



Pengaruh Teknik *Storytelling* pada Konten Cerita Rakyat Digital Channel YouTube @Gromorestudioseries terhadap Daya Tarik Penonton

Naia Novitasari

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Penulis Korespondensi: naianovita832@gmail.com

Abstract. *This study aims to examine the effect of storytelling techniques in digital folklore content on the @GromoreStudioSeries YouTube channel toward audience attraction. The research employed a positivist paradigm with a deductive approach, quantitative method, survey strategy, and causal research design. The study population consisted of 1,800,000 subscribers of the @GromoreStudioSeries YouTube channel. A total of 100 respondents were selected using the Slovin formula and purposive sampling technique. Data were collected through Likert-scale questionnaires, documentation, and literature review. Data analysis included validity testing, reliability testing, normality testing, linearity testing, simple linear regression, t-test, and coefficient of determination (R^2). The findings indicate that storytelling techniques have a positive and significant effect on audience attraction. This is supported by the t-test results, which show a significance value of less than 0.05, leading to the acceptance of the alternative hypothesis. Furthermore, the coefficient of determination reveals that storytelling techniques account for 66.4% of the variation in audience attraction, while the remaining 33.6% is influenced by other factors outside the scope of this study. These findings suggest that compelling storytelling enhances audience attention, engagement, and attraction toward digital content.*

Keywords: Audience Attraction; Digital Content; Digital Folklore; Digital Storytelling; YouTube.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh teknik storytelling pada konten cerita rakyat digital di channel YouTube @GromoreStudioSeries terhadap daya tarik penonton. Penelitian menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan deduktif, metode kuantitatif, strategi survei, dan desain kausal. Populasi penelitian adalah subscriber channel YouTube @GromoreStudioSeries sebanyak 1.800.000 subscriber. Sampel penelitian berjumlah 100 responden yang ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner skala Likert, dokumentasi, dan studi pustaka. Analisis data menggunakan uji validitas, uji reliabilitas, uji normalitas, uji linearitas, regresi linear sederhana, uji t, dan koefisien determinasi (R^2). Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik storytelling berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik penonton. Hal ini dibuktikan dengan hasil uji t yang menunjukkan nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 sehingga hipotesis alternatif diterima. Selain itu, hasil koefisien determinasi menunjukkan bahwa teknik storytelling memberikan kontribusi sebesar 66,4% terhadap daya tarik penonton, sedangkan 33,6% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Temuan ini menunjukkan bahwa penyajian cerita yang menarik mampu meningkatkan perhatian, keterlibatan, dan daya tarik penonton terhadap konten digital.

Kata Kunci: Cerita Rakyat Digital; Daya Tarik Penonton; Digital Storytelling; Konten Digital; YouTube.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara masyarakat melestarikan cerita rakyat dari tradisi lisan menjadi konten digital berbasis audio-visual. YouTube menjadi salah satu media komunikasi digital yang banyak dimanfaatkan untuk menyajikan cerita rakyat dalam bentuk animasi sehingga lebih menarik bagi generasi muda (Srihastuty et al., 2024). Dalam perspektif komunikasi digital, media berbasis internet memungkinkan penyampaian pesan secara multimedia melalui perpaduan narasi, visual, audio, dan interaktivitas yang mampu meningkatkan pengalaman komunikasi penonton (Podara et al., 2021). Penerapan digital storytelling terbukti dapat menciptakan pengalaman *narrative transportation*, yaitu kondisi ketika penonton terbawa ke dalam alur cerita sehingga

meningkatkan keterlibatan emosional dan perhatian terhadap pesan yang disampaikan (Nikulina et al., 2024). Penelitian Ginting et al. (2024) serta Davey dan Benjaminsen (2021) juga menunjukkan bahwa storytelling yang didukung unsur visual dan animasi mampu meningkatkan efektivitas penyampaian pesan, pemahaman, serta apresiasi terhadap budaya lokal.

