

***YOUTUBE* dan TELEVISI**  
**(Analisis Pola Konsumsi *Youtube* dan Televisi**  
**pada Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene)**



**SKRIPSI**

Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Meraih Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)  
pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) Jurusan  
Usuludin Adab dan Dakwah Sekolah Tinggi Agama Islam  
Negeri (STAIN) Majene

**Oleh**

**NURDIANTI**

**NIM : 30356118016**

**JURUSAN USULUDDIN ADAB DAN DAKWAH**  
**STAIN MAJENE**

**2022**

## PENGESAHAN SKRIPSI

Skripsi yang berjudul “*Youtube* dan Televisi (Analisis Pola Konsumsi *Youtube* dan Televisi pada Mahasiswa KPI STAIN Majene)” yang disusun oleh **Nurdianti, NIM. 30356118016**, Mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Usuludin Adab dan Dakwah, telah di uji dan dipertahankan dalam sidang Munaqasyah yang diselenggarakan pada hari Senin 22 Agustus bertepatan dengan 28 Rabiul Awal 1444 H, dinyatakan telah dapat diterima sebagai salah satu Gelar untuk Meraih Sarjana Sosial (S.Sos) pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam dengan beberapa perbaikan.

Majene, 9 Desember 2022 M

14 Jumadilawal 1956 H

### DEWAN PENGUJI

Ketua : Dr.Abd. Fattah, M. Pd (.....)  
Sekretaris : Aswad, S.Sos. M. Sos (.....)  
Munaqisy I : Fathiyah, M.I.Kom (.....)  
Munaqisy II : Aldiawan, S.Kom.I. M. Sos (.....)  
Pembimbing I : Muhtar, M.I.Kom (.....)  
Pembimbing II: Ir Mila Jumarlis., S. Pt.,S.Kom.,M.Kom (.....)

Diketahui oleh:

Ketua Jurusan Usuludin Adab Dan Dakwah,

**Dr. Abd. Fattah, M.Pd**

NIP. 199630817 1999803 1 002

## **PERSETUJUAN PEMBIMBING**

Pembimbing penulisan skripsi atas nama **NURDIANTI, NIM: 30356118016**, Mahasiswa Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam STAIN Majene, setelah meneliti dan mengoreksi secara seksama skripsi berjudul “*Youtube Dan Televisi (Analisis Pola Konsumsi Youtube Dan Televisi Mahasiswa KPI STAIN MAJENE*” memandang bahwa skripsi tersebut telah memenuhi syarat-syarat ilmiah dan dapat disetujui untuk diseminarkan

Demikian persetujuan ini diberikan untuk diproses lebih lanjut.

Majene, 15 Agustus 2022

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom**  
NIP.198706062019031007

**Ir. Mila Jumarlis., S. Pt.,S.Kom.,M.Kom**  
NIP.98609052019032011

## **PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI**

**Mahasiswa yang bertanda tangan di bawah ini:**

Nama : Nurdianti  
NIM : 30365118016  
Tempat, Tanggal Lahir : Galung Paara, 31 Juli 2000  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Jurusan : Usuludin Adab dan Dakwah  
Alamat : Galung-Paara Selatan  
Judul : *Youtube* Dan Televisi (Analisis Pola Konsumsi *youtube* dan Televisi pada Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene

Majene, 8 Desember 2022  
Penyusun

Nurdianti

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Puji syukur kita panjatkan kehadiran Allah Swt yang telah melimpahkan rahmat dan kesehatan pada kita semua sehingga masih diberikan kesempatan menjalankan aktivitas keseharian kita masing-masing yakni salah satunya beribadah kepadanya dan terutama bagi kita sebagai mahasiswa-mahasiswi yakni menuntut ilmu.

Shalawat dan salam kita kirimkan kepada baginda Rasulullah Saw berkat beliaulah yang telah berhasil menggulungkan tikar-tikar kekafiran dan yang telah berhasil menerbangkan permadani-permadani Islam.

Tidak lupa penulis ucapkan banyak terima kasih pada semua yang terlibat dalam penyusunan skripsi ini, karena penyusun sadar bahwa skripsi ini dapat diselesaikan, tidak lepas dari bimbingan, arahan dan kerjasama dari berbagai pihak. Oleh Karena itu, ucapan terima kasih kepada semua pihak di antaranya:

1. Prof. Dr. Wasilah Sahabuddin, ST. MT. selaku Ketua STAINMajene.
2. Dr. Muliadi, S. Ag., M. Sos. I. selaku Wakil Ketua Bidang Akademik dan kelembagaan.
3. Dr. Suddin Bani, M. Ag. selaku Wakil Ketua Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan.
4. Dr. Anwar Sadat, M. Ag. selaku Wakil Ketua Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama.
5. Dr. Abd.Fattah, M.Pd selaku Ketua Jurusan Usuluddin Adab dan Dakwa
6. Fathiyah, S.Sos.,M.I.Kom selaku Ketua Prodi Komunikasi Penyiaran Islam.
7. Muhtar, S.I.Kom., M.I.Kom. selaku pembimbing pertama saya.
8. Mila Jumarlis.,S.Pt.,S.Kom.,M.Kom selaku Pembimbing pertama saya.
9. Terima kasih juga penyusun ucapkan kepada Orang tua saya yang selalu mendoakan dan mensupport saya serta keluarga saya.

Kritik dan saran yang membangun sangat diharapkan oleh penyusun demi menghasilkan penelitian yang lebih baik dan bermanfaat bagi pengembangan Pendidikan Agama Islam.

Majene, 15 agustus 2022

Penyusun,

Nurdianti

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN SAMPUL</b> .....	<b>i</b>
<b>PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>ii</b>
<b>PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>iii</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>v</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>vii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>ix</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Definisi Operasional dan Ruang Lingkup Pembahasan .....	8
D. Kajian Pustaka .....	8
E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	11
<b>BAB II TINJAUAN TEORITIS</b> .....	<b>12</b>
A. Media.....	12
B. Media Penyiaran .....	15
C. Karakteristik Media Penyiaran .....	16
D. Televisi sebagai Media Penyiaran .....	17
E. Televisi Sebagai Media Massa.....	21
F. Youtube.....	23
G. Teori Penggunaan dan Kepuasan .....	26
H. Kerangka Pikir.....	27
<b>BAB III METODOLOGI PENELITIAN</b> .....	<b>28</b>
A. Jenis dan Lokasi Penelitian .....	28
B. Pendekatan Penelitian.....	28
C. Populasi dan Sampel.....	28
D. Metode Pengumpulan Data .....	29
E. Instrumen Penelitian .....	30
F. Validasi dan Reliabilitas Instrumen .....	31
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data.....	32

<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>33</b>
A. HASIL PENELITIAN .....	33
B. PEMBAHASAN .....	56
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>64</b>
A. KESIMPULAN .....	64
B. SARAN.....	65
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>66</b>
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

## ABSTRAK

Nama : **NURDIANTI**  
NIM : 30356118016  
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Judul : *Youtube* dan Televisi (Analisis Pola Konsumsi  
Youtube Dan Televisi Pada Mahasiswa KPI STAIN  
Majene)

---

Permasalahan yang dikaji dalam penelitian ini adalah 1. Bagaimana pola konsumsi televisi pada mahasiswa KPI STAIN Majene 2. Bagaimana pola konsumsi *youtube* pada mahasiswa KPI STAIN Majene

Jenis penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif deskriptif. Teknik pengambilan sampel menggunakan Kusioner,. Alternatif jawaban menggunakan skala likert yakni yang memiliki tingkatan dari setiap jawaban dari setiap pertanyaan yakni Sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju. Jumlah populasi maksimum 190 dengan taraf bervariasi antara 1%, 5%, dan 10%. Dalam penelitian ini menggunakan taraf *siginificant* 5% cara pengambilan sampel dihitung dengan cara nama- nama yang sudah dicatat data-datanya diambil secara acak kemudian diambil sesuai yang telah di tentukan. Pada penelitian ini populasinya adalah 190 orang sehingga sampel yang diambil adalah 123.

Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa intensitas menonton televisi pada mahasiswa KPI dari 3 indikator frekuensi durasi dan atensi menonton *youtube* dan televisi pada mahasiswa KPI menghasilkan bahwa semua berada dikategori sedang. Menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73, 2 persen, kategori durasi menonton televisi dan youtube berada pada kategori sedang yakni durasi menonton televisi sebanyak 51,6 persen sedangkan youtube 73,2 persen, dan indikator atensi menonton televisi dan youtube pada mahasiswa KPI yakni berada pada kategori sedang yakni dengan kategori televisi sebanyak 82,9 persen dan kategorisasi menonton youtube 74,0 persen.

## BAB I PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Media penyiaran adalah sarana pemindahan pesan kepada khalayak luas untuk memenuhi kebutuhan informasi dan komunikasi yang terdiri dari radio dan televisi. Televisi adalah alat penyiaran yang fungsinya menyampaikan informasi kepada masyarakat luas yang menggunakan suara dan gambar, televisi menjadi salah satu favorit khalayak karena dipercaya dalam mendapatkan informasi, televisi juga dapat diakses secara mudah dan tidak berbayar.

Fungsi media televisi sendiri selain menjadi tontonan juga hal terpenting menjadi tuntunan bagi penikmatnya. Hal tersebut sebagaimana yang diatur dalam undang undang no 32 tahun 2002 dalam pasal 36 tentang penyiaran yang menyatakan bahwa isi siaran memberikan informasi, pendidikan, hiburan dan manfaat dalam pembentukan intelektualitas, watak, moral, kemajuan, kekuatan bangsa, menjaga kesatuan dan persatuan serta mengamalkan nilai-nilai budaya Indonesia.<sup>1</sup> Sehingga jenis program yang diproduksi televisi sesuai dengan keinginan masyarakat. Hal tersebut juga berkaitan dengan ayat dalam alquran yang berkaitan dengan media dalam mendapatkan informasi yang baik dan bermanfaat yang dapat dilihat saat rasulullah penerima wahyu pertama allah berfirman:

قُرْأَ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ٢ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ٣ الَّذِي عَلَّمَ  
بِالْقَلَمِ ٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ يَعْلَمْ ٥

“1 Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu Yang menciptakan,2 Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah 3 Bacalah, dan Tuhan mulah Yang Maha Pemurah, 4 Yang mengajar (manusia) dengan perantaran kalam,5 Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahui

---

<sup>1</sup> <http://www.KPI.go.id.regulasi>

1. Bacai sawa' (marappe) sangana puammu, puang iya mapparabu' bue. 2. iya mappara' bue' tau pole di cera' sambo' ong. 3. bacai anna puangmu tu' u iya kamenang malawo ( mala' bi). 4. iya mappa' guru (tau) sawa' kalam. 5. iya mappa' guru lao dirupa tau iya andiang naissang.<sup>2</sup>

Peneliti menarik garis merah bahwa pada ayat di atas sejalan dengan perkembangan teknologi. Allah mengajarkan manusia dengan membaca namun membaca tidak hanya sekedar membaca namun juga memaknai menelaah dan menjadi suatu pelajaran bagi manusia melalui perantara kalam yakni pena, jika merujuk pada perkembangan teknologi maka dapat dilihat bahwa ketika ingin mengetahui sesuatu maka harus dengan membaca dan menulis sedangkan pada teknologi saat ini perkembangan teknologi dimulai dengan penemuan bahasa isyarat, mendengar, ditemukannya tulisan, media elektronik dan sampai pada media baru saat ini yang sudah menjadi alat atau media dalam mendapatkan informasi maupun publikasi konten dimanapun dan kapanpun.

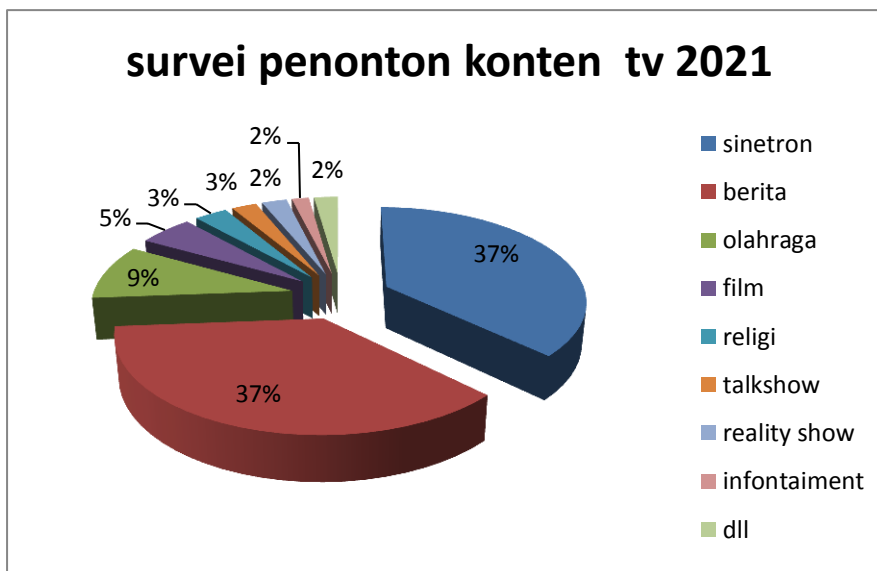
Menurut data yang dirangkum oleh *Nielsen Television Measurement (TAM)* saat terjadi wabah covid 19 menyebabkan perubahan konsumsi media. Hasilnya dari 11 kota menunjukkan jumlah penonton mengalami peningkatan dalam satu minggu pada bulan maret 2020, serta durasi dalam menonton juga bertambah yakni dari 4 jam 48 menit di tanggal 11 maret meningkat hingga 5 jam 29 menit.<sup>3</sup> Sementara itu, pada tahun 2021 tayangan televisi yang dikonsumsi oleh masyarakat ada pada sinetron dengan jumlah 37%

---

<sup>2</sup>Muh idam Khalid Bodi, *Terjemahan Alquran Dalam Bahasa Mandar*, (kabupaten majene: yayasan menara ilmu, 2003). h 963.

