

**HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN YOUTUBE DAN PRESTASI
BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNHAS**

OLEH

NANGKI

E31115021



**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK**

UNIVERSITAS HASANUDDIN

MAKASSAR

2019



**HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN YOUTUBE DAN PRESTASI
BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISIP UNHAS**

OLEH

NANGKI

E31115021



*Skripsi Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Memperoleh Gelar Sarjana
Pada Departemen Ilmu Komunikasi*

**DEPARTEMEN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR**

2019



HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Hubungan Antara Penggunaan Youtube Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas

Nama Mahasiswa : Nangki

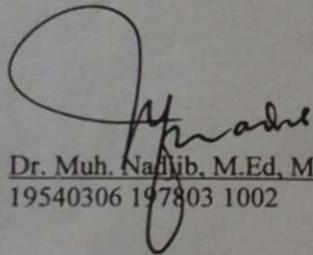
Nomor Pokok : E311 15 021

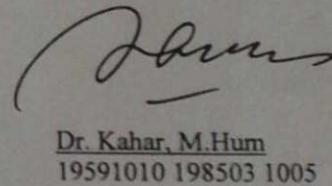
Makassar, 13 Maret 2019

Menyetujui,

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Muh. Nadjib, M.Ed, M.Lib.
19540306 197803 1002


Dr. Kahar, M.Hum
19591010 198503 1005

Mengetahui,

Ketua Departemen Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Hasanuddin


Dr. Moch. Iqbal Sultan, M.Si.
NIP. 19631210 199103 1002

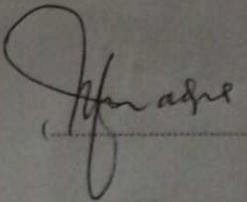


HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI

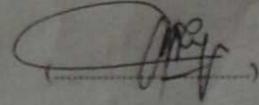
Telah diterima oleh Tim Evaluasi Skripsi Sarjana Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin untuk memenuhi sebagai syarat-syarat guna memperoleh gelar kesarjanaan Dalam Departemen Ilmu Komunikasi Konsentrasi Jurnalistik Pada Hari Kamis, 09 Mei 2019

Makassar, 09 Mei 2019

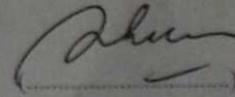
Ketua : Dr. Muh. Nadjib, M.Ed., M.Lib

()

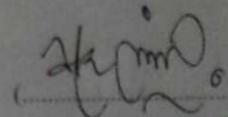
Sekretaris : Nosakros Arya, S.Sos., M.I.Kom

()

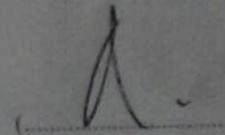
Anggota : Dr. Kahar. M.Hum

()

Dr. Arianto, S.Sos., M.Si

()

Drs. Sudirman Karnay, M.Si

()



KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim. Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh. Puji syukur hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan semesta alam, atas karunia-Nya selalu dicurahkan kepada kita semua. Shalawat dan salam semoga senantiasa tercurahkan pada Nabi besar junjungan kita, Nabi Muhammad SAW yang telah menyampaikan risalah dan syari'at Islam kepada umat manusia.

Atas rahmat dan petunjuk Allah SWT. Akhirnya penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul: Hubungan Antara Penggunaan Youtube Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas. Skripsi ini merupakan salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Hasanuddin, Makassar.

Pada kesempatan ini pula, penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang telah peduli dan membantu baik secara langsung maupun tidak langsung hingga terselesaikannya skripsi ini. Penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada:

1. Penulis berterima kasih kepada Allah SWT, yang senantiasa memberikan kesehatan dan kesempatan kepada hamba-Nya sehingga dapat menyelesaikan tugas skripsi yang diberikan sebagai syarat untuk menyelesaikan studi di Departemen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Hasanuddin.



2. Penulis berterima kasih sebesar-besarnya kepada kedua orang tua dan kakak, Ayahanda saya Makkatutu, Ibunda saya Niriwana, dan kakak tercinta saya Sri Murti, S.Pd. Tiada henti-hentinya saya mengucapkan banyak terima kasih atas doa tulus dan motivasi yang tiada hentinya diberikan kepadaku, tempatku untuk berkeluh-kesah, hingga senantiasa memberiku dorongan agar terselesaikannya skripsi ini.
3. Bapak Dr. Muh. Nadjib, M.Ed, M.Lib selaku pembimbing I dan selaku dosen penasehat akademik (PA), yang selalu memberikan masukan, nasehat, motivasi, pengetahuan baru bagi diri saya, yang tidak mungkin saya dapatkan di tempat lain, serta waktunya dalam membimbing penulis selama proses penulisan skripsi sampai selesai.
4. Bapak Dr. Kahar, M.Hum selaku pembimbing II yang selalu memberikan masukan, nasehat dan pengetahuan serta waktunya dalam membimbing penulis selama proses penulisan skripsi sampai selesai.
5. Pejabat Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin beserta staf pegawai, terkhusus kepada Ketua Departemen Ilmu Komunikasi Bapak Dr. H. Moeh Iqbal Sultan, M.Si. dan Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Bapak Andi Subhan Amir, S.Sos., M.Si. yang membantu secara administratif proses perkuliahan dan penyelesaian studi penulis, serta terima kasih banyak atas segala dukungan dan nasehat yang bapak berikan.



6. Bapak Ibu Dosen Departemen Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin, terima kasih atas ilmu yang sangat berharga yang Bapak Ibu berikan kepada penulis.
7. Ibu Ida, Ibu Ima dan Pak Herman, terima kasih atas kebaikan hatinya dan bantuannya dalam kepengurusan berkas administrasi.
8. Sahabat terkasih Mirayanti yang selalu menemaniku baik sedih ataupun senang, yang setia menemani hari-hari penulis dan membantu menyelesaikan skripsi, terima kasih atas saran dan masukannya untuk penulis
9. Sahabat terkasih Evita Puspita Sari Efendi yang setia mendengarkan curhatan penulis, teman yang tidak pernah bosan membantu penulis selama perkuliahan. Ku harap kita bersama-sama untuk menyelesaikan studi kita di Departemen Ilmu Komunikasi
10. Sahabat terkasih Eliana, Syahri Ningih, Sari Wahyuni dan Fitriani yang juga selalu menemaniku dan mendengar ocehanku, ku harap kita bersama-sama untuk menyelesaikan studi kita di Departemen Ilmu Komunikasi.
11. Sahabat terkasih Sarina yang setia menemani dan membantu penulis. Teima kasih atas kebaikan dan ketulusan untuk penulis, sahabat yang akan selalu saya kenang dan saya ingat sampai kapanpun. Saya doakan semoga dilancarkan skripisnya dan cepat sarjana.



12. Terima kasih kepada “Tahu Bulat” (Meyti, Nur Hikma, Titi, Suci dan Nunu) atas bantuannya untuk penulis, semoga skripsinya dilancarkan dan cepat sarjana
13. Terima kasih kepada Anugrah Apriandini atas yang telah membantu penulis dalam mengolah data
14. Terima kasih banyak saya ucapkan kepada Sri yang selama ini membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi yang tidak pernah bosan membantu dan mengajari penulis menggunakan SPSS.
15. *CULTURE 2015*. Terima kasih teman-teman untuk suka-duka yang kita lewati bersama, pelajaran dan pengalaman yang berharga yang kalian berikan untukku serta canda tawa yang tidak ada habisnya kalau kita bertemu.
16. Terima kasih kepada Ihlasul Amal atau yang biasa disapa Isul atas aplikasi SPSS nya yang telah membantu menyelesaikan skripsi penulis, tanpa aplikasi SPSS penulis tidak akan bisa menyelesaikan skripsinya.
17. Terima kasih kepada kak Andarwati atau yang biasa disapa kak Andar yang telah mengajari penulis mengolah data, yang selalu memotivasi dan menyemangati penulis.
18. Terima kasih kepada kak Siti Hardianti yang atau yang biasa disapa kak Endah atas masukan dan saran untuk skripsi penulis



Terima kasih kepada kak Ayu murobbiyah yang paling baik dan sabar dalam mengajarkan tentang Islam kepada kami. Terima kasih

banyak kak atas ilmu, nasehat dan motivasi yang sangat membantu penulis untuk tetap sabar dan tegar dalam menghadapi masalah khususnya dalam menyelesaikan skripsi

20. Terima kasih kepada teman posko Cenrana KKN Gel.99 Kabupaten Maros, Kecamatan Camba. Kordes posko desa Cenrana A. Ulul Ilmi, Muh. Nur Julael Maulana, Ainun Mardiah, Christine Yuliana Phandi dan Aghfirah Maharani. Terima kasih atas dukungannya yang tiada henti diberikan untuk penulis.

21. Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015, 2016, dan 2017. Terima kasih telah membantu penulis dalam memudahkan pengisian kuesioner penelitian dan terima kasih atas hiburan yang diberikan.

22. Terima kasih kepada sahabat-sahabat ku terkasih “GGG” Ainun Mardiah, Christine Yuliana Phandi dan Muh. Nur Julael Maulana yang selalu mendukung penulis

23. Terima kasih kepada GOT7 atas hiburannya selama ini untuk penulis, lagu-lagu yang dinyanyikan membantu penulis untuk tetap semangat.