Indonesia merupakan salah satu negara dengan pengguna YouTube terbesar di dunia, yaitu sekitar 151 juta pengguna aktif pada tahun 2026 (Statista, 2026). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa YouTube memiliki potensi besar sebagai media komunikasi digital dalam pelestarian budaya, sejalan dengan Undang-Undang Nomor 5 Tahun 2017 tentang Pemajuan Kebudayaan dan Peraturan Pemerintah Nomor 87 Tahun 2021 yang mendorong pemanfaatan teknologi digital dalam pengembangan kebudayaan. Salah satu channel yang aktif mengangkat cerita rakyat Indonesia adalah @GromoreStudioSeries, yang menyajikan animasi cerita rakyat dengan memadukan unsur narasi, visual, dan audio. Namun, berdasarkan data Social Blade (2026), jumlah penonton channel tersebut mengalami fluktuasi sehingga mengindikasikan bahwa keberhasilan suatu konten tidak hanya ditentukan oleh kualitas visual, tetapi juga oleh kemampuan teknik storytelling dalam mempertahankan perhatian dan keterlibatan penonton. Meskipun berbagai penelitian telah membahas digital storytelling sebagai media pelestarian budaya dan komunikasi digital, kajian yang secara khusus menguji pengaruh teknik storytelling terhadap daya tarik penonton pada konten cerita rakyat digital di YouTube masih relatif terbatas.

Penelitian ini menggunakan Narrative Transportation Theory dari Van Laer et al. (2014) untuk menjelaskan bahwa *identifiable characters*, *imaginable plot*, dan *verisimilitude* mampu membawa penonton masuk ke dalam dunia cerita sehingga meningkatkan keterlibatan mereka terhadap narasi. Selain itu, Attraction Theory dari McCroskey dan McCain (1974) digunakan untuk menjelaskan terbentuknya daya tarik penonton melalui dimensi *physical attraction*, *social attraction*, dan *task attraction*. Kedua teori tersebut diperkuat oleh Uses and Gratifications Theory yang menjelaskan bahwa penonton secara aktif memilih media yang mampu memenuhi kebutuhan hiburan, informasi, dan pengalaman emosional (Syafira & Dharmmesta, 2024). Kebaruan penelitian ini terletak pada pengintegrasian teori komunikasi digital, Narrative Transportation Theory, dan Attraction Theory dalam menganalisis pengaruh teknik digital storytelling terhadap daya tarik penonton pada konten cerita rakyat digital di channel YouTube @GromoreStudioSeries. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh teknik storytelling terhadap daya tarik penonton pada konten cerita rakyat digital di channel tersebut.

2. METODE

Penelitian ini menggunakan paradigma positivisme dengan pendekatan kuantitatif dan metode survei. Paradigma positivisme dipilih karena penelitian bertujuan menguji secara empiris pengaruh teknik *digital storytelling* terhadap daya tarik penonton berdasarkan data yang terukur dan dianalisis secara statistik. Penelitian menerapkan desain kausal untuk menjelaskan hubungan sebab-akibat antara variabel independen, yaitu teknik *digital storytelling*, dan variabel dependen, yaitu daya tarik penonton pada channel YouTube @GromoreStudioSeries.

Populasi penelitian adalah seluruh pengikut channel YouTube @GromoreStudioSeries yang berjumlah sekitar 1.800.000 pengikut. Sampel ditentukan menggunakan rumus Slovin dengan teknik purposive sampling, sehingga diperoleh 100 responden yang memenuhi kriteria, yaitu berusia minimal 17 tahun, pernah menonton konten cerita rakyat pada channel tersebut, serta memahami penggunaan platform YouTube. Data primer dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner daring menggunakan skala Likert lima tingkat, sedangkan data sekunder diperoleh dari jurnal ilmiah, penelitian terdahulu, dan dokumentasi konten YouTube.

Instrumen penelitian terdiri atas dua variabel, yaitu digital storytelling yang diukur menggunakan dimensi *Identifiable Characters*, *Imaginable Plot*, dan *Verisimilitude* berdasarkan Narrative Transportation Theory (Van Laer et al., 2014), serta daya tarik penonton yang diukur melalui dimensi *Physical Attraction*, *Social Attraction*, dan *Task Attraction* berdasarkan Attraction Theory (McCroskey & McCain, 1974). Sebelum digunakan, instrumen diuji validitas dan reliabilitas. Hasil pengujian menunjukkan seluruh butir pernyataan valid dengan nilai r hitung $>$ r tabel (0,361) dan signifikan ($p < 0,05$), serta reliabel dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,785 untuk variabel X dan 0,855 untuk variabel Y.

Analisis data dilakukan menggunakan IBM SPSS 21 melalui analisis statistik deskriptif dan inferensial. Tahapan analisis meliputi uji validitas, uji reliabilitas, uji asumsi klasik (normalitas dan linearitas), analisis regresi linear sederhana, uji t parsial, serta koefisien determinasi (R^2). Analisis tersebut digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh teknik *digital storytelling* terhadap daya tarik penonton pada konten cerita rakyat digital di channel YouTube @GromoreStudioSeries.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Channel YouTube @GromoreStudioSeries



Gambar 1. Gambar Channel YouTube @GromoreStudioSeries.