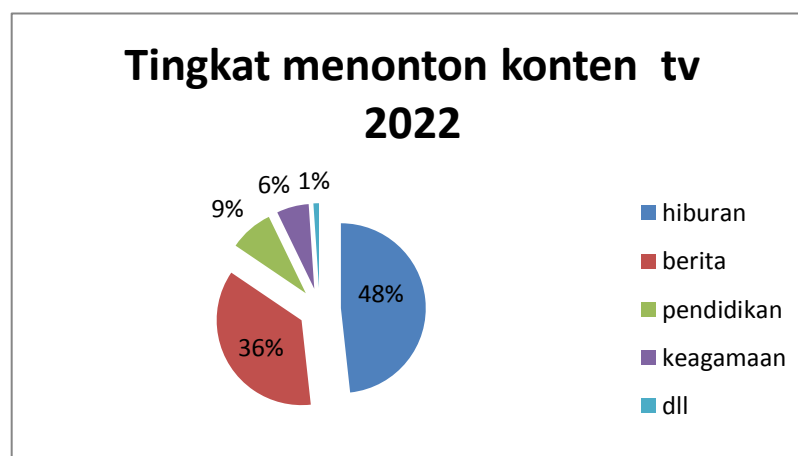
<sup>3</sup>Dwi tupani, *Nielsen : covid-19 tingkatkan jumlah penonton televisi*. (2020), <http://mediaindonesia.com/humaniora/298392/nieles-covid-19-tingkatkan-jumlah-penonton-televisi> diakses pada 24 mei 2022

persen dan yang paling jarang dikonsumsi oleh masyarakat ada pada infontainment dengan 2 persen<sup>4</sup>dapat dilihat pada gambar 1.



**Gambar 1:Penonton televisi 2021**

Sedangkan pada tahun 2022 posisi penonton juga meningkat sebesar +8 persen dari tahun 2021 gambar 2 di bawah untuk informasi lebih jelas.<sup>5</sup>



Berdasarkan data di atas televisi masih menjadi kunci informasi yang dipercaya publik serta sumber informasi utama bagi masyarakat. Namun, arus

<sup>4</sup>Pramuji SK, *SURVEY LSF 2021, Sinetron Masih Jadi Konten Televisi Paling Banyak ditonton*, <http://suarakarya.co.id/survey-lsf-2021-sinetron-masih-jadi-kontem-televisi-paling-banyak-ditonton/38193/>, di akses pada 14 agustus 2022

<sup>5</sup>Cindy mutiara annur, *survey: mayoritas penonton tv suka sinetron tv dan acara olahraga* (2022), <http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/26/survey-mayoritas-penonton-tv-suka-sinetron-dan-acara-olahraga> diakses pada 24 mei 2022

teknologi di sisi lain tidak dapat dihentikan. Ini dikarenakan stasiun televisi menghadapi persaingan dengan media lain, khususnya media baru yang menawarkan platform tak terbatas, dapat dilihat kapan dan dimana saja. sehingga media televisi harus membuka keran sebagai bentuk kreativitas baru dalam dunia menonton.

Salah satu media baru yang memiliki karakteristik serupa dengan televisi dan bisa dianggap sebagai tantangan utama media penyiaran yaitu *Youtube*. Media sosial yang mengandalkan audio dan visual dalam publikasi konten masing-masing kreatornya. Pengguna media *youtube* dari tahun 2019 terus mengalami peningkatan hingga tahun 2021 yang mencapai 93,8% dari jumlah populasi sebanyak 7,83 milyar yang menggunakan *youtube*, selain itu pada tahun 2022 menurut data yang di rangkum *We Are Social* berdasarkan penilaian Semrush bahwa website yang sering di kunjungi pengguna internet kedua setelah *google* adalah *youtube*.<sup>6</sup>

**Tabel 1: survei pengguna *Youtube* di Indonesia tahun 2019-2021**

Pengguna <i>youtube</i> di Indonesia		Populasi
2019	88%	7,676 milyar
2020	98%	7,750 milyar
2021	93, 8%	7,83 milyar

Meningkatnya pola tontonan pada media *youtube* menjadi tantangan televisi sebagai media massa paling populer, sehingga dituntut adanya adaptasi dan transformasi. Hary tonoe memprediksikan bahwa media televisi akan menurun karena anggaran iklannya terbagi keberbagai platform *Youtube*.<sup>7</sup> Salah satu penyebab meningkatnya jumlah pengguna *Youtube* karena adanya pola tonton masyarakat yang menginginkan semua serba instan, tanpa dibatasi ruang dan waktu.

<sup>6</sup> Andi dwi riyanto, *Hootsuite(We Are Social):Indonesia Digital Report 2022 (2022)*, <http://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digitalreport-2022/>, diakses pada 24 mei 2022.

<sup>7</sup>Fajar pebrianto, *Hary tonoe soal penurunan distribusi iklan tv hingga bagi hasil dengan youtube(2021)*, <http://bisnis.tempo.co/read/1431098/harie-tanoe-soal-penurunan-distribusi-iklan-tv-hingga-bagi-hasil-dengan-youtube/fulldanfiew=ok>

Selain itu, tahun 2018 menurut survey *youtube* 53 pengguna internet di Indonesia menonton tv dan 57 persen masih menonton *youtube*.<sup>8</sup> hal demikian akan menjadikan penikmat konten tv akan menurun oleh *youtube* yang sudah berabad-abad dikonsumsi oleh masyarakat. Dengan adanya *youtube* sebagai media yang digemari masyarakat saat ini menjadi tantangan baru bagi media televisi sehingga masyarakat khususnya yang terjun ke industri pertelevisian harus lebih kreatif dalam meningkatkan pasar tv dengan menghadirkan tayangan –tayangan yang lebih baik sehingga bisa bersaing dan bertahan tidak tergeser oleh keberadaan *youtube*.

Data dan fakta di atas sejalan dengan terlihatnya upaya stasiun televisi untuk menyesuaikan diri dengan menayangkan programnya di *Youtube*, baik program pendidikan, informasi maupun tayangan hiburan. Ini dilakukan tentu dengan sebagai upaya mempertahankan dan meningkatkan pangsa pasar atau penonton televisi terkait.

Pola menonton televisi dan *Youtube* berbeda-beda bagi setiap masyarakat. Beberapa masyarakat menjadikan televisi dan *youtube* sebagai sarana informasi, ada juga yang menjadikannya sebagai sarana hiburan saja. Ini dikarenakan masyarakat bebas memilih tayangan sesuai pilihan dan ketertarikannya.

