (Santoso, 2010:54) pre-test kontrol memperlihatkan Sig 0.004 (variabel konten) dan Sig 0.037 (variabel komentar). Hasil Sig lebih kecil dari 0.05 sehingga tidak dapat dilakukan uji-t dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Pre-test eksperimen memperlihatkan Sig 0.014 (variabel konten) dan Sig 0.003 (variabel komentar). Hasil Sig lebih kecil dari 0.05 sehingga tidak dapat dilakukan uji-t dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Post-test kontrol memperlihatkan Sig 0.026 (variabel konten) dan Sig 0.077 (variabel komentar). Hasil Sig lebih kecil dari 0.05 sehingga tidak dapat dilakukan uji-t dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Post-test eksperimen memperlihatkan Sig 0.022 (variabel konten) dan Sig 0.026 (variabel komentar). Hasil Sig lebih kecil dari 0.05 sehingga tidak dapat dilakukan uji-t dan akan dilakukan uji Mann Whitney.

Uji Mann Whitney

Uji Mann Whitney (Santoso, 2010:65) pre-test menunjukkan Sig. 0.061 (variabel konten), Sig 0.073 (variabel komentar), dan Sig. 0.084 (variabel pengetahuan kuliner). Semua hasil lebih besar dari 0.05 sehingga tidak ada perbedaan signifikan antara grup kontrol dan grup eksperimen.

Sedangkan post-test menunjukkan Sig. 0.041 (variabel konten), Sig 0.039 (variabel komentar), dan Sig. 0.042 (variabel pengetahuan kuliner). Semua hasil lebih kecil dari 0.05 sehingga ada perbedaan signifikan antara grup kontrol dan grup eksperimen.

Berikut adalah hasil uji pre-test:

Tabel 4.1

Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas dan Homogenitas Pre-test

Uji	Kelompok Kontrol			Kelompok Eksperimen		
	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner
Validitas	0.145 - 0.548	0.389 – 0.676	0.356 – 0.719	0.301 – 0.610	0.415 – 0.702	0.331 – 0.679
Reliabilitas	0.685 – 0.733	0.471 – 0.587	0.656 – 0.729	0.737 – 0.763	0.471 – 0.589	0.524 – 0.633
Normalitas	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000	0.000
Homogenitas	0.004	0.037	0.004	0.014	0.003	0.014

Berikut adalah hasil uji post-test:

Tabel 4.2

Hasil Uji Validitas, Reliabilitas, Normalitas dan Homogenitas Post-test

Uji	Kelompok Kontrol			Kelompok Eksperimen		
	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner
Validitas	0.328 – 0.665	0.486 – 0.642	0.539 – 0.665	-0.350 – 0.283	0.267 – 0.396	0.077 – 0.470
Reliabilitas	0.872 – 0.882	0.574 – 0.636	0.764 – 0.780	0.600 – 0.763	0.604 – 0.589	0.602 – 0.697
Normalitas	0.001	0.000	0.000	0.010	0.000	0.000
Homogenitas	0.026	0.077	0.026	0.022	0.026	0.022

Berikut adalah hasil uji Mann-Whitney untuk kelompok pre-test:

Tabel 4.3

Hasil Uji Mann-Whitney Pre-test

Uji	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner
Mann-Whitney	Sig. 0.061 > 0.05	Sig.0.073 > 0.05	Sig.0.084 > 0.05

Berikut adalah hasil uji Mann-Whitney untuk kelompok post-test:

Tabel 4.4

Hasil Uji Mann-Whitney Post-test

Uji	Konten	Komentar	Pengetahuan Kuliner
Mann-Whitney	Sig. 0.041 < 0.05	Sig 0.039 < 0.05	Sig. 0.042 < 0.05

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perbedaan informasi akan konten antara siswa yang menonton dengan yang tidak menonton program Intertaste

Menurut Alwehaibi (2015: 121 – 126), YouTube memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pembelajaran siswa. Pendekatan dengan menonton program Intertaste lebih efektif daripada pendekatan tidak menonton program Intertaste terhadap informasi akan konten program Intertaste terhadap mahasiswa jurusan Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014.