24. Pihak-pihak yang telah membantu penulis selama ini, yang tidak dapat penulis jabarkan satu persatu, terima kasih sebesar-besarnya

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih dan jauh empurnaan. Namun penulis selalu berusaha menyusun skripsi ini sebaik-baiknya. Penulis berharap semoga skripsi ini tidak hanya



menjadi catatan yang lapuk termakan usia tapi ada manfaatnya bagi penulis, pembacanya, dan juga masyarakat. *Aamiin Ya Rabbal Alamin...*

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Makassar, 13 Maret 2019

NANGKI



ABSTRAK

NANGKI.E31115021.Hubungan Antara Penggunaan Youtube Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas. (Dibimbing Oleh Muh Nadjib dan Kahar)

Tujuan penelitian ini adalah : (1) untuk mengetahui bagaimana hubungan antara penggunaan youtube dan prestasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas; (2) untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas menggunakan youtube

Tipe penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif yakni mendeskripsikan atau menggambarkan data yang dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana hubungan antara penggunaan youtube dan prestasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi. Adapun teknik penentuan jumlah sampel menggunakan Tabel Stephen Isaac dan William B. Michael

Hasil penelitian menunjukkan bahwa : (1) Terdapat hubungan Antara Penggunaan Youtube Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas, dimana r hitung $>$ r tabel ($0,497 > 0,159$) dengan demikian terdapat hubungan positif antara variabel X dan variabel Y. (2) Faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas menggunakan youtube adalah karena memudahkan mereka dalam mengerjakan tugas kuliah, kemudahan dalam mengakses youtube dan konten video youtube yang beragam.

Kata Kunci : Penggunaan youtube, prestasi belajar



ABSTRACT

NANGKI.E31115021 *Relationship Between the Use of Youtube and Student Achievement in Communication Science Faculty of Social Sciences Unhas (Guided by Muh Nadjib and Kahar)*

The purpose of this study is (1) to find out how the relationship between the use of youtube and learning achievement of Faculty of Social Sciences students is Unhas; (2) to find out the factors that influence students of Communication Science in Unhas using youtube

This type of research uses quantitative descriptive method that is describing or describing the data collected through distributing questionnaires to students of Faculty of Social Sciences Unhas. This study aims to determine how the relationship between the use of youtube and the learning achievements of students of Communication Sciences. The technique for determining the number of samples using Stephen Isaac and William B. Michael's Table

The results of the study show that (1) There is a relationship between the use of Youtube and the learning achievement of Faculty of Social Sciences Unhas Students, where $r_{count} > r_{table}$ ($0.497 > 0.159$) thus there is a positive relationship between variable X and variable Y. (2) Factors that influence students of Social Sciences Unhas using youtube is because it makes it easier for them to do their assignments, ease of accessing youtube and variuos youtube video content.

Keyword : Using of youtube, learning achievment



DAFTAR ISI

SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN PENERIMAAN TIM EVALUASI	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	xi
DAFTAR ISI	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
DAFTAR TABEL	xvi
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	11
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	12
D. Kerangka Konseptual	13
E. Definisi Operasional	17
F. Metode Penelitian	19
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
A. New Media	26
B. Media Online	28
C. Media Sosial	31
Media Sosia Youtube	35
Prestasi Belajar	41



F. Teori Uses And Gratification	41
BAB III GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	
A. Profil Departemen Ilmu Komunikasi	43
B. Sejarah	48
C. Visi, Misi, Tujuan, dan Sasaran Serta Strategi Pencapaian	50
D. Struktur Organisasi	55
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	
A. Hasil Penelitian	57
B. Pembahasan	82
BAB V PENUTUP	
A. Simpulan	89
B. Saran	93
DAFTAR PUSTAKA	94
LAMPIRAN A Biodata Penulis	
LAMPIRAN B Hasil Olah Data SPSS	
LAMPIRAN C Tabel Isaac dan Michael	
LAMPIRAN D Nilai Product Moment	
LAMPIRAN E Kuesioner	



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Model Uses And Gratification	15
Gambar 1.2 Kerangka Penelitian	15
Gambar 3.1 Struktur Organisasi Departemen Ilmu Komunikasi Fisip Unhas	56



DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Jumlah Mahasiswa Angkatan 2015, 2016 dan 2017 Departemen Ilmu Komunikasi	21
Tabel 1.2 Tabel Stephen Isaac dan William B. Michael	22
Tabel 1.3 Jumlah Sampel Ilmu komunikasi Per Angkatan	23
Tabel 1.4 Nilai Koefisien Korelasi	25
Tabel 3.1 Jumlah SKS PS (Minimum Untuk Kelulusan) Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas	45
Tabel 4.1 Distribusi Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	57
Tabel 4.2 Distribusi Responden Berdasarkan umur	58
Tabel 4.3 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan	59
Tabel 4.4 Distribusi Rsponden Berdasarkan Jenis Handphone	59
Tabel 4.5 Distribusi Responden Berdasarkan Perangkat Elektronik Yang Digunakan Untuk Menonton Youtube	60
Tabel 4.6 Distribusi Responden Bedasarkan Memiliki Aplikasi Youtube	60
Tabel 4.7 Distribusi Responden Berdasarkan Apakah Sering Menggunakan Youtube	61
Tabel 4.8 Distribusi Responden Bedasakan Tempat Yang Paling Sering Untuk Menonton Youttube	61
Tabel 4.9 Distribusi Responden Berdasarkan Konten Youtube Yang Paling Sering Di Tonton	62

10 Distribusi Responden Berdasarkan Konten Youtube Yang Paling Lama	63
---	----



Tabel 4.11 Distribusi Responden Berdasarkan Lama Rata-Rata Menggunakan Youtube Dalam Sehari	64
Tabel 4.12 Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya Durasi Menggunakan Youtube Berpengaruh Terhadap Meningkatnya Prestasi Belajar	65
Tabel 4.13 Distribusi Responden Berdasarkan Berapa Kali Menggunakan Youtube Dalam sehari	66
Tabel 4.14 Distribusi Responden Berdasarkan Tingginya Frekuensi Menggunakan Youtube Berpengaruh Terhadap Meningkatnya Prestasi Belajar	67
Tabel 4.15 Distribusi Responden Berdasarkan Menggunakan Youtube Memudahkan Dalam Mengerjakan Tugas Kuliah	68
Tabel 4.16 Distribusi Responden Berdasarkan Pukul Berapa Menggunakan Youtube	69
Tabel 4.17 Distribusi Responden Berdasarkan Tujuan Menggunakan/Menonton Youtube	70
Tabel 4.18 Distribusi Responden Berdasarkan Apakah Rajin Belajar Jika Menggunakan Youtube	71
Tabel 4.19 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Belajar Meningkat Jika Menggunakan Youtube	72
Tabel 4.20 Distribusi Responden Berdasarkan Lamanya Belajar Meningkat Jika Menggunakan Youtube	73
Tabel 4.21 Distribusi Responden Berdasarkan Prestasi Belajar Meningkat Jika Menggunakan Youtube	74



Tabel 4.22 Distribusi Responden Berdasarkan IPK Meningkat Jika Menggunakan Youtube	75
Tabel 4.23 Distribusi Responden Berdasarkan IPK Terakhir Selama Menggunakan Youtube	76
Tabel 4.24 Distribusi Responden Berdasarkan Frekuensi Menggunakan/Menonton Youtube.....	77
Tabel 4.25 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menggunakan/Menonton Youtube	78
Tabel 4.26 Distribusi Responden Berdasarkan Indeks Prestasi Kumulatif (IPK).....	79
Tabel 4.27 Distribusi Responden Berdasarkan Penggunaan Youtube	80
Tabel 4.28 Distribusi Responden Berdasarkan Prestasi Belajar	80
Tabel 4.29 Tabel analisis korelasi person	81



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi dan informasi mengalami kemajuan yang sangat pesat, di tandai dengan banyaknya aplikasi yang memudahkan manusia saling berkomunikasi dan mendapatkan informasi. Bangsa Indonesia merupakan salah satu bangsa yang ikut terlibat dalam kemajuan media informasi dan teknologi (Ameliola & Nugraha, 2013). Seiring berkembangnya teknologi maka akan memengaruhi berkembangnya internet pula, karena semakin canggih teknologi maka akan memudahkan penggunaannya mengakses internet.

Internet menyediakan berbagai kebutuhan masyarakat mulai dari informasi, hiburan, jual-beli, hingga pada penyediaan berita dan lain sebagainya. Dengan menggunakan internet, sebuah komunikasi dapat dimulai dari antar individu hingga komunitas yang satu dengan komunitas lain. Komunikasi yang melibatkan berbagai elemen masyarakat dapat membentuk sebuah struktur lingkungan di dunia maya yang disebut dengan media sosial.