Berdasarkan data awal yang diperoleh peneliti melalui survei google form. Mahasiswa prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) banyak menggunakan *youtube* yakni dari 32 responden mahasiswa KPI semua menggunakan *youtube* dan 31 menonton televisi, rata –rata jumlah menonton *youtube* setiap harinya sebanyak 6 jam sehari sedangkan penonton tv sebanyak 2 jam perhari dalam mengakses dan membuat mempublikasi berbagai macam informasi

Penggunaan kedua media audio visual yakni televisi maupun *youtube* ini harusnya tidak menjadi persaingan dan membahayakan posisi dari media televisi melainkan menjadi media atau alat tambahan dalam mendapatkan informasi untuk mendukung kedua media tersebut agar tetap digemari oleh masyarakat. Namun

---

<sup>8</sup> Kustin ayuwuragil, *penonton youtube saingi jumlah netizen yang tonton tv*, (JAKARTA: SNN INDONESIA ) <http://www.cnnindonesia.com/teknologi/2018/0509180435-185-297003/penonton-youtube-saingi-jumlah-netizen-yang-tonton-televisi>

pada faktanya dengan kehadiran *youtube* yang menawarkan berbagai konten yang disukai oleh masyarakat dapat menggeser tontonan pada media televisi jika tidak mampu menayangkan program siaran berdasarkan pasar pemirsa.

Sebagaimana mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam fokus pada media televisi dan *youtube* tentunya mahasiswa KPI harus lebih aktif dalam menggunakan media dan mengonsumsi berbagai konten atau tayangan masing-masing untuk mendukung penggunaan kedua media audio visual tersebut agar tetap digemari oleh khalayak. Maka perlunya mengetahui tingkat konsumsi televisi dan *youtube* pada mahasiswa KPI, sehingga akan terlihat konten apa saja yang sering di akses dan diminati oleh mahasiswa KPI tersebut.

Pemanfaatan media televisi dan *Youtube* dapat menambah wawasan bagi pengaksesnya khususnya mahasiswa KPI STAIN Majene, tidak hanya untuk hiburan tetapi juga sebagai alat pendidikan. Media televisi dan *Youtube* pada dasarnya adalah media informasi yang saling melengkapi dengan karakteristiknya masing-masing. *Youtube* dapat menambah media dalam mengakses informasi dan akan menambah minat mahasiswa KPI untuk berkreasi serta dapat menjadi bekal sebagai mahasiswa KPI untuk meningkatkan minat masyarakat dalam mengonsumsi media televisi dan *Youtube*. Analisis pemanfaatan televisi dan *Youtube* pada mahasiswa KPI STAIN Majene penting dilakukan untuk mengetahui pola penggunaan kedua media audio visual tersebut secara lebih detail dan valid, sehingga bisa menjadi bahan evaluasi bagi kedua pengelola media tersebut untuk meningkatkan kualitas konten atau tayangannya masing-masing.

Hal sama juga terjadi pada penelitian sebelumnya yang mengkaji tentang penelitian yang sama Pada penelitian Rizca Haqqu dan Firdaus Azwar Erysyad dengan “Judul Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Dikalangan Remaja” terdapat dalam jurnal Dinamika Sosial Budaya pada tahun 2020 pada penelitian ini ingin melihat jika televisi tetap primadona dikalangan remaja, hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel intensitas, frekuensi dan durasi hampir

semuanya mendapatkan prosentasi rendah dan sedang, hingga mengubah pola penggunaan media televisi di masyarakat khususnya dikalangan remaja.<sup>9</sup>

Pada penelitian Muhammad Yusuf AR dan Syarmila Syam dengan judul "Konten Video *Youtube*: Pengaruh Dan Peminatannya Pada Ilmu Komunikasi Di Kota Makassar" pada penelitian ini terdapat dalam jurnal AL Munzir tahun 2022 pada penelitian ini ingin melihat tingkat menonton *youtube* pada mahasiswa ilmu komunikasi, hasil penelitiannya adalah mahasiswa jenis konten yang paling diminati di *youtube* sesuai dengan urutan terbanyak adalah, konten music dan film, video tutorial, video blog (vlog), kuliner, traveling, hiburan, politik, review games dan horor

Dari beberapa penelitian sebelumnya dapat memberikan gambaran bahwa terkait dengan pola konsumsi media *youtube* dan televisi banyak yang tertarik untuk meneliti, beberapa peneliti hanya mengkaji satu media saja sedangkan pada penelitian ini akan fokus pada *youtube* dan televisi walaupun ada yang mengkaji keduanya tetapi peneliti ingin melakukan penelitian yang lebih lanjut terkait pola konsumsi *youtube* dan televisi pada Mahasiswa Prodi KPI STAIN Majene untuk mengetahui tingkat intensitas menonton televisi dan *youtube* pada mahasiswa KPI.

Berdasarkan realitas yang telah peneliti paparkan maka peneliti tertarik dengan penelitian dengan judul tersebut ***YOUTUBE DAN TELEVISI "Pola Konsumsi Youtube Dan Televisi Pada Mahasiswa KPI STAIN Majene"***

### **B. Rumusan masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah dan fokus penelitian diatas, maka pokok masalah dalam penelitian ini

1. Bagaimana pola konsumsi Televisi pada mahasiswa prodi KPI STAIN Majene?
2. Bagaimana pola konsumsi *Youtube* pada mahasiswa prodi KPI STAIN Majene?

---

<sup>9</sup> Rizca Haqqu Dan Firdaus Azwar Ersyad, *Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Remaja*, 1,22 (2020), h. 38-44

### **C. Definisi operasional dan ruang lingkup pembahasan**

Untuk memfokuskan penelitian ini maka didefinisikan ruang lingkup pembahasan dalam penelitian sebagai berikut:

1. Televisi merupakan media penangkap siaran yang berbentuk audio dan video
2. Youtube adalah media berbagi video berbasis web memungkinkan penggunaanya untuk berbagi video.
3. Pola konsumsi youtube dan televisi pada mahasiswa KPI STAIN merupakan cara mereka dalam mengonsumsi media *Youtube* dan televisi

### **D. Kajian pustaka**

Berdasarkan masalah yang dikaji dalam penelitian tersebut beberapa penelitian terdahulu yang mirip dengan masalah yang akan diteliti di antaranya adalah:

1. Pada penelitian Muhammad Yusuf AR dan Syarmila Syam dengan judul "Konten Video *Youtube*: Pengaruh Dan Peminatannya Pada Ilmu Komunikasi Di Kota Makassar" pada penelitian ini terdapat dalam jurnal AL Munzir tahun 2022 pada penelitian ini ingin melihat tingkat menonton *youtube* pada mahasiswa ilmu komunikasi, hasil penelitiannya adalah mahasiswa jenis konten yang paling diminati di *youtube* sesuai dengan urutan terbanyak adalah, konten music dan film, video tutorial, video blog (vlog), kuliner, traveling, hiburan, politik, review games dan horror. Persamaan dari penelitian ini adalah sama –sama meneliti tentang pola konsumsi *youtube* yang mendapatkan durasi menonton kategori sedang, namun bedanya adalah pada durasi menonton pada penelitian ini tingkat durasi menonton *youtube* berada kategori sedang sebanyak 1-3 jam perhari sedangkan pada penelitian yang peneliti lakukan berada pada sedang sebanyak 1-2 hari.