Channel YouTube @GromoreStudioSeries merupakan salah satu channel digital kreatif yang berfokus pada produksi konten animasi cerita rakyat nusantara berbasis digital *storytelling*. Channel tersebut telah berdiri sejak 2011, menyajikan berbagai kisah legenda dan cerita rakyat Indonesia dalam bentuk audio-visual animasi yang dikemas secara modern dengan memadukan unsur narasi, visual animasi, musik, efek suara, serta pengaturan emosi untuk meningkatkan pengalaman bagi penonton, menjadi salah satu bentuk transformasi budaya lokal dari media lisan tradisional menuju media digital yang lebih relevan dengan perkembangan teknologi komunikasi saat ini. Channel @GromoreStudioSeries memanfaatkan platform YouTube sebagai media distribusi utama untuk menjangkau penonton yang lebih luas, khususnya generasi muda yang aktif menggunakan media digital. Konten yang disajikan tidak hanya bertujuan sebagai hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi budaya yang memperkenalkan nilai moral, pesan budaya, serta identitas lokal Indonesia melalui pendekatan visual yang menarik dan interaktif.

Tabel 1. Karakteristik Responden.

Karakteristik	Jumlah	Persentase
Laki-laki	77	57%
Perempuan	53	43%
17–25 tahun	122	94%
26–35 tahun	8	6%

Berdasarkan dari karakteristik responden, penelitian ini didominasi oleh responden laki-laki sebanyak 77 orang (57%), sedangkan responden perempuan mencapai 53 orang (43%). Menurut usia, sebagian besar responden berada dalam kelompok umur 17–25 tahun dengan total 122 orang (94%), sedangkan responden berusia 26–35 tahun berjumlah 8 orang (6%). Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berasal dari kelompok usia

muda yang merupakan pengguna aktif YouTube dan memiliki minat besar terhadap konten cerita rakyat digital di channel @GromoreStudioSeries, sehingga sesuai dengan karakteristik target penelitian.

Hasil Uji Normalitas

Berdasarkan penjelasan pada BAB III yang secara singkat menjabarkan bahwa uji normalitas dilakukan jika nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 maka data dinyatakan berdistribusi normal, sedangkan apabila nilai signifikansi lebih kecil dari 0,05 maka data dinyatakan tidak berdistribusi normal. Pengujian normalitas dilakukan untuk memastikan bahwa data (Wahyuni & Rizqi Zati, n.d.). Berikut hasil uji normalitas dalam penelitian ini:

Tabel 2. Hasil Uji Normalitas.

Keterangan	Nilai
	100
Mean	.0000000
Std. Deviation	2.30923468
Absolute	.098
Positive	.091
Negative	-.098
	.985
	.287

Sumber Data Olahan, Peneliti 2026.

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data penelitian berdistribusi normal. Hasilnya menunjukkan nilai Asymp. Sig. (2-tailed) sebesar 0,287, yang lebih besar dari taraf signifikansi 0,05 ($0,287 > 0,05$), yang berarti bahwa data tersebut berdistribusi normal. Oleh karena itu, data memenuhi asumsi normalitas dan dapat digunakan untuk analisis statistik parametrik seperti uji regresi linear sederhana.

Tabel 3. Hasil Uji Linearitas.

<i>Sum of Squares</i>	<i>df</i>	<i>Mean Square</i>	<i>F</i>	<i>Sig.</i>
1150.306	15	76.687	15.333	.000
1042.516	1	1042.516	208.437	.000
107.790	14	7.699	1.539	.115
420.134	84	5.002		
1570.440	99			

Sumber Data Olahan, Peneliti 2026.

Nilai signifikansi untuk deviasi dari linearitas sebesar 0,115, lebih besar dari 0,05 (0,115 lebih besar dari 0,05). Menurut hasil uji linearitas, ini menunjukkan bahwa hubungan linear antara variabel *Digital Storytelling* (X) dan Daya Tarik Penonton (Y) tidak berubah. Oleh karena itu, karena kedua variabel memiliki hubungan linear, asumsi dapat dilakukan dengan analisis regresi linear sederhana.