Media sosial yang kini beragam merupakan jenis media baru yang memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara online, Ardianto (2011). Media sosial yang saat ini sedang sangat diminati adalah Youtube. Youtube berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung lebih suka menonton youtube

gkan menonton televisi (TV), karena di youtube semua yang diinginkan



tersedia dan sangat lengkap. Selain itu hanya bermodalkan smartphone dan paket data semua orang sudah bisa mengakses youtube dengan mudah dan cepat. Terdapat berbagai macam konten video yang terdapat di youtube, seperti konten video pendidikan, entertainment, vlog, olahraga, berita dan konten video lainnya. Setiap konten dapat memberikan distribusi yang baik bagi para penggunanya karena setiap konten memiliki hal yang positif untuk di terima oleh para penonton atau pengguna youtube, seperti halnya konten entertainment pada konten biasanya ditonton untuk hiburan tapi pada konten entertainment ada beberapa video yang ditampilkan mengenai prestasi belajar para selebrtiti dan dari situ akan muncul motivasi dari para penonton untuk sama seperti artis tersebut dengan giat belajar agar mendapat nilai yang bagus dan menjadi orang yang berprestasi seperti para selebriti yang diberitakan di konten entertainment tersebut. Demikian pula dengan konten video lainnya, akan tetapi berdasarkan survei yang dilakukan peneliti kepada beberapa mahasiswa khususnya mahasiswa ilmu komunikasi Fisip Unhas konten yang paling besar sumbangsinya dalam meningkatkan prestasi belajar mahasiswa adalah konten video pendidikan karena pada konten semua yang berkaitan dengan pendidikan dapat didapatkan pada konten ini.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh We Are Social, perusahaan media di Inggris yang bekerja sama dengan Hootsuite, rata-rata orang Indonesia menghabiskan 3 jam 23 menit sehari untuk mengakses media sosial. Dari laporan berjudul “Essentil Insights Into Internet, Social Media, Mobile, and E-Commerce

and The world” yang diterbitkan pada tanggal 30 Januari 2108, dari total Indonesia sebanyak 65,4 juta jiwa, pengguna aktif media sosialnya



mencapai 130 juta dengan penetrasi 49 persen. Sebanyak 120 juta orang Indonesia menggunakan perangkat mobile, seperti smartphone atau tablet untuk mengakses media sosial, dengan penetrasi 45 persen. Dalam sepekan, aktivitas online di media sosial melalui smartphone mencapai 37 persen. Dirangkum KompasTekno dari We Are Sosial, Kamis (1/3/2018), Youtube menempati posisi pertama dengan persentase 43 persen, disusul Facebook diposisi kedua dengan persentase 41 persen dan posisi ketiga ditempati oleh Instagram dengan persentase 38 persen. KOMPAS.com (1 Maret 2018).

Dari ketiga sosial media yang telah disebutkan diatas, youtube menempati posisi pertama yang paling banyak digunakan sekarang ini, khususnya di kalangan remaja. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh perusahaan entertainment digital Defy Media, generasi Z dan generasi milenial muda menganggap video digital sebagai bagian penting dalam hidup mereka. Dalam laporan tahunan Defy Media yang berjudul “Youth Media Diet”, terlihat bahwa sebagian besar (65 persen) orang berumur 13-24 tahun terus mengkonsumsi video sejak awal hari, sebelum pergi ke sekolah atau berangkat kerja hingga sore hari.

Defy bekerja sama dengan Kelton Research and Hunter Qualitative. Mereka melakukan survei terhadap 1.300 responden di AS dengan rentang umur 13-24 tahun. Sekitar 54 responden dipilih untuk mengisi jurnal 14 hari yang menjelaskan secara detail video yang mereka tonton setiap harinya, yang akan menunjukkan pendapat dan kebiasaan dalam menonton video. Dua puluh tujuh di

, diwawancara secara pribadi. Wawancara ini lalu diikuti oleh survei yang diikuti oleh 1.300 responden berumur 13-24 tahun. Berdasarkan



survei tersebut menunjukkan bahwa youtube menjadi penguasa video dengan sekitar 85 persen responden menyebutkan bahwa youtube merupakan platform utama yang mereka gunakan untuk menonton video (<https://m.medcom.id/teknologi/news-teknologi/gNQ6Qyab-remaja-jauh-lebih-suka-youtube-ketimbang-tv>)

Kepopuleran youtube saat ini membuat peneliti sangat tertarik meneliti mengenai youtube. Sosial media youtube saat ini juga sudah sangat mudah diakses oleh semua kalangan khususnya kalangan remaja dikarenakan adanya alat teknologi yang bernama smatphone yang hampir setiap individu memiliki alat tersebut. Hampir setiap smartphone dilengkapi dengan aplikasi youtube, hal ini membuat para penggunanya bisa lebih intens mengakses youtube. Penggunaan youtube yang baik dan benar serta digunakan sesuai dengan kebutuhan akan memberikan dampak positif bagi para penggunanya. Selain ituyoutube juga bisa menjadi sarana peningkatan SDM (Sumber Daya Manusia), SDM yang dimaksud disini adalah pendidikan.

Sarana bagi upaya peningkatan SDM diantaranya yaitu melalui pendidikan, karena pendidikan dapat diartikan sebagai sebuah proses dengan metode-metode tertentu sehingga orang memperoleh pengetahuan, pemahaman dan caratingkah laku sesuai dengan kebutuhan (Syah, 2003)

Pendidikan bagi suatu bangsa merupakan sutau kebutuhan dasar yang harus dipenuhi untuk meningkatkan kualitas sumber daya manusia, sesuai dengan

u tujuan negara yang digariskan dalam pembukaan UUD 1945 yaitu
 skan kehidupan bangsa. Upaya untuk mencerdaskan cita-cita nasional



itu digariskan pula dalam UU No. 20 tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional sebagai berikut : "Pendidikan nasional berfungsi mengembangkan kemampuan dan membentuk watak serta peradaban bangsa yang bermartabat dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa, tujuan untuk berkembangnya potensi peserta didik agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Mahaesa, berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri dan menjadi warga yang demokratis serta bertanggungjawab" (UUSPN Tahun 2003 pasal 3).

Belajar adalah kegiatan manusia yang sangat penting dan harus dilakukan selama hidup, karena melalui belajar dapat melakukan perbaikan dalam berbagai hal yang menyangkut kepentingan hidup, dengan kata lain melalui belajar dapat memperbaiki nasib, menggapai cita-cita yang didambakan (Slameto, 2003)

Prestasi belajar seringkali diidentikkan dengan nilai yang telah dicapai, apabila seseorang mempunyai nilai yang tinggi , berarti ia telah mencapai suatu prestasi tinggi pula (Napitupulu, 2014)

Secara umum prestasi belajar mahasiswa di Indonesia ditentukan oleh kemampuan kognitifnya dalam memahami materi pelajaran yang telah ditentukan didalam kurikulum. Tingkah laku kognitif merupakan tindakan mengenal atau memikirkan situasi di mana tingkah laku terjadi, tingkah laku tergantung insight (pengamatan atau pemahaman) terhadap hubungan yang ada dalam situasi. Dalam kognisi terjadi proses berpikir dan proses mengamati yang menghasilkan,

leh, menyimpan dan memproduksi pengetahuan (Monks dan Knoers,



Setiap manusia dalam rangka mempertahankan hidupnya memiliki beberapa kebutuhan. Menurut Maslow, manusia memiliki 5 kebutuhan salah satunya adalah kebutuhan aktualisasi diri. Dalam rangka pemenuhan akan hal tersebut, manusia harus berusaha dengan segala kekuatan daya yang dimiliki. Oleh karena itu manusia harus berprestasi agar dapat memenuhi kebutuhan sehingga mampu mempertahankan hidupnya. Prestasi seseorang sangat berperan penting bagi keunggulan bangsa dan negara, karena dengan adanya bangsa yang berprestasi maka dapat menjadikan negara unggul dalam segala bidang.

Faktor-faktor yang memengaruhi prestasi belajar adalah faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal merupakan faktor yang berasal dari dalam diri individu yang terdiri dari faktor jasmaniah, faktor psikologis dan faktor kelelahan. Faktor jasmani terdiri dari faktor kesehatan dan cacat tubuh. Faktor psikologis terdiri dari intelegensi, perhatian, minat, bakat, motif dan kesiapan, sedangkan faktor kelelahan terdiri dari dua macam yaitu kelelahan jasmani dan kelelahan rohani. Faktor eksternal merupakan faktor yang berasal dari luar individu. Faktor eksternal terdiri dari tiga faktor yaitu faktor keluarga, faktor kampus dan faktor masyarakat. Faktor keluarga terdiri dari aspek cara orang tua mendidik, relasi antar anggota keluarga, suasana rumah, keadaan ekonomi keluarga, pengertian orang tua dan latar belakang kebudayaan. Faktor kampus terdiri dari aspek metode mengajar, kurikulum, relasi dosen dengan mahasiswa, relasi mahasiswa dengan dosen, keadaan gedung, standar pelajaran, metode belajar dan tugas rumah.

...n faktor masyarakat terdiri dari aspek kegiatan siswa di masyarakat,
...man bergaul dan bentuk kegiatan masyarakat (Slameto: 2003: 54-72)



Berdasarkan lembaga riset pasar Statistika yang memprediksi bahwa jumlah pengguna youtube akan mencapai angka 1,8 miliar orang pada tahun 2021 nanti. Dari meningkatnya pengguna youtube tersebut, para pengguna tidak hanya mengakses youtube untuk mencari informasi pendidikan melainkan mengakses youtube untuk hiburan.