2. Pada penelitian Rizca Haqqu dan Firdaus Azwar Ersyad dengan “Judul Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Dikalangan Remaja” terdapat dalam jurnal *Dinamika Sosial Budaya* pada tahun 2020 pada penelitian ini ingin melihat apakah media televisi masih menjadi primadona dikalangan remaja, hasil dari penelitian ini adalah bahwa variabel intensitas, frekuensi dan durasi hampir seluruhnya mendapatkan prosentasi rendah dan sedang sehingga terjadi perubahan pola penggunaan media televisi di masyarakat khususnya remaja.<sup>10</sup> Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengkaji tentang intensitas menonton televisi namun berbedaanya adalah pada frekuensi menonton pada mahasiswa KPI lebih tinggi sedangkan pada durasi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategori rendah ke sedang sedangkan pada penelitian sebelumnya durasi berada pada kategori sedang ke tinggi.
3. Pada penelitian Humaizi Dkk dengan judul *Motif Menonton Variety Show Running Man dan Kebutuhan Penonton* hasil penelitiannya menjelaskan motif responden menonton variety show *Running man* berdasarkan teori *Uses And Gratification* responden menonton televisi memiliki motif tertentu, motif tersebut memiliki integrasi/interaksi sosial/ identitas personal dan informasi dan hiburan. Motif integrasi atau intraksi sosial ini dapat dilihat dari mayoritas responden menonton tayangan *Variety Show Running Man* sendirian, hanya sedikit yang menonton tayangan ini bersama keluarga walaupun. Motif identitas personal dilihat dari responden memberikan perhatian penuh saat menonton tayangan *Variety Show dan Running Man* meskipun ada juga yang perhatiannya teralihkan kepada bintang tamu saat menonton, ini menunjukkan bahwa perhatian responden teralihkan sepenuhnya.<sup>11</sup> Kesamaan penelitian tersebut adalah saling

---

<sup>10</sup> Rizca Haqqu Dan Firdaus Azwar Ersyad ,*Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Remaja*, 1 ,22 (2020), h. 38-44

<sup>11</sup> Nanda riva junita Muhammad dkk, *Motif Menonton Variety Show Running Dan Pemenuhan Kebutuhan Penonton*, jurnal sosial dan teknologi, 1(2021) h.1541-1542

membahas tentang atensi menonton televisi sedangkan perbedaannya adalah penelitian mahasiswa KPI membahas antara tv dan youtube.

4. Pada penelitian Andre Inrawan dkk dengan judul pengaruh terpaan tayangan youtube ruang guru dalam meningkatkan aktifitas belajar siswa dimana hasil penelitiannya menjelaskan bahwa indikator 113 responden pelajar SMP kamandaka bogor, nilai sebesar 4,12 merupakan nilai rata-rata yang baik. Hal ini membuktikan bahwa beberapa siswa SMP kamandaka menggunakan youtube untuk mendapatkan ilmu dan hal-hal baru.<sup>12</sup> persamaan dari penelitian tersebut saling membahas masalah atensi menonton youtube bedanya yaitu pada penelitian mahasiswa KPI membahas analisis pola konsumsi youtube dan televisi sedangkan pada penelitian meneliti pengaruh youtube kepada peningkatan belajar siswa.
  
5. Pada penelitian Alna hana, dkk yang berjudul "Tranformasi Media *Youtube* Dan Televisi" (*Analisis Fungsi dan Konsumsi Media Youtube Dan Televisi di Kota Padang*) pada jurnal Rana Komunikasi tahun 2020. Dalam penelitian ini bertujuan untuk melihat transformasi media televisi dan *Youtube* dengan menganalisis fungsi dan konsumsi di kota padang.<sup>13</sup> Hal yang sama dalam penelitian tersebut adalah saling mengkaji tentang pola konsumsi media *Youtube* dan televisi media televisi sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini fokus pada objek penelitiannya pada fungsi dan konsumsi khalayak media *Youtube* dan televisi dan penelitian ini ingin menjawab tingkat khalayak yang menonton televisi dan yang tingkat penggunaan *Youtube* di kota padang sedangkan penelitian di atas ingin melihat fungsi dan pola konsumsi *youtube* dan televisi pada mahasiswa KPI STAIN Majene. Hasil dari penelitian ini adalah perubahan teknologi membuat munculnya banyak pilihan bagi khalayak untuk bebas mengonsumsi beragam program dan konten

---

<sup>12</sup>Andre inrawan dkk, *pengaruh terpaan tayangan youtube ruang guru dalam meningkatkan aktifitas belajar siswa*, jurnal penelitian ilmu sosial dan komunikasi no1 vol 6 (2022), h. 37-46

<sup>13</sup>Alna Hanana, Annisa Anindya, and Novi Elian, 'Transformasi Media *Youtube* Dan Televisi (Analisis Fungsi Dan Konsumsi Media *Youtube* Dan Televisi Di Kota Padang)', *Jurnal Rana Komunikasi*, 4.2 (2020), 186–184.

yang terdiri dari 4 point yakni pertama menggunakan *Youtube* untuk mengakses konten *Youtube* kedua menggunakan *Youtube* untuk mengakses *Youtube*, ketiga menggunakan televisi untuk menonton program stasiun tv, dan keempat menggunakan televisi untuk menonton program non –stasiun tv

#### **E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

Adapun kegunaan dan tujuan penelitian sebagai berikut.:

1. tujuan
  - a. Untuk mengetahui pola konsumsi media televisi pada mahasiswa KPI prodi STAIN Majene
  - b. Untuk mengetahui pola konsumsi media *Youtube* pada mahasiswa KPI prodi STAIN Majene
2. Kegunaan penelitian
  - a. Secara teoritis:pada penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan, menjadi referensi dan literature bagi pengembangan ilmu pengetahuan ilmiah di bidang jurnalistik dan komunikasi khususnya industri pertelevisian di Indonesia, tidak hanya itu penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi penelitian lainnya.
  - b. Secara praktis : penelitian ini di harapkan dapat menjadi suatu gambaran serta pedoman umum bagi pelaku bisnis yang nanti berkecimpung di dunia pertelevisian, tentang transformasi media penyiaran khususnya penyiaran dan pengembangan stasiun televisi ke depan yang lebih baik,dan penelitian ini bertujuan untukk memberi masukan dan dorongan bagi industri televisi. Serta industri semakin mengikuti perkembangan zaman dengan persaingan media kian hari semakin ketat.

## BAB II

### TINJAUAN TEORETIS

#### A. *Media*

##### 1. Definisi media

Media dapat dipahami sebagai system saluran yang di pergunakan untuk menghantarkan suatu pesan atau informasi. Yakni media adalah persamaan dari kata “Medium” yang secara harfiah berarti sebagai “pengantar” atau “perantara” sumber pesan dan penerima pesan. Dalam pengertian lain media adalah alat atau sarana yang dipergunakan oleh komunikator (orang yang menyampaikan pesan) kepada komunikan atau khalayak (penerima pesan).