Dalam penelitian terhadap mahasiswa jurusan Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 inilah, faktor yang paling menonjol adalah bahwa kelompok eksperimen paling banyak mengetahui informasi bahwa bahan makanan dalam program Intertaste ditata dengan teratur. Keteraturan penataan bahan makanan membuat para mahasiswa menonton keseluruhan konten program Intertaste yang ditampilkan. Hal ini dikarenakan di tingkat semester 3, para mahasiswa Hotel Management semakin meningkatkan rasa ingin tahu terhadap bahan makanan sebuah hasil masakan, dan bukan hanya hasil akhirnya saja. Mereka bersiap-siap untuk melakukan pemilihan peminatan sehingga lebih detil dalam menganalisis sebuah hasil masakan.

2. Perbedaan pemberian komentar antara siswa yang menonton dengan yang tidak menonton program Intertaste

Menurut Madden, et.al (2013: 693 – 714), skema klasifikasi komentar dibentuk untuk digunakan dalam mengklasifikasikan komentar yang diberikan para pengguna di video-video YouTube. Pendekatan dengan menonton program Intertaste lebih efektif daripada pendekatan tidak menonton program Intertaste terhadap informasi akan komentar dalam program Intertaste terhadap mahasiswa jurusan Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014.

Dalam penelitian terhadap mahasiswa jurusan Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014 inilah, faktor yang paling menonjol adalah bahwa kelompok eksperimen memberikan komentar pertama kali setelah video ditonton. Adapun komentar tipe Kesan adalah yang paling banyak diekspresikan para mahasiswa, seperti “Wow!” dan “Bagus!”. Perilaku memberikan komentar yang mengandung sedikit karakter sesuai dengan karakteristik responden yang kebanyakan berusia 19 tahun. Di kurun usia 19 tahun para mahasiswa memberikan respon yang hemat karakter untuk mengalihkan perhatian mereka ke konten lain. Tujuan mereka hanya untuk menunjukkan eksistensi mereka melalui komentar di YouTube.

3. Perbedaan pengetahuan kuliner antara siswa yang menonton dengan yang tidak menonton program Intertaste

Menurut Gultom (2013: 205 - 216), belajar adalah suatu proses mental yang terjadi dalam diri seseorang yang melibatkan kegiatan (proses) berpikir dan terjadi melalui pengalaman-pengalaman yang diperoleh melalui rekasi terhadap lingkungan dimana ia berada. Pendekatan dengan menonton program Intertaste lebih efektif daripada pendekatan tidak menonton program Intertaste terhadap pengetahuan kuliner akan program Intertaste terhadap mahasiswa jurusan Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014.

Adapun faktor yang paling menonjol adalah bahwa para mahasiswa memperoleh pengetahuan tentang bahan-bahan masakan tertentu setelah menonton tayangan Intertaste. Bahan-bahan masakan tertentu yang ditampilkan dalam tayangan Intertaste paling diingat oleh para mahasiswa sehingga membantu mereka untuk meningkatkan pengetahuan kuliner mereka. Hal ini paling menonjol dikarenakan karena di tingkat usia yang kebanyakan berumur 19 tahun, mereka sudah cukup puas dengan mengingat proses memasak sebuah makanan dalam sebuah tayangan, sehingga mereka lebih berfokus pada bahan-bahan masakan tertentu yang dianggap memiliki informasi yang lebih luas.

KESIMPULAN DAN SARAN

1. Tidak ada perbedaan signifikan antara grup kontrol dan grup eksperimen dalam pre-test untuk variabel Konten dalam Program Intertaste (X1), Komentar dalam Program Intertaste (X2), dan Pengetahuan Kuliner (Y).
2. Ada perbedaan yang signifikan antara grup kontrol dan grup eksperimen dalam setelah perlakuan diberikan untuk variabel Konten dalam Program Intertaste (X1), Komentar dalam Program Intertaste (X2), dan Pengetahuan Kuliner (Y).
3. Komentar memberikan pengaruh positif yang lebih signifikan daripada konten dalam program Intertaste dalam kanal YouTube BINUS TV terhadap pengetahuan kuliner grup eksperimen dibandingkan dengan pengetahuan kuliner grup kontrol.