Penggunaan youtube sangat intens dilakukan oleh sebagian besar orang, dengan tujuan yang berbeda-beda, ada yang menggunakan youtube hanya untuk hiburan, ada juga yang mengakses youtube untuk mencari informasi mengenai materi perkuliahan. Bahkan saat ini youtube menjadi aplikasi yang membangunkan dan menidurkan seseorang, mengapa demikian karena saat ini ketika seseorang susah tidur maka hal yang dilakukan adalah menonton youtube. Dan seseorang akan cepat bangun untuk melihat di youtube informasi apa yang terupdate sekarang. Sekarang ini bukan lagi televisi yang menjadi sarana yang setiap hari menemani hari-hari setiap orang melainkan youtube, karena saat ini sebagian besar orang tidak lagi tertarik dengan siaran televisi.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Miftah Nur Fidyastuti 2013 : Hubungan intensitas penggunaan jejaring sosial Facebook dengan prestasi belajar mahasiswa D IV Bidan Pendidik STIKES 'Aisyiyah Yogyakarta menunjukkan bahwa terdapat hubungan intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook dengan prestasi belajar ($p=0,038$). Hasil penelitian semakin rendah intensitas penggunaan jejaring sosial facebook responden maka semakin tinggi prestasi

a, hal ini dibuktikan melalui presentase intensitas penggunaan jejaring facebook yang rendah memiliki prestasi belajar yang tinggi sebesar 88,2 %,



sedangkan intensitas penggunaan situs jejaring sosial facebook yang tinggi memiliki prestasi yang tinggi sebesar 11,8 %. Hal tersebut karena adanya beberapa faktor yang mempengaruhi prestasi belajar yaitu faktor internal dan eksternal. Kemudian faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi prestasi belajar diantaranya faktor-faktor yang tidak dikendalikan yaitu kondisi psikologi, kecerdasan, motivasi, minat, sikap dan bakat.

Menurut laporan Mashable, 57 persen responden mengatakan bahwa video digital berfungsi untuk memperbaiki mood mereka, 61 persen menyebutkan menonton video sebagai cara menghilangkan stres, 60 persen mengkonsumsi video untuk mengetahui berita terbaru, 47 persen menggunakan video untuk belajar sesuatu yang baru dan 44 persen menonton video untuk membantu tidur.

Perlu kita ketahui bahwa banyak anak-anak bangsa Indonesia yang berprestasi dan mampu bersaing dengan negara lain serta berhasil mengharumkan nama baik Indonesia di dunia Internasional dalam berbagai bidang, seperti olahraga, olimpiade sains, seni, fashion dan automotif.

Prestasi Indonesia mengalami peningkatan di akhir tahun 2018, peningkatan prestasi terjadi ketika kontingen mahasiswa Indonesia di ajang Asean University Games (UG) 2018 yang berlangsung di Naypyidaw, Myanmar (7-18 Desember 2018), yaitu dengan diraihnya medali yang terdiri dari 17 emas, 39 perak dan 30 perunggu yang berhasil dibawa pulang. Prestasi di bidang olahraga

... yang menempatkan Indonesia di urutan kedua setelah tim Thailand, dan Indonesia meningkat setelah sebelumnya menempati urutan ketiga, hal ini membuktikan bahwa prestasi Indonesia di bidang olahraga sangat bagus.



Selain dibidang olahraga dibidang akademik prestasi Indonesia juga sangat bagus dan sangat membagakan bangsa Indonesia, dilansir dari KBRN sebanyak 201 mahasiswa asal Indonesia yang menempuh pendidikan S-1 di Universitas Al Azhar Mesir meraih penghargaan dari KBRI Kairo. Penghargaan ini merupakan apresiasi terhadap capaian nilai indeks prestasi akademik terbaik saat studi di Universitas Islam ternama di dunia

Dalam keterangan tertulis yang diterima redaksi Radio Republik Indonesia (RRI), disebutkan penghargaan ini diberikan langsung Duta Besar Indonesia, Helmy Fauzi di Auditorium Markaz Lughah Syech Zayed, Nasr City, Kairo, Minggu (16/9/2018).

Selain piagam, para mahasiswa berprestasi ini juga mendapatkan dana insentif. Bagi 16 orang peraih nilai mumtaz (terbaik/cumlaude) diberikan dana 700 pound Mesir. Sedangkan 185 mahasiswa peraih nilai jayyid jiddan (sangat memuaskan) diberi dana insentif 500 pound Mesir.

Dubes Helmy Fauzy mengaku bangga melihat capaian mahasiswa Indonesia di Mesir. Menurutnya, mendapatkan nilai akademik tinggi di Universitas Al Azhar terbilang sulit. Apalagi, mahasiswa harus menguasai bahasa arab dengan baik. Hingga akhir Agustus 2018, Kantor Atase Pendidikan dan Kebudayaan (Atdikbud) KBRI mencatat setidaknya ada 5.955 mahasiswa Indonesia yang menimba ilmu di Mesir.

Peneliti mengambil mahasiswa ilmu komunikasi Fisip Unhas sebagai

penelitian karena jurusan ilmu komunikasi adalah salah satu jurusan yang studinya atau ilmunya bisa digunakan dalam berbagai aspek atau biasa



disebut omni present (serba hadir). Di mana ilmu komunikasi bisa digunakan pada bidang politik, kedokteran dan sebagainya. Apalagi mengenai media sosial ilmu komunikasi termasuk juga didalamnya.

Berdasarkan survei peneliti terhadap penggunaan youtube dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi Fisip Unhas terbilang cukup tinggi karena setiap saat mahasiswa ilmu komunikasi menonton youtube, hal ini dapat dilihat ketika jam pelajaran selesai atau di waktu senggang mereka menonton youtube untuk mengurangi rasa kebosanan. Selain itu ketika ada tugas kuliah yang diberikan oleh dosen kebanyakan mahasiswa menggunakan youtube untuk mengerjakannya. Semua yang kita inginkan bisa kita dapatkan di youtube, oleh karena itu banyak orang menggunakan youtube dalam hal ini mahasiswa ilmu komunikasi Fisip Unhas.

Alasan peneliti mengambil mahasiswa angkatan 2015, 2016 dan 2017 adalah dari ketiga angkatan tersebut sudah bisa dilihat atau diketahui peningkatan IPK karena pada penelitian ini peneliti ingin meneliti bagaimana prestasi belajar mahasiswa melalui IPK.

Hal yang membedakan penelitian ini dengan penelitian sebelumnya adalah terletak pada penggunaan media dan tempat meneliti, penelitian sebelumnya menggunakan media sosial sosial facebook dan penelitiannya dilakukan di kota Yogyakarta sedangkan pada penelitian ini menggunakan media sosial youtube dan lokasi penelitiannya dilakukan di kota Makassar. Ciri khas atau keunikan dari

ini dibandingkan penelitian yang sebelumnya adalah terletak pada media sosial yang digunakan, pada penelitian ini menggunakan youtube dimana



youtube merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak keunggulan dibandingkan media sosial yang digunakan pada penelitian sebelumnya yakni facebook. Pada media sosial youtube selain digunakan untuk berkomunikasi dengan satu orang dengan orang lainnya kita juga bisa dengan mudah mencari atau menonton video yang diinginkan bila dibandingkan dengan facebook yang lebih cenderung digunakan untuk chattingan saja. Secara garis besar keunikan dari penelitian ini adalah karena youtube merupakan platform utama dalam menonton video, selain itu pada youtube juga terdapat banyak konten yang dapat memudahkan para penggunaannya untuk mendapatkan informasi dan menyelesaikan pekerjaan dalam hal tugas kuliah mahasiswa, dengan adanya youtube dapat memudahkan mahasiswa dalam menyelesaikan tugas kuliah, dan bila dibandingkan penelitian sebelumnya yang menggunakan facebook di mana facebook fungsi utamanya bukan untuk menonton video dan tidak ada konten video yang terdapat di facebook.

Berdasarkan data dan fakta diatas membuat peneliti tertarik melakukan penelitian skripsi dengan judul **“HUBUNGAN ANTARA PENGGUNAAN YOUTUBE DAN PRESTASI BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI FISP UNHAS”**.

B. Rumusan Masalah

Beberapa rumusan masalah penelitian “Hubungan Antara Penggunaan Youtube Dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas.

. Bagaimana hubungan antara penggunaan youtube dan prestasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas ?



2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas menggunakan youtube ?

C. Tujuan Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah yang telah dikemukakan diatas, maka penelitian ini bertujuan:

- a. Untuk mengetahui hubungan antara penggunaan youtube dan prestasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas
- b. Untuk mengetahui faktor-faktor yang mempengaruhi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas menggunakan youtube.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian ini adalah untuk:

- a. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat memberi kontribusi yang positif kepada mahasiswa ilmu komunikasi dalam penelitian mengenai media sosial.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas

Hipotesis Penelitian

H_0 = Tidak Ada Hubungan antara Penggunaan Youtube dan Prestasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas.

H_1 = Ada Hubungan antara Penggunaan Youtube dan Prestasi Belajar

siswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas



D. Kerangka Konseptual

Media sosial yang kini beragam merupakan jenis media baru yang memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan jejaring secara online, Ardianto (2011). Media sosial yang saat ini sedang sangat diminati adalah Youtube. Youtube berhasil meraih kepopulerannya tak lain karena kebiasaan masyarakat sekarang yang cenderung lebih suka menonton youtube dibandingkan menonton televisi, karena di youtube semua yang diinginkan sudah tersedia dan sangat lengkap. Penggunaan youtube sangat populer di kalangan remaja. Selain itu hanya bermodalkan smartphone dan paket data semua orang sudah bisa mengakses youtube dengan mudah dan cepat. Konten youtube juga sudah sangat beragam diantaranya, konten pendidikan, entertainment, berita, vlog dan informasi umum lainnya.