Cangara mendefinisikan media sebagai alat atau sarana untuk menyampaikan pesan dari medium kepada khalayak, Sedangkan media dalam komunikasi menurut Rohmanto dapat diartikan sebagai saluran, sarana penghubung, dan komunikasi.<sup>14</sup>

Menurut Arsyad, Sadiman, dkk: media dapat dimaknai secara umum yakni medium (medium berasal dari bahasa latin berarti sesuatu di pertengahan). Media bisa di maknai sebagai perantara antara pembawa pesan dan penerima pesan.<sup>15</sup> Menurut buku Pengantar Komunikasi.<sup>16</sup> Media adalah sarana penyampai pesan kepada komunikator kepada penerima.

Dari beberapa definisi di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa media merupakan suatu alat, saluran,wadah untuk mengantarkan pesan –pesan ataupun sebuah informasi kepada khalayak baik dalam bentuk kata-kata, tanda suara maupun sebagai video agar mempermudah masyarakat dalam mendapatkan informasi.

---

<sup>14</sup>Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada. 2006)

<sup>15</sup>Ardan Agung Dwi Prakoso, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*, (Malang: Intrans Publising Grub, 2020), h. 21

<sup>16</sup>Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:Raja Grafindo Persada. 2006), h.119

## 2. Jenis-Jenis Media

### a. Media konvensional

#### 1) Media siaran radio

Media siaran radio merupakan media komunikasi yang bisa didengar oleh penggemarnya namun dibatasi oleh jangkauan siar (frekuensi terbatas oleh gelombang radio FM dan AM). Melalui siaran radio tersebut dapat memberikan gagasan serta informasi dalam bentuk audio dan terbuka kepada khalayak.

#### 2) Media televisi

Media televisi pada dasarnya merupakan media satu arah, yakni media yang menyampaikan pesan atau informasi melalui media audio visual, media televisi memiliki fungsi tertentu yang dapat secara aktif maupun pasif menyampaikan informasi serta komunikasi. Dalam merancang acara televisi untuk menghibur penonton dan memberikan informasi secara spesifik seperti berita, olahraga nasional dan internasional dalam membuat suatu program, televisi dalam membuat suatu tayangan harus mampu menyuguhkan berbagai hiburan kepada penontonnya dan menarik penonton sebanyak banyaknya.

#### 3) Media film

Media film adalah rangkaian foto yang menciptakan ilusi gerak dan aksi dalam kehidupan nyata. Arti harfiah film (sinema) adalah Cinemathographie yang berasal dari *Cinema+tho =phytos (cahaya) +graphie =grhap* (tulisan =gambar = citra), jadi pengertiannya adalah melukis gerak dan cahaya.

#### 4) Media surat kabar

Koran adalah media yang paling tua diantara media lainnya. Surat kabar atau Koran adalah suatu terbitan pers yang berupa lembaran-lembaran yang tercetak yang memuat berita-berita yang rutin muncul di masyarakat, yang bersifat umum dan mengandung nilai-nilai moral, etika, dan lain-lain.

### 5) Media poster

Poster adalah karya seni yang terdiri dari huruf, gambar dan kombinasi warna pada kertas kecil, sedang dan besar biasanya ditempatkan di tempat yang rapat dan strategis untuk dilihat banyak orang.<sup>17</sup>

### 3. Media baru

Media baru atau *new media* disebut juga media digital yang menggabungkan data berupa teks, suara dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam bentuk digital dan didistribusikan melalui kabel optik pita lebar, satelit dan jaringan berbasis ilona. Sistem transmisi gelombang mikro, media sejenis memiliki ciri-ciri sebagai berikut:

- a) *Manipulable*, informasi digital gampang diganti dan diadaptasi pada berbagai bentuk, penyimpanan, pengiriman dan penggunaan.
- b) *Networkable*, sejumlah besar pengguna dapat terus berbagi dan bertukar informasi digital
- c) *Dense*, data digital dapat disimpan dalam ruang yang kecil (contohnya: *USB flash drive*) atau penyedia layanan jaringan
- d) *Compressible*, ukuran data digital yang diterima oleh jaringan manapun dapat dikurangi melalui proses kompresi dan didekompresi lagi bila diperlukan.
- e) *Impartial*. Informasi yang disebarluaskan melalui jaringan dalam bentuk yang sama dengan informasi yang disajikan dan digunakan oleh pemilik dan penciptanya
- f) Kelebihan media baru adalah memudahkan seseorang untuk memperoleh suatu hal yang diinginkannya seperti:

---

<sup>17</sup>Ilna Vicenovie Oisina Situmeang, *Media Convensional Dan Media Online* (Graha Ilmu: Yogyakarta 2020), h. 20-61

- 1) Arus informasi yang cepat di akses dimanapun dan kapanpun
- 2) Sebagai media transaksi jual beli
- 3) Sebagai media hiburan
- 4) Sebagai media komunikasi yang efisien
- 5) Sarana pendidikan dengan adanya buku digital

Menurut Mc Quail media baru memiliki ciri-ciri utama yang membedakannya dengan media lain yaitu :

- 1) Desentralisasi, akuisisi dan pemilihan berita tidak lagi seutuhnya ada di tangan pemasok komunikasi.
- 2) Kemampuan tinggi, penantar lewat kabel dan satelit memecah hambatan komunikasi penyiar lainnya.
- 3) Komunikasi umpan balik, penerima bisa memilih, membalas, berbagi dan berkomunikasi langsung dengan penerima lainnya.
- 4) Kelenturan, (fleksibilitas bentuk dan penggunaan konten secara umum, media baru menjembatani tidak hanya perbedaan antara media yang berbeda, tetapi juga perbedaan antara batasan aktivitas komunikasi pribadi dan batasan aktivitas publik. bahan dan cara penggunaannya bisa digunakan untuk kepentingan pribadi dan umum.<sup>18</sup>

## ***B. Media Penyiaran***

### **1. Pengertian Media Penyiaran**

Penyiaran atau dalam bahasa Inggris dikenal sebagai broadcasting adalah keseluruhan proses penyiaran mulai dari penyiapan materi produksi, proses

---

<sup>18</sup>Ilona Vicenovie Oisina Situmeang, *Media Convensional Dan Media Online*, (Graha Ilmu: Yogyakarta 2020), h. 79-81

produksi, penyiapan bahan siaran dan selanjutnya routing pendengar atau penonton program.<sup>19</sup> J.B Wahyudi mendefinisikan penyiaran sebagai proses komunikasi dari suatu titik ke khalayak, yaitu penyampaian informasi dari seseorang atau produser (profesi) kepada publik melalui radiasi elektromagnetik atau gelombang yang lebih tinggi.<sup>20</sup>

Dari pemaparan tersebut dapat di simpulkan bahwa penyiaran merupakan suatu cara untuk menyampaikan pesan mulai dari penyiapan materi produksi, proses produksi, penyiapan bahan siaran sampai kepada telinga pendengar pada suatu tempat. Sedangkan pemancaran sendiri merupakan suatu sistem transmisi siaran baik melalui jalur udara ataupun saluran yang lain. Sesuai dengan artinya penyiaran yang bersifat meluas ke segala arah yang yang di kenal dengan omnidirectional.