Beberapa saran akademis adalah:

1. Variabel konten dan komentar telah terbukti mampu meningkatkan pengetahuan kuliner pada para mahasiswa Hotel Management BINUS University angkatan tahun 2014. Penelitian selanjutnya perlu dilakukan untuk menilai variabel-variabel lain yang dapat meningkatkan pengetahuan kuliner.
2. Metode pembelajaran untuk meningkatkan pengetahuan kuliner menggunakan program kuliner seperti Intertaste terbukti efektif, sehingga untuk pembelajaran ke depannya perlu diaplikasikan kembali secara terus menerus.

Beberapa saran praktis adalah:

1. Konsep konten yang perlu dikembangkan dalam program Intertaste adalah pemilihan bahan-bahan makanan yang terbaik untuk diproses. Bahan-bahan makanan perlu diperhatikan untuk lebih memiliki kualitas yang maksimal agar terlihat baik untuk dimasak.
2. Konsep komentar yang perlu ditingkatkan adalah memungkinkan pemberian komentar langsung setelah video diunggah. Maka dari itu, diperlukan peningkatan kecepatan pemberian komentar. Strategi yang dapat dilakukan adalah dengan melakukan promosi sebelum video diunggah sehingga penonton sudah lebih dahulu mengetahui.

DAFTAR PUSTAKA

- Alwehaibi, Huda Omar. 2015. "The Impact Of Using YouTube In EFL Classroom On Enhancing EFL Students' Content Learning". *Journal of College Teaching & Learning*. Volume 12, No. 2. pp: 121 – 126.
- BINUS TV. (2010). *Hotel Cooking*. BINUS TV dan Hotel Management BINUS University. Jakarta.
- Chan, Andrew. 2003. "La grande bouffe!: Cooking Shows as Pornography". *Gastronomica – The Journal of Food and Culture*. Vol. 3, No. 4. pp: 47-53.
- Gultom, Jahinoma. 2013. Perbedaan Koneksi Matematika antara Siswa yang Diberi Pembelajaran Kooperatif Tipe Jigsaw dan Pengajaran Langsung. *Prosiding Seminar Nasional Sains dan Pendidikan Sains VIII, Fakultas Sains dan Matematika, UKSW Salatiga*. Vol 4, No.1. pp: 205 – 216.
- Lee, Y.-J., Shim, J.-M., Cho, H.G. dan Woo, G. 2010. "Detecting and visualizing the dispute structure of the replying comments in the internet forum sites". *International Conference on Cyber-enabled Distributed Computing and Knowledge Discovery- Huangshan, China*. pp: 456-463.
- Madden, A., Ruthven, I, dan McMenemy, David. 2012. "A classification scheme for content analyses of YouTube video comments". *Journal of Documentation*. Vol. 69, No. 5. pp: 693-714.
- Santoso, Singgih. (2010). *Statistik Multivariat*. PT Elex Media Komputindo. Jakarta.
- Sarwono, Sarlito W. (2008). *Psikologi Umum*. Rajawali Pers. Jakarta.
- Setyanti, Elfa Putri. 2015. 5 Channel YouTube Kuliner Terpopuler Indonesia untuk Inspirasi Memasak Anda. <http://id.techinasia.com/channel-youtube-kuliner-terpopuler-indonesia>
- Soukup, S.J, Paul A. 2014. "Looking at, with, and through YouTube™". *Communication Research Trends*. Vol 33, No. 3. pp: 3-25.
- Suliyanto. (2005). *Analisis Data Dalam Aplikasi Pemasaran*. Ghalia. Bogor.
- Thelwall, M., Sud, P. and Vis, F. 2011. "Commenting on YouTube videos: from Guatemalan Rock to El Big Bang". *Journal of the American Society for Information Science and Technology*. Vol. 6, No. 3. pp: 616-629.
- Zemke, Ron. 2007. "Cooking up world-class training". *Training*. Vol. 34, No. 2. pp: 52-58.