Kehadiran media sosial dalam kehidupan remaja saat ini membawa perubahan yang besar dalam hal berkomunikasi dan belajar, melalui media sosial seseorang dapat melakukan kegiatan berkomunikasi sekaligus sebagai media untuk belajar.

Youtube sebagai salah satu media sosial yang paling banyak digunakan dan dapat memberikan dampak positif ataupun dampak negatif bagi para penggunanya tergantung dari apa saja yang sering di akses atau di nonton pada youtube. Pada sosial media youtube selain memberikan informasi mengenai entertainment dan informasi umum, youtube juga memberikan informasi

pendidikan.



Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video pendidikan, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas dan masih banyak lagi.

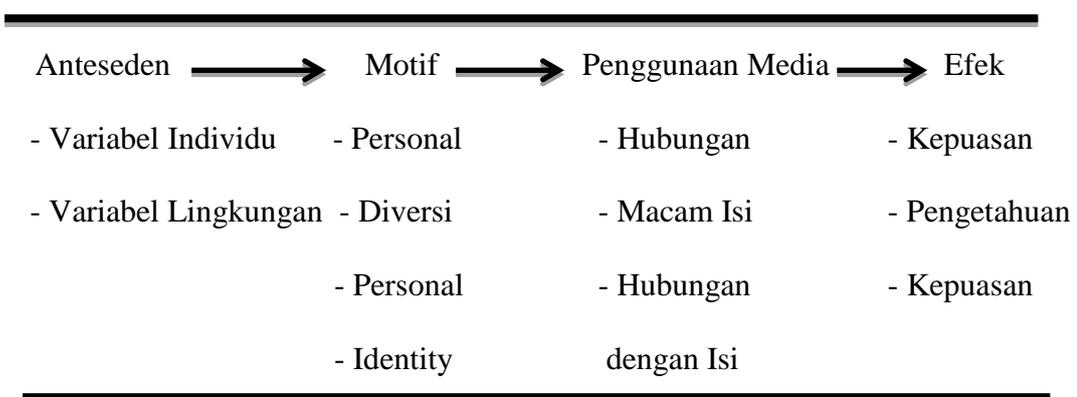
Menonton youtube dapat mempengaruhi proses belajar seseorang, seseorang yang sering menonton youtube mengenai pelajaran di sekolah atau di kampus cenderung memiliki keinginan untuk belajar karena informasi yang di dapat dari youtube mendorong penontonnya untuk mengikuti apa yang mereka lihat, sebaliknya seseorang yang cenderung menonton konten youtube entertainment cenderung susah belajar karena menonton youtube hanya untuk hiburan semata. Jadi, yang berperan penting dalam mendorong seseorang melakukan hal-hal yang positif dan memberikan manfaat bagi dirinya adalah penggunanya sendiri, bagaimana pengguna tersebut menggunakan media sosial dalam hal ini youtube yang bisa memberikan dampak yang positif bagi dirinya.

Berdasarkan penjelasan di atas, peneliti akan menghubungkannya dengan teori uses and gratification di mana teori uses and gratification merupakan kebalikan dari teori peluru. Dalam teori peluru media sangat aktif sementara audience berada dipihak yang pasif. Sementara itu, dalam teori uses and gratification ditekankan bahwa audience aktif untuk menentukan media mana

as dipilih untuk memuaskan kebutuhannya. Nurudin (2007) mengatakan



Teori uses and gratification lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya, manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu berdampak pada dirinya.



Gambar 1.1
Model Uses and Gratification

Konsep ini akan dijabarkan dalam dua variabel yakni variabel independen dan variabel dependen. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang bentuknya apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga di peroleh informasi tentang hal tersebut, kemudian di tarik kesimpulannya.

a. Variabel Independen

Variabel Independen atau sering disebut sebagai variabel stimulus, prediktor, antecedent. Dalam bahasa Indonesia sering disebut variabel bebas. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau

variabel dependen (terikat). Variabel Independen dalam penelitian ini



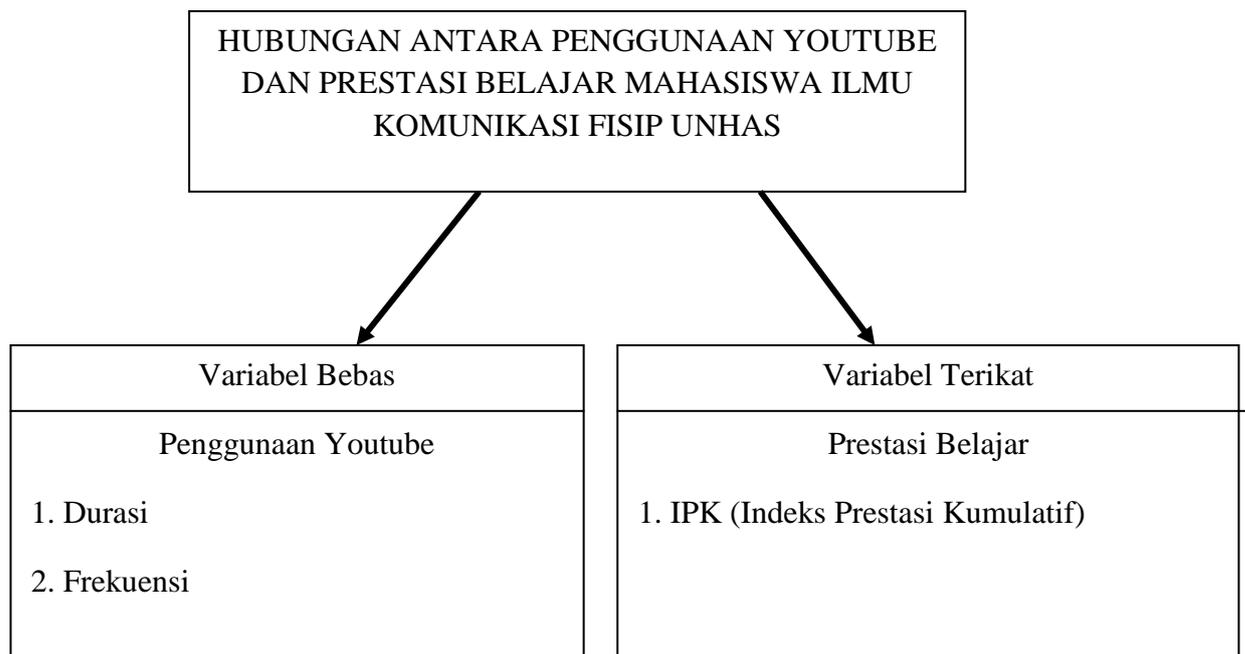
X = Penggunaan Youtube

b. Variabel Dependen

Variabel dependen atau sering disebut variabel output, kriteria, konsekuen, dalam bahasa Indonesia sering disebut sebagai variabel terikat. Variabel terikat merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel Terikat dalam penelitian ini adalah :

Y = Prestasi Belajar

Berdasarkan Pemaparan diatas, berikut ini adalah skema atau kerangka konseptual dari penelitian ini :



Gambar 1.2
Kerangka Penelitian



E. Definisi Operasional

Untuk menghindari penafsiran yang salah terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka dipandang perlu untuk memberikan batasan-batasan terhadap konsep-konsep tersebut.

a. Hubungan

Hubungan adalah adanya kesinambungan yang terjadi antara dua variabel yakni variabel bebas dan variabel terikat. Intensitas penggunaan youtube (variabel bebas) dan prestasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi Fisip Unhas (Variabel terikat).

b. Penggunaan youtube

Indikator :

1. Frekuensi

Frekuensi menggunakan youtube adalah jumlah responden yang mengakses youtube dalam sehari. Hal ini diukur dengan empat item pertanyaan dengan kriteria yakni :

- a. Rendah = Bila responden menggunakan youtube 1 – 2 kali
- b. Sedang = Bila responden menggunakan youtube 3 – 4 kali
- c. Tinggi = Bila responden menggunakan youtube 5 – 6 kali
- d. Sangat tinggi = Bila responden menggunakan youtube lebih dari 7 kali



2. Durasi

Durasi menggunakan youtube adalah lamanya waktu yang digunakan oleh responden untuk mengakses youtube. Hal ini diukur dengan empat item pertanyaan dengan kriteria :

- a. Rendah= Bila total durasi menggunakan responden <1 jam
- b. Sedang = Bila total durasi menggunakan responden 1 - 2 jam
- c. Tinggi = Bila total durasi menggunakan responden 3 – 4 jam
- d. Sangat tinggi = Bila total durasi menggunakan responden lebih dari >4 jam

c. Youtube

Youtube adalah sebuah website yang memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas dan masih banyak lagi.

d. Prestasi belajar

Prestasi belajar seringkali diidentikkan dengan nilai yang telah dicapai, apabila seseorang mempunyai nilai yang tinggi , berarti ia telah mencapai suatu prestasi tinggi pula. Kriteria prestasi belajar akan diukur menggunakan indikator, yakni :



1. IPK (Indeks Prestasi Kumulatif)

IPK (Indeks Prestasi Kumulatif) adalah hasil akhir yang dicapai dari proses belajar selama menempuh pendidikan pada suatu universitas. Hal ini diukur dengan empat item pertanyaan dengan kriteria :

- a. Tidak tinggi = Bila IPK yang diraih atau dicapai 1.00 – 1.99
- b. Cukup tinggi = Bila IPK yang diraih atau dicapai 2.00 – 2.75
- c. Tinggi = Bila IPK yang diraih atau dicapai 2.76 – 3.50
- d. Sangat tinggi = Bila IPK yang diraih atau dicapai 3.51 – 4.00

F. Metode Penelitian

1. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan pada bulan Januari – Maret tahun 2019 di Departemen Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin di Jl. Perintis Kemerdekaan km. 10 Makassar, 90245. Sulawesi Selatan, Indonesia.