Pada penelitian ini, pengaruh teknik digital *storytelling* (X) terhadap daya tarik penonton (Y) ditentukan melalui analisis regresi linear sederhana. Analisis ini dilakukan menggunakan program SPSS versi 21. Berikut hasil analisis regresi linear sederhana penelitian ini:

Tabel 4. Uji Regresi Linear Sederhana.

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t	Sig.
Konstanta	11,364	4,148	0,000
Digital Storytelling (X)	0,764	13,911	0,000

Sumber Data Olahan, Peneliti 2026.

Berdasarkan tabel diatas perhitungan regresi linear berganda dengan menggunakan program SPSS versi 21.0 *for windows* didapat hasil sebagai berikut:

$$Y = 11,364 + 0,764 X + e \dots\dots\dots(i)$$

Hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa nilai konstanta adalah 11,364 dan koefisien regresi variabel Digital Storytelling (X) adalah 0,764 dengan nilai signifikansi 0,000 (kurang dari 0,05). Ini menunjukkan bahwa cerita digital memiliki efek positif dan signifikan terhadap daya tarik penonton (Y). Dengan kata lain, semakin banyak penerapan cerita digital, semakin menarik konten yang ditunjukkan.

Hasil Uji hipotesis parsial (Uji t)

Tabel 5. Uji Parsial T.

Variabel	Koefisien Regresi (B)	t	Sig.
Konstanta	11,364	4,148	0,000
Digital Storytelling (X)	0,764	13,911	0,000

Sumber Data Olahan, Peneliti 2026.

Variabel Digital Storytelling (X) memperoleh nilai t hitung sebesar 13,911 dengan nilai signifikansi 0,000, yang lebih kecil dari 0,05 ($0,000 < 0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima, menurut hasil uji parsial (uji t). Hal ini menunjukkan bahwa nilai t hitung sebesar 13,911 lebih besar daripada t tabel sebesar 1,984 ($13,911 > 1,984$) dan nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$. Oleh karena itu, H_0 ditolak dan H_1 diterima, sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel Digital Storytelling (X) berpengaruh positif dan signifikan terhadap Daya Tarik Penonton (Y).

Tabel 6. Uji Koefisien Determinasi.

Indikator Pengujian	Nilai
Koefisien Korelasi (R)	0,815
Koefisien Determinasi (R Square)	0,664
Adjusted R Square	0,660
a. Predictors: (Constant), Storytelling_X	

Sumber Data Olahan, Peneliti 2026.

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi (Model Summary), diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,815, yang menunjukkan bahwa ada hubungan yang sangat kuat antara variabel Penceritaan Digital (X) dan Daya Tarik Penonton (Y). Dengan nilai R Square sebesar 0,664 ditunjukkan bahwa Penceritaan Digital mampu menjelaskan 66,4 persen variasi Daya Tarik Penonton, dan faktor lain di luar model penelitian memengaruhi 33,6% dari total.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa data telah memenuhi asumsi analisis regresi linear sederhana, ditandai dengan nilai Asymp. Sig. uji normalitas sebesar 0,287 ($>0,05$) dan nilai signifikansi deviasi dari linearitas sebesar 0,115 ($>0,05$). Hasil uji hipotesis menunjukkan bahwa teknik *digital storytelling* berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik penonton dengan nilai t hitung sebesar 13,911 dan signifikansi 0,000 ($<0,05$), sehingga H_0 ditolak dan H_1 diterima. Selain itu, nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,664 menunjukkan bahwa teknik digital storytelling mampu menjelaskan 66,4% variasi daya tarik penonton, sedangkan 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian.

Temuan ini mendukung *Narrative Transportation Theory* (Van Laer et al., 2014) yang menjelaskan bahwa karakter yang mudah dikenali, alur cerita yang mudah dibayangkan, dan cerita yang realistis mampu membawa penonton masuk ke dalam narasi sehingga meningkatkan keterlibatan mereka. Selain itu, hasil penelitian juga sejalan dengan *Attraction Theory* (McCroskey & McCain, 1974), yang menyatakan bahwa daya tarik terbentuk melalui aspek fisik, sosial, dan manfaat yang dirasakan penonton. Dengan demikian, kombinasi narasi, visual, dan audio pada konten cerita rakyat digital terbukti mampu meningkatkan daya tarik penonton.

Hasil penelitian ini konsisten dengan penelitian Srihastuty dan Andriyani (2024), Arya (2025), Susilo (2020), Herutomo et al. (2023), dan Podara et al. (2021) yang menunjukkan bahwa penerapan digital storytelling dapat meningkatkan perhatian, keterlibatan, serta ketertarikan audiens terhadap konten digital. Oleh karena itu, teknik digital storytelling pada channel YouTube @GromoreStudioSeries terbukti efektif dalam meningkatkan daya tarik penonton sekaligus mendukung pelestarian cerita rakyat melalui media digital.

4. KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa teknik *digital storytelling* pada konten cerita rakyat di channel YouTube @GromoreStudioSeries berpengaruh positif dan signifikan terhadap daya tarik penonton. Unsur *identifiable characters*, *imaginable plot*, dan *verisimilitude* mampu meningkatkan ketertarikan penonton melalui daya tarik visual, keterlibatan emosional, serta manfaat berupa penyampaian nilai moral dan budaya. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,664 menunjukkan bahwa teknik digital storytelling menjelaskan 66,4% variasi daya tarik penonton, sedangkan 33,6% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian, seperti kualitas produksi, algoritma YouTube, durasi video, frekuensi unggahan, dan preferensi penonton.

Saran

Channel YouTube @GromoreStudioSeries disarankan untuk terus mengoptimalkan penerapan teknik digital storytelling melalui penguatan karakter, alur cerita, serta kualitas visual dan audio agar daya tarik penonton semakin meningkat. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji faktor lain yang memengaruhi daya tarik penonton, seperti kualitas produksi, kepuasan, keterlibatan, loyalitas penonton, maupun algoritma YouTube dengan menggunakan pendekatan kuantitatif, kualitatif, atau metode campuran. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pengembangan kajian komunikasi digital, khususnya dalam pemanfaatan digital storytelling sebagai strategi komunikasi yang efektif untuk mendukung pelestarian budaya lokal melalui media digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrianza, Y., Alfin Ramadhan, M., Islam Mulia Yogyakarta, U., & Ciputra Makassar, S. (2025). Legenda Si Pahit Lidah di Kanal YouTube Gromore Studio Series melalui Kajian Netnografi dalam Konteks Literasi Digital. *Jurnal Ilmu Budaya*, 21(2).
- Avis, R., & Aminudin, A. (2024). Strategi digital storytelling dalam membangun interaksi audiens pada konten YouTube NERROR @Nessie Judge. *Sosmaniora: Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*.
- Chang, S., & Suh, J. (2025). The impact of digital storytelling on presence, immersion, enjoyment, and continued usage intention in VR-based museum exhibitions. *Sensors*, 25(9).
- Davey, N. G., & Benjaminsen, G. (2021). Telling tales: Digital storytelling as a tool for qualitative data interpretation and communication. *International Journal of Qualitative Methods*, 20.
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in Generation Z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 195–214.

- Herutomo, A., Dhewanto, W., & Prasetio, E. A. (2023). Digital storytelling for environmental education on YouTube: Findings from social forestry context. *Jurnal Manajemen Teknologi*, 22(3), 267–281.
- Jebb, A. T., Ng, V., & Tay, L. (2021). A review of key Likert scale development advances: 1995–2019. *Frontiers in Psychology*, 12.
- Kim, J., & Cappella, J. N. (2023). Beliefs as causal mediators in the design of communication interventions. *Human Communication Research*, 49(4), 372–382.
- Malloy, T. E. (2018). Interpersonal attraction in dyads and groups. *European Journal of Social Psychology*, 48(3), 285–302.
- McCroskey, J. C., & McCain, T. A. (1974). The Measurement of Interpersonal Attraction.
- Podara, A., Giomelakis, D., Nicolaou, C., Matsiola, M., & Kotsakis, R. (2021). Digital storytelling in cultural heritage: Audience engagement in the interactive documentary *New Life. Sustainability*, 13(3).
- Srihastuty, W., Piliang, H., & Andriyani, N. (2024). Alih wahana cerita rakyat Legenda Malin Kundang ke film animasi. *Geram*, 12(1), 130–142.
- Surbakti, R., Umboh, S. E., Pong, M., & Dara, S. (2024). Cognitive load theory: Implications for instructional design in digital classrooms. *International Journal of Educational Narratives*, 2(6), 483–493.
- Thomas, V. L., & Grigsby, J. L. (2024). Narrative transportation: A systematic literature review and future research agenda. *Psychology & Marketing*, 41, 1805–1819.
- Van Laer, T., De Ruyter, K., Visconti, L. M., & Wetzels, M. (2014). The extended transportation-imagery model: A meta-analysis of the antecedents and consequences of consumers' narrative transportation. *Journal of Consumer Research*, 40(5), 797–817.