### ***C. Karakteristik Media Penyiaran***

Dibandingkan dengan media cetak atau media lainnya, media peyiaran juga memiliki nilai unik tersendiri.<sup>21</sup> Media penyiaran memungkinkan pemirsa untuk menerima informasi secara langsung atau secara umum atau real time atau live. Semua kejadian atau peristiwa dapat secara langsung didengar atau dilihat oleh pendengar/pemirsa dengan cakupan populasi yang sangat luas dan efektif, namun informasi yang disampaikan oleh media penyiaran sudah langsung berlalu dan tidak dapat berulang lagi kecuali memang disiarkan ulang. sedangkan pada media cetak, informasi yang diberikan masih dapat dibaca di mana dan kapan saja.

Berikut beberapa kelebihan dan kekurangan pada media penyiaran yang ditabulasikan.

---

<sup>19</sup>Jamal Hidajanto And Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional Dan Regulasi*, Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 1

<sup>20</sup>Brialianto k. wijaya, *Broadcasting*, (Jakarta: gramedia pustaka utama, 2016), h. 9

<sup>21</sup> Jamal Hidajanto And Andi Fachruddin, *Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional Dan Regulasi*, Ke-2, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 5

**Tabel 2 : kelebihan dan kekurangan media penyiaran**

Radio	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisa di dengar selama siaran</li> <li>2. Bisa diulang jika diulang kembali</li> <li>3. Daya rangsang rendah</li> <li>4. Elektris</li> <li>5. Relatif murah</li> <li>6. jangkauan panjang</li> </ol>
Televisi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bisa didengar selama siaran</li> <li>2. Dapat di dengar dan dilihat kembali, bila di putar kembali</li> <li>3. Daya ransang sangat tinggi</li> <li>4. Elektris</li> <li>5. Sangat mahal</li> <li>6. jangkauan panjang</li> </ol>

Berdasarkan data tersebut televisi mempunyai ciri tertentu yang berbeda dari media lainya. Sifat televisi yang dapat didengar dan dilihat juga jangkauanya yang sangat luas berbeda dengan radio dan media cetak, radio hanya mengandalkan suara sedangkan media cetak hanya bisa dinikmati melalui tulisan. Itulah yang menjadikan televisi banyak diminati oleh khalayak karena kelebihananya yang mengandalkan audio visual.

#### **D. Televisi sebagai Media Penyiaran**

##### **1. Pengertian Televisi**

Media televisi dapat diartikan sebagai rangkaian pesan dengan menggunakan berbagai gambar eletronik yang ditransmisikan dengan cepat, berurutandi sertai dengan suara monokrom atau (hitam-putih) maupun berwarna. Kata ‘televisi’ adalah gabungan dari kata tele (“jauh”) dari kata Yunani atau visio sedangkan dari bahasa latin yakni (“penglihatan”) sehingga televisi dapat diartikan sebagai “media komunikasi jarak jauh melalui media visual atau “penglihatan”.

Penggunaan televisi juga dapat merujuk pada “layar televisi“, atau program ataupun siaran televisi”.<sup>22</sup>

Televisi saat ini sudah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam kehidupan seseorang, seseorang lebih banyak menghabiskan waktunya di depan TV dibandingkan dengan mengobrol dengan keluarganya. Siaran televisi merupakan berita melalui sinyal elektronik, yang kapasitasnya dibentuk dalam gambar lensa dan suara.

Media televisi berfungsi menyajikan berita atau informasi yang update setiap hari, yang kemudian di sebarluaskan pada khalayak umum. “Televisi merupakan produk berteknologi tinggi (*high-technology*) yang menyampaikan isi pesan dalam bentuk gerakan audiovisual.

Berdasarkan hal tersebut, dijelaskan bahwa televisi adalah suatu susunan alat elektronik yang mentransmisikan isi pesan dalam bentuk gerak audio visual dan merupakan sistem yang terdiri dari penangkapan, pengiriman dan penayangan gambar dengan tenaga listrik. Dalam hal tersebut berpengaruh terhadap mental, pola pikir, khalayak umum. Sifat televisi yang menghasilkan suara dan gambar bergerak sehingga televisi menjadi suatu sarana yang dianggap paling efektif dalam menyebarkan informasi, juga sarana menyebarkan nilai –nilai yang konsumen.

Stasiun televisi adalah suatu organisasi atau tempat kerja penyiaran yang membutuhkan banyak orang dengan pengalaman dalam bidang penyiaran untuk menghasilkan siaran yang baik dan berkualitas. Diantara para pekerja di penyiaran yakni Juru kamera, editor gambar, reporter, ahli grafis, dan staf perlu berkomunikasi dan bekerja sama dalam upaya untuk menghasilkan siaran yang baik.

---

<sup>22</sup>Damayana Indri end Marbun Juliaster , *Tips Dan Trik Membimbing Olimpiade Dan Riset Perguruan Tinggi*, Guespedia (2021), h. 86

## 2. Program televisi

Acara televisi atau program televisi, segala acara yang di tampilkan dilayar televisi yang di dalamnya menampilkan berita, hiburan dan pendidikan. Dalam kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) siaran adalah kegiatan yang di pertunjukan atau disiarkan.

Latief dan Yuasiatie dalam buku *Siaran Televisi Non Drama*<sup>23</sup>: membagi program televisi menjadi dua jenis yaitu siaran informasi (information) dan siaran hiburan (entertainment). Siaran informasi juga disebut dengan program berita (news) atau jurnalistik adalah siaran yang memberikan informasi tambahan kepada masyarakat melalui informasi serta terdapat juga hiburan yakni nilai jurnalistik tetapi hanya sebagai nilai pendukung.

Terdapat beberapa program acara untuk menjadi hiburan diantaranya adalah program talkshow dan program fariety show yang dapat menambah keindahan sebagai suatu program dan juga terdapat program nondrama, music, permainan dan lainnya. Tidak dapat dipungkiri tayangan–tayangan televisi yang kita nikmati dan rasakan setiap harinya menjadi ciri khas dan keindahan tersendiri bagi penikmatnya dan dapat menjadi nilai tambah perlunya informasi dan sebagai suatu penambah pengetahuan.

## 3. Kelebihan dan kekurangan televisi

Kelebihan dan kekurangan televisi menurut arsyad , Sadiman dalam Sutiah.<sup>24</sup>

- a. Tv bisa mentransmisikan semua materi audio visual, termasuk gambar diam, film, objek, specimen dan drama.
- b. Tv dapat memberikan model dan contoh yang baik bagi siswa
- c. Tv bisa menghadirkan dunia nyata, seperti orang, tempat, dan peristiwa ke dalam rumah dan ruang kelas melalui siaran langsung atau rekaman

---

<sup>23</sup> Rusman Latief and Yustiatie Utud, *Siaran Televisi Non Drama Kreatif, Produktif, dan Iklan*, (Jakarta: Kencana, 2017), h. 5

<sup>24</sup>Sutiah , *pengembangan pembelajaran pai*(sidoarjo:nizimia learning center, 2016) ,h 119

- d. Tv dapat memungkinkan siswa untuk melihat dan mendengar sendiri
- e. Tv menampilkan program yang dapat dipahami siswa dari berbagai usia
- f. Tv bisa menyiapkan gambar dan suara yang sulit dicapai di dunia nyata misalnya: ekspresi wajah, operasi gigi dan lainnya.
- g. Tv bisa mengurangi waktu guru dan siswa, misalnya dengan merekan siaran pelajaran yang disajikan dapat diulang jika diperlukan.