2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Adapun jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian metode deskriptif kuantitatif untuk mencari bentuk hubungan dua variabel.

3. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, sumber data yang digunakan berupa data primer dan data sekunder.



a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber data pertama di lapangan. Data ini bersumber dari :

1. Observasi

Observasi merupakan tahap awal untuk mengumpulkan data yakni dengan turun langsung ke lapangan melakukan pengamatan terhadap objek yang akan diteliti.

2. Kuesioner

Kuesioner adalah instrumen penelitian yang berisi daftar pertanyaan yang dibagikan kepada sampel penelitian guna mendapatkan informasi yang diinginkan peneliti. Setelah data terkumpul, hasil dari rekapan kuesioner akan dihitung menggunakan komputer dengan bantuan *software SPSS*.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data yang diambil dari data kedua atau sumber sekunder, yang sifatnya melengkapi data primer. Seperti buku, data dari perpustakaan dan literatur lainnya yang berkaitan dengan objek penelitian.

4. Populasi dan sampel

a. Populasi

Populasi adalah daerah generalisasi yang memiliki karakteristik dan kualitas tertentu. Populasi adalah unit-unit yang darinya sampel dipilih. Populasi dapat berupa organisme, orang atau sekelompok



orang, masyarakat, organisasi, benda, objek, peristiwa, atau laporan semuanya memiliki ciri dan harus didefinisikan secara spesifik dan tidak secara mendua. Sudjana dalam bukunya, metode statistika mengemukakan bahwa “Totalitas semua nilai yang mungkin hasil menghitung ataupun pengukuran kuantitatif mengenai karakteristik tertentu dari semua anggota kumpulan yang lengkap dan jelas yang dipelajari sifat-sifatnya dinamakan populasi”. Populasi dalam penelitian kali ini adalah mahasiswa departemen ilmu komunikasi Fisip Unhas angkatan 2015, 2016 dan 2017

Tabel 1.1
Jumlah Mahasiswa Angkatan 2015-2017 Departemen Ilmu Komunikasi
Tahun Ajaran 2017/2018

No.	Nama Departemen	Angkatan			Jumlah
		2015	2016	2017	
1.	Ilmu Komunikasi	74	68	78	220
Total Mahasiswa		74	68	78	220

Sumber : Kemahasiswaan fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Hasanuddin

b. Sampel

Sampel disini merupakan suatu bagian dari populasi yang akan diteliti dan dianggap dapat menggambarkan populasinya. Karena jumlah populasinya cukup banyak, maka ditentukan jumlah sampel yang akan diteliti. Pada penelitian ini sample bersifat *random proporsional*, teknik ini merupakan pemilihan sampel berdasarkan setiap strata diambil berdasarkan jumlah yang proporsional dengan



besar setiap strata. Berdasarkan tabel Stephen Isaac Dan William B. Michael maka diperoleh jumlah sampel dari jumlah populasi 220 dengan tingkat kesalahan sebesar 5% adalah 135 responden

Tabel 1.2

Tabel Stephen Isaac dan William B. Michael

Populasi	Tingkat Kesalahan		
	1%	5%	10%
180	142	119	108
190	148	123	112
200	154	127	115
210	160	131	118
220	165	135	122

Sumber : Buku Metode Penelitian Komunikasi (Jalaluddin Rakhmat, 2005)

Selanjutnya untuk menentukan jumlah responden setiap angkatan maka akan dihitung dengan menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n_i = N_i / N \times n$$

Keterangan :

n_i : Banyaknya sampel

N_i : Jumlah anggota populasi setiap angkatan

N : Jumlah anggota populasi

n : Sampel yang diperoleh dari tabel Isaac dan Michael dari rumus tersebut,

diperoleh



Tabel 1.3
Jumlah Sampel Ilmu Komunikasi Per Angkatan

No.	Angkatan	Populasi	Penarikan Sampel	Sampel
1.	2015	74	$74 / 220 \times 135$	45
2.	2016	68	$68 / 220 \times 135$	42
3.	2017	78	$78 / 220 \times 135$	48
Jumlah		220		135

5. Teknik Analisis Data

Analisis data *bivariat* bertujuan untuk melihat hubungan antara dua variabel, yakni variabel pengaruh (bebas) adalah penggunaan youtube dan variabel terpengaruh (terikat) adalah prestasi belajar. Untuk memudahkan analisis data, penelitian ini akan menggunakan bantuan *software* SPSS 24.

Teknik analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini adalah statistik *inferensial*. Statistik *inferensial* adalah statistik yang digunakan untuk data sampel dan digunakan untuk populasi.

Selanjutnya, data yang diperoleh dari hasil penelitian akan dianalisis dalam tiga tahap analisis yaitu :

a. Analisis tabel frekuensi, merupakan suatu analisis yang dilakukan dengan membagi-bagikan variabel penelitian kedalam kategori-kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi.

1. Analisis tabel silang, adalah teknik yang digunakan untuk menganalisa mengetahui variabel yang satu memiliki hubungan dengan variabel lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel bernilai positif atau negatif.



c. Uji hipotesa, adalah pengujian data statistik untuk mengetahui data hipotesa yang diajukan diterima atau ditolak.

Untuk menguji hubungan antara dua variabel penelitian, maka peneliti menggunakan rumus Peorsan Product Moment

$$r = \frac{n (\sum xy) - (\sum x \cdot \sum y)}{\sqrt{[\sum x^2 - (\sum x)^2][n \sum y^2 - (\sum y)^2]}}$$

Keterangan :

- r = Koefisien Korelasi
- n = Jumlah Data (responden)
- X = Variabel Bebas
- Y = Variabel Terikat

Jika membahas tentang tinggi atau rendahnya korelasi, berikut ini adalah nilai yang digunakan untuk koefisien korelasi



Tabel 1.4
Nilai Koefisien Korelasi

No.	Nilai	Keterangan
1.	Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali; lemah sekali
2.	0,20 – 0,40	Hubungan rendah tapi pasti
3.	0,41 – 0,70	Hubungan yang cukup berarti
4.	0,71 – 0,90	Hubungan yang tinggi; kuat
5.	Lebih dari 0,90	Hubungan sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

Sumber: *Buku Teknik Praktis Riset Komunikasi (Kriyantono, 2012:17)*



BAB 2

TINJAUAN PUSTAKA

A. New Media

Kehadiran jenis-jenis media baru telah memperluas dan merubah keseluruhan spektrum dari kemungkinan-kemungkinan sosio-teknologi terhadap komunikasi publik. Media sosial seperti Youtube, Facebook, Twitter, Instagram dan Path merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori media online. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang bisa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online. Tindak komunikasi melalui media secara intensif dapat dilakukan diantara penggunanya, di samping tindak komunikasi yang berlangsung secara intensif pengguna juga cenderung berkomunikasi secara ekspresif. Orang-orang bisa merasa lebih nyaman dan terbuka serta kemungkinan lebih jujur dalam menyampaikan pesan-pesan yang ingin dipertukarkan dengan orang lain.

Media baru yaitu media yang tersaji di internet, yakni media siber (media daring/media online) atau situs web, serta media sosial. Aplikasi WhatsApp dan Line juga termasuk media baru.

Media baru (new media) merupakan sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Contoh dari media yang

t merepresentasikan media baru adalah Internet (Flew, 2005).



Dalam catatan McQuail (2011), ada perubahan-perubahan penting yang berhubungan dengan munculnya media baru, yaitu :

1. Digitalisasi dan konvergensi semua aspek dari media.
2. Interaktivitas dan konektivitas jejaring yang meningkat.
3. Mobilitas dan delokasi pengiriman dan penerimaan (pesan).
4. Adaptasi publikasi dan peran-peran khalayak
5. Munculnya beragam bentuk baru dari media gateway, yaitu pintu masuk untuk mengakses informasi pada Web atau untuk mengakses Web itu sendiri.
6. Fragmentasi dan kaburnya institusi media

McQuail (2010) juga menguraikan ciri-ciri utama yang menandai perbedaan antara media baru dengan media lama(konvensional) berdasarkan perspektif pengguna, yaitu :

1. Interactivity

Diindikasikan oleh rasio respon atau inisiatif dari pengguna terhadap tawaran dari sumber atau pengirim.

2. Social Presence

Dialami oleh pengguna, sense of personal contact dengan orang lain dapat diciptakan melalui penggunaan sebuah medium. Media Richness : Media (baru) dapat menjembatani adanya perbedaan kerangka referensi,

menurangi ambiguitas, memberikan isyarat-isyarat, lebih peka dan lebih personal.



3. Autonomy

Seorang pengguna merasa dapat mengendalikan isi dan menggunakannya dan bersikap independen terhadap sumber.

4. Playfulness

Digunakan untuk hiburan dan kenikmatan.

5. Privacy

Diasosiasikan dengan penggunaan medium dan atau isi yang dipilih.

6. Personalization

Tingkatan dimana isi dan penggunaan media bersifat personal dan unik.

B. Media Online

Media online adalah media yang memakai sarana teknologi dalam menyebarluaskan berita. Jika dilihat dari peruntukkannya media online disebut lebih ditujukan kepada produk jurnalistik.

Pengertian Media Online secara sempit atau dalam konteks media massa/pers adalah situs web berita, portal berita, atau surat kabar dan majalah online.

Media online adalah media massa yang tersaji secara online di situs web (website) internet atau media online adalah media massa "generasi ketiga" setelah media cetak (printed media) koran, tabloid, majalah, buku dan media elektronik (electronic media) radio, televisi, dan film/video. Media Online merupakan produk jurnalistik online. (Asep Syamsul M. Romli, 2012).



1. Karakteristik Media Online

Berdasarkan pengertian media online di atas, ada beberapa karakteristik yang membedakan media online dengan media lainnya, diantaranya adalah:

a. Kecepatan Informasi

Ini adalah karakteristik media online yang paling mencolok dibandingkan dengan media konvensional. Peristiwa atau kejadian di lapangan dapat langsung diupload dalam hitungan detik atau menit. Tidak seperti media cetak yang membutuhkan waktu lebih lama dalam hal publikasinya.

b. Informasi Dapat Di-Update

Penyampaian informasi di media online dapat dilakukan secara realtime dan terus menerus. Ketika ada pembaruan/ update informasi terkait informasi lama, maka dapat dilakukan perubahan. Proses pembaruan/ update ini dapat dilakukan secara realtime.

c. Dapat Berinteraksi Dengan Audiens

Ini merupakan salah satu kelebihan dari media online, fungsi interaktif yang tidak dimiliki media konvensional. Media online memiliki fitur email, chat, survey, kolom komentar, dan lain-lain, yang berfungsi sebagai cara berinteraksi dengan audiens.

d. Personalisasi

Pengguna sebuah media online dapat menentukan atau memilih informasi seperti apa yang dibutuhkan. Dengan begitu, maka penggunaanya membaca informasi yang relevan dengan pilihannya.



e. Kapasitas Muatan Dapat Ditambah

Setiap media online didukung oleh media penyimpanan data di server komputer. Dengan menambah kapasitas media penyimpanan, maka tidak khawatir informasi lama yang pernah dipublish hilang sementara informasi baru tetap dapat dipublish.

f. Terhubung Dengan Sumber Lain

Pada media online semua informasi yang disajikan dapat dikaitkan dengan sumber lain yang relevan, baik dari sumber yang sama atau pun dari sumber yang berbeda. Dengan penggunaan Hyperlink (baca: pengertian hyperlink), maka pengguna dapat membuka informasi lain dengan satu klik saja.

2. Manfaat Media Online

- a. Memberikan Informasi dengan cepat tidak seperti media cetak
- b. Lebih Efisien dan akurat
- c. Lebih mudah diakses oleh khalayak kapan saja dan dimana saja serta harus terhubung jaringan koneksi internet
- d. Harganya lebih murah
- e. Lebih simple dan praktis
- f. Sangat berguna sekali khalayak dalam menjalankan suatu usaha di media baru.
- g. Promosi usaha lewat media online lebih murah dan lebih cepat di ketahui oleh orang.



- h. Khalayak atau pembaca dapat menemukan apa saja di media online yang bermanfaat untuk kehidupan.
- i. Terjangkau digunakan oleh khalayak lewat koneksi internet.
- j. Bisa mengetahui harga pasar usaha dan melihat kondisi pasar usaha yang sedang trend serta lagi trend apa

C. Media Sosial

1. Pengertian Media Sosial

Dalam kehidupan keseharian manusia modern, interaksi adalah kebutuhan, dimana jarak dan waktu tidak lagi menjadi penghalang. Sosial media hadir membantu manusia menjawab segala tantangan dan memenuhi kewajibannya sebagai makhluk sosial (Abugaza (2013)). Kondisi ini terlihat berbeda jika dibandingkan dengan kondisi sebelum adanya new media, khususnya new media sosial yang menjadi trend baru dalam new media dewasa ini (Ardianto (2011)). Hal ini berakar dari potensi media baru bagi akses yang terbuka dan konektivitas yang saat ini semakin menjadi realitas (McQuail (2011)). Media sosial adalah penerbitan online dan alat-alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi (Gurnelius (2011)).

Pengertian media sosial atau dalam bahasa Inggris sosial media menurut tata bahasa, terdiri dari kata sosial yang memiliki arti kemasyarakatan atau sebuah interaksi dan media adalah sebuah wadah

atau tempat sosial itu sendiri. Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan



menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan dimasyarakat diseluruh dunia.

Media sosial memanfaatkan teknologi untuk menyebarluaskan informasi atau sarana komunikasi secara sosial, atau media sosial lebih bersifat komunikasi sosial. Jika dilihat dari aspek legalnya, media online tentu harus berbadan hukum atau memiliki izin dari pihak-pihak terkait. Sebaliknya, media sosial tidak perlu hal demikian karena memang bersifat sarana interaksi, silaturahmi, tukar informasi, cari kenalan dan sebagainya. Hanya saja, pemilik akun media sosial sering terlihat menyebar berita dan dikonsumsi oleh masyarakat. Padahal mereka bukan pelaku jurnalisme atau insan pers, sehingga masyarakat pun beranggapan media internet rawan hoax.

Ciri-ciri media sosial KemendagRI (2014):

- a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu.
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat.
- c. Isi disampaikan secara online dan langsung.
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna



- e. Media sosial menjadikan penggunaanya sebagai creator dan aktor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri.
- f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi), berbagi (sharing), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status) dan kelompok (group).

2. Macam-macam Media Sosial

Menurut penelitian Overdrive (ovrdrv.com), suatu lembaga riset pemasaran, jenis aplikasi media sosial sedikitnya telah mencapai 240 aplikasi yang menawarkan ratusan cara berinteraksi KemendagRI (2014). Tentu saja dengan berbagai macam media sosial yang ditawarkan, maka pengguna akan memilih dan menggunakan lebih dari satu aplikasi media sosial untuk mereka berinteraksi melalui media sosial.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010) ada jenis media sosial yaitu:

a. Proyek Kolaborasi (Collaborative Projects)

Suatu media sosial yang dapat membuat konten dan dalam pembuatannya dapat diakses oleh khalayak secara global. Ada dua sub kategori yang termasuk kedalam collaborative project dalam media sosial, yaitu :

1. Wiki adalah situs yang memungkinkan penggunaanya untuk menambahkan, menghapus, dan mengubah konten berbasis teks. Contoh : wikipedia, wiki ubuntu-id, wakakapedia, dll.

2. Aplikasi bookmark sosial, yang dimana memungkinkan adanya pengumpulan berbasis kelompok dan rating dari link internet



atau konten media. Contoh : social bookmark (del.icio.us, stumblepon,digg, reddit, technorati, lintas berita, infogate), writing (cerpenista, kemudian.com), reviews (amazon, goodreads, yelp).

b. Blog dan Mikroblog (Blogs and Microblogs)

Blog dan mikroblog merupakan aplikasi yang dapat membantu penggunanya untuk tetap posting mengenai pernyataan apapun sampai seseorang mengerti. Blog sendiri ialah sebuah website yang menyampaikan mengenai penulis atau kelompok penulis baik itu sebuah opini, pengalaman, atau kegiatan sehari-hari. Contoh : blog (blogspot, wordpress, multiply, livejournal, blogsome, dagdigdug, dll), mikroblog (twitter, tumblr, posterous, koprol, plurk, dll)

c. Konten (Content)

Content communities atau konten masyarakat merupakan sebuah aplikasi yang bertujuan untuk saling berbagi dengan seseorang baik itu secara jarak jauh maupun dekat, berbagi seperti video,ebook, gambar, dan lain-lain. Contoh : image and photo sharing (flickr, photobucket, deviantart,dll), video sharing (youtube,vimeo, mediafire, dll), audio and music sharing (imeem, last.fm, sharemusic,multiply), file sharing and hosting (4shared, rapidshare, indowebster.com).

d. Situs Jejaring Sosial (Social Networking Sites)

Situs jejaring sosial merupakan situs yang dapat membantu seseorang

untuk membuat sebuah profil dan kemudian dapat menghubungkan dengan pengguna lainnya, situs jejaring sosial adalah aplikasi yang



memungkinkan pengguna untuk terhubung menggunakan profil pribadi atau akun pribadinya. Contoh : Youtube, Friendster, Facebook, LinkedIn, Foursquare, Myspace, Twitter, Line, Path, Instagram, Snapchat, Askfm dll.

e. Virtual Game Worlds

Dunia virtual, dimana mereplikasikan lingkungan 3D, dimana user bisa muncul dalam bentuk avatar-avatars yang diinginkan serta berinteraksi dengan orang lain selayaknya didunia nyata. Contohnya game online : travian, three kingdoms, second life, e-republik, world of warcraft, dll

f. Virtual Social Worlds

Virtual social worlds merupakan aplikasi yang mensimulasikan kehidupan nyata melalui internet. Virtual social worlds adalah situs yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dalam platform tiga dimensi dengan menggunakan avatar yang mirip dengan kehidupan nyata. Contoh : map (wikimapia, googleearth), 3-commerce (enay, alibaba, juale.com, dll)

D. Media Sosial Youtube

1. Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi video yang mereka miliki, atau sebatas menikmati berbagai video klip yang diunggah oleh berbagai pihak. Terdapat berbagai macam video yang dapat diunggah ke situs ini, seperti video klip musik dari musisi tertentu, film pendek, film televisi, trailer film, video edukasi, video blog

milik para vlogger, video tutorial berbagai macam aktivitas dan masih banyak lagi.



2. Sejarah Youtube

Di zaman sekarang ini, teknologi semakin canggih. Hal ini terlihat juga dengan semakin banyaknya aplikasi baru yang bermunculan, dan salah satu yang menarik perhatian dan saat ini banyak digunakan adalah aplikasi youtube. Mungkin untuk sekarang ini hampir rata-rata anak muda telah mempunyai akun youtube, entah itu digunakan untuk berbagi video atau hanya sekedar menonton saja.

Dengan adanya sosial media youtube maka para pengguna youtube akan lebih mudah mengakses atau menonton video untuk mencari informasi yang diinginkan atau hanya sekedar hiburan semata melalui aplikasi youtube.

YouTube merupakan situs video sharing yang banyak digunakan untuk berbagi video. Situs YouTube didirikan oleh mantan pekerja PayPal, Steve Chen, Chad Hurley dan Jawed Karim pada Februari 2005. Dilansir dari Wikipedia, situs ini kemudian beralih menjadi milik Google pada akhir tahun 2006 hingga saat ini. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinal pendek, dan video pendidikan.

Sebagian besar konten di situs ini diunggah oleh individu. Namun

beberapa perusahaan media seperti CBS, BBC, Vevo, Hulu dan dan



beberapa perusahaan lain yang menayangkan materi mereka melalui situs ini sebagai bentuk program kerja sama.

Hurley dan Chen pertama kali mendapatkan ide untuk mendirikan situs ini karena mereka mengalami kesulitan untuk membagi video. YouTube sendiri mulai menjadi startup teknologi setelah menerima investasi dari Sequola Capital sebesar USD 11.5 juta.

Video pertama yang diunggah di situs ini berjudul "Me at the zoo" yang menayangkan salah satu pendiri YouTube saat berada di Kebun binatang San Diego. Video ini diunggah pada 23 April 2005 dan masih dapat dilihat hingga saat ini.

Saat ini pengguna internet dapat dengan mudah berbagi video melalui situs YouTube dengan hanya membuat channel yang dapat diregistrasi secara gratis. Bahkan sekarang youtube menjadi media sosial yang paling banyak digunakan dibandingkan dengan media sosial yang lain seperti facebook, twitter, instagram dan path, buktinya saat saat ini ini youtube menempati posisi pertama sebagai media sosial yang paling banyak digunakan.

3. Manfaat Youtube

Di bawah ini adalah manfaat Youtube yang lebih riil dan langsung aplikatif terhadap berbagai keperluan dan kebutuhan pengguna;

a. Memberikan Layanan Gratis

Secara umum, Youtube menawarkan layanan gratis khususnya untuk menikmati dan mengakses video-video yang masuk dalam sistemnya. Ini



berarti bahwa untuk mengakses video apapun, seorang pengguna tidak perlu memiliki akun premium atau membayar sejumlah uang dalam skala waktu tertentu. Paling banter, seorang pengguna harus membeli pulsa dan menggunakan kuotanya untuk mengakses video-video yang menarik perhatiannya. Selain itu, pengguna dapat mengakses video-video tersebut secara gratis.

b. Men-download (Unduh) Beberapa Video Tertentu

Selain memudahkan pengguna untuk mengakses dan atau menonton video, Youtube juga memungkinkan pengguna untuk mengunduh beberapa video-video tertentu. Setelah berhasil terunduh, sebuah video dapat disimpan di gadget masing-masing untuk dinikmati kapanpun tanpa menggunakan sambungan internet.

c. Mengakses dan Berbagi Informasi seputar Hal-Hal Teknis

Banyak pengguna yang mengakses Youtube untuk mengetahui cara-cara melakukan beberapa hal tertentu, seperti demo memasak, cara menggunakan aplikasi dalam komputer atau telepon pintar, meracik jamu dan obat herbal, mendaur ulang sampah, cara praktis melakukan berbagai hal yang awalnya rumit atau tidak efektif, mengasah berbagai skill dan lain sebagainya.

d. Mengakses Video Streaming

Mengakses video streaming, baik live maupun tidak, merupakan manfaat lain yang ditawarkan Youtube. Siaran yang ditayangkan di



televisi lokal, nasional bahkan internasional bisa diakses melalui Youtube, baik siaran tersebut tengah atau telah disiarkan.

e. Mengenalkan dan Memasarkan Produk

Sebagian besar pengguna Youtube juga menggunakan media sosial ini untuk menguatkan dan memajukan bisnis yang tengah dikelola. Memasarkan sebuah produk di dunia daring tak ubahnya membuka gerai baru yang dapat melayangi pelanggan dan konsumen dalam jumlah yang lebih besar. Ini utamanya cocok untuk para pebisnis online yang memasarkan dan mengenalkan produknya bermodal gadget dan sambungan internet.

f. Mengakses Video Informatif

Jika Anda memerhatikan acara dan siaran TV belakangan, Anda akan banyak bertemu dengan keterangan bertuliskan Courtesy: Youtube di bagian bawah layar televisi. Hal tersebut menandakan bahwa tim kreatif acara tersebut banyak menggunakan Youtube sebagai referensi dalam menyusun konten acaranya. Ini sekaligus juga menandakan bahwa ada banyak sekali informasi yang bisa didapatkan hanya dengan mengakses Youtube, mulai dari video tentang berita terkini, berita lawas atau sejarah, video dokumenter mulai dari yang profesional hingga amatir, video tematik hingga video ensiklopedik dan lain sebagainya.

g. Mendukung Industri Hiburan

Di sisi lain, Youtube juga membantu pengguna untuk mengakses deo yang mereka inginkan semisal video clip dari penyanyi atau band



kesayangan, film dari aktor, aktris atau sutradara favorit, tayangan yang sedang in dan lain sebagainya. Sebagian dari video tersebut merupakan video bergenre hiburan, termasuk streaming siaran hiburan yang mereka lewatkan, sehingga kehadiran Youtube di sini sangat berperan penting dalam menyukseskan dan memajukan industri dunia hiburan. Itulah mengapa, para insan industri hiburan juga memanfaatkan keadaan yang demikian dengan mengiklanlan siarannya di Youtube.

h. Menguatkan Branding Lembaga/Insititusi

Selain rutin dikunjungi oleh para pebisnis yang ingin memasarkan produk, mahasiswa yang ingin mengetahui video ilmiah terkait pelajaran yang mereka terima di sekolah, pengguna yang ingin mengetahui banyak informasi tentang hobi atau gaya hidup yang mereka miliki, Youtube juga digunakan sebagai media branding lembaga atau organisasi. Ini utamanya terkait dengan penguatan profil lembaga serta ekspansi untuk mendapatkan peluang kerjasama atau suntikan dana dari lembaga penyandang dana. Dengan merekam aktivitas rutin yang terjadi di dalam suatu lembaga atau lembaga-lambaga binaannya, khalayak dapat memiliki gambaran lebih utuh mengenai suatu organisasi tertentu.

i. Mengetahui Respon dan Komentar Khalayak

Fitur ‘suka’ dan ‘komentar’ dalam Youtube sangat memudahkan pengguna yang mengunggah dan membagi sebuah video tertentu untuk

mengetahui respon dan komentar konsumen terhadap kualitas maupun



konten videonya. Ini tentu sangat berharga sebagai bahan evaluasi dan referensi dalam membuat video berikutnya.

E. Prestasi Belajar

Prestasi adalah hasil dari suatu kegiatan yang telah dikerjakan, diciptakan, baik secara individu maupun kelompok. (Djamarah, 1994).

Belajar adalah proses perubahan tingkah laku pada diri seseorang berkat pengalaman dan pelatihan, dimana penyaluran dan pelatihan itu terjadi melalui interaksi antara individu dan lingkungannya, baik lingkungan alamiah maupun lingkungan social. (Hamalik, 1991).

Belajar adalah rangkaian kegiatan jiwa-raga, psiko-fisik menuju ke perkembangan pribadi manusia seutuhnya, yang menyangkut unsur cipta, rasa dan karsa, ranah kognitif, afektif dan psikomotorik. (Sardiman, A.M,1994)

Jadi, secara umum prestasi belajar adalah sebuah hasil pencapaian yang telah dilalui seseorang melalui sebuah proses, suatu prestasi akan dicapai dengan berusaha.

F. Teori Uses and Gratification

Teori komunikasi yang membahas mengenai motif seseorang dalam menggunakan media adalah teori uses and gratification. Teori Uses and Gratifications dikenalkan tahun 1974 dalam buku *The Uses on Mass Communications : Current Perspective on Gratification Research*. Teori Uses and Gratifications milik Blumer dan Katz yang mengatakan bahwa pengguna

memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media out. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam



proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhan dan kepentingan individu.

Katz, Blumler & Gurevitch menjelaskan mengenai asumsi dasar dari teori uses and gratification, Ardianto, dkk (2014) yaitu :

- a. Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai bagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan.
- b. Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemelihan media terletak pada khalayak.
- c. Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui komsumsi media amat bergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
- d. Tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu.