#### Kekurangan televisi

- a. Harganya mahal
- b. Komunikasi bersifat satu arah
- c. Jika jadwal pelajaran disekolah dan memanfaatkan jadwal siaran bersamaan maka akan sulit untuk di atur.
- d. Besarnya gambar pada layar relatif kecil jika dibandingkan film hingga banyak siswa yang memanfaatkan terbatas
- e. Selama siaran, televisi akan menyala dan tidak memahami pesan sesuai dengan kemampuan masing-masing siswa
- f. Pendidik tidak mempunyai kemampuan untuk mereview film sebelum ditayangkan
- g. Ada kekhawatiran bahwa siswa tidak memiliki hubungan personal dengan guru pengajar, sehingga siswa bisa bersikap pasif selama penayangan.
- h. Selama siaran, televisi terus menyala dan tidak bisa mengerti pesan sesuai kemampuan siswa
- i. Guru tidak mempunyai cara untuk memeriksa tayangan TV sebelum disiarkan.
- j. Layar televisi tidak mencakup kelas besar, sehingga menyulitkan siswa untuk melihat gambar yang disiarkan

### **E. Televisi Sebagai Media Massa**

Saat ini media sangat menarik dimana media berubah menjadi industri yang mempunyai karakteristik sebagai berikut:

1. perlakukan tayangan sebagai komoditi
2. Mengandalkan iklan sebagai sumber penghasilan besar
3. Persaingan antar saluran televisi untuk menghadirkan pemirsa dengan harapan dapat meningkatkan terpaan iklan.
4. Mendorong pertumbuhan sektor ekonomi di sektor lain, yang mendukung operasi televisi.
5. Perkembangan televisi sebagai stasiun penyebar informasi tanpa perbaikan materi siaran.
6. Orientasi siaran terhadap kepentingan dan keinginan masyarakat dibagi berdasarkan penelitian kebutuhan masyarakat sasaran namun tidak menutup kemungkinan siarannya untuk kepentingan sensor.
7. Televisi berperan dominan sebagai insitusi komersial yang mendukung ide dasar kapitalisme, yaitu produksi dan reproduksi. Hal ini tercermin dari kecenderungan media televisi menerima barang yang sekaligus diiklankan.
8. Stasiun televisi memiliki sumber daya dan koneksi untuk menyebarkan budaya massa.<sup>25</sup>

Inilah sebabnya mengapa produsen TV mengutamakan keuntungan dan kurang memperhatikan aspek pendidikan yang membuat TV condong ke arah hiburan. Televisi dan media massa lainnya memiliki pembeda antar satu sama lain :

---

<sup>25</sup>Arini Hidayati, *Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998), h. 75-76

1. Tugas media massa untuk individu yang meliputi:

Samuel L. Becker menjelaskan ada tujuh fungsi komunikasi massa terhadap individu.<sup>26</sup>

- a. Pemantauan atau pencarian informasi
- b. Mengembangkan konsep diri
- c. Memfasilitasi hubungan sosial
- d. Substitusi dalam hubungan sosial
- e. Membantu melepaskan emosi
- f. Cara untuk menghindari ketegangan dan keterasingan
- g. Bagian dari rutin dan ritual.

2. Fungsi media massa terhadap masyarakat :

- a. Penyebaran informasi
- b. Pendidikan
- c. Persuasi
- d. Pengawasan
- e. Sosialisasi
- f. Penghimpun.<sup>27</sup>

Sedangkan menurut Soewardi Idris, televisi memiliki fungsi :

- a. untuk hiburan (*to entertaint*)

---

<sup>26</sup>Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Dan Komprehensif*, Deepublish (2020), h. 157

<sup>27</sup>Anugrah ayu sendari, *peran dan fungsi media massa yang penting bagi khalayak, liputan 6 (2020)* , <https://liputan6.com/hot/read/4069784/peran-dan-fungsi-media-massa-yang-penting-bagi-khalayak>, diakses pada 31

- b. Untuk pendidikan (*to educated*)
- c. Memberikan informasi (*to inform*)
- d. Mempengaruhi cara orang berfikir dan berperilaku (*to influence*)

## **F. Youtube**

Menurut Baskoro dalam Minhajul Ngabidin dkk dengan judul MEKAR BERSERI MASA PANDEMI (Kumpulan Practices Inovasi Pembelajaran Pada Sekolah Model Dimasa Pandemi Covid 19) Smp, Sma, Smk youtube adalah media digital yang dapat di diunggah, diunduh dan dibagikan (*share*) dimana saja. *Youtube* juga termasuk dalam situs yang banyak digunakan dan fenomenal dikalangan masyarakat, biasanya digunakan untuk mengecek berita baru, mendapatkan berita baru bahkan untuk mencari hiburan seperti menonton film, mendengarkan lagu atau melihat tutorial. Menurut sianipar *Youtube* merupakan situs berupa data yang berbasis dan berisi konten video yang populer sebagai penyedia berbagai informasi.<sup>28</sup>

Berdasarkan hal tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa *Youtube* adalah platform populer menyediakan berbagai konten baik informasi, pendidikan serta hiburan diantaranya adalah film, music dan tutorial keseharian

### **1. Kelebihan Dan Kekurangan Youtube<sup>29</sup>**

#### **a. Kelebihan Youtube**

- 1) sebagai sumber informasi yang lengkap dan terkini
- 2) sebagai sumber penghasil uang
- 3) Media massa untuk menyalurkan kreativitas tanpa batas
- 4) Media periklanan terbaik dan tepat sasaran.

---

<sup>28</sup> Minhajul ngabidin dkk, *Mekar Berseri Dimasa Pandemi Kumpulan Practices Inovasi Pembelajaran Pada Sekolah Model Dimasa Pandemi Covid 19*, (yogyakarta:deepublish, 2021), h. 305

<sup>29</sup>[http://microdataindonesia.co.id/news/read/299/pengertian -Youtube-fitur manfaat-dan-kelebihan-dan-kekurangan](http://microdataindonesia.co.id/news/read/299/pengertian-Youtube-fitur-manfaat-dan-kelebihan-dan-kekurangan) di akses pada 27 maret 2022

5) Media untuk mempelajari keterampilan khusus secara gratis

#### **b. Kekurangan *Youtube***

- 1) Ada banyak konten yang tidak cocok untuk anak-anak
- 2) Berita hoaks banyak beredar di *Youtube*
- 3) Beberapa Negara memblokir *Youtube*
- 4) Mengurangi produktivitas seseorang

### **2. Karakteristik *Youtube***<sup>30</sup>

- a. Tidak ada batasan waktu dan batasan data untuk mengunggah video ke situs ini.
- b. Sistem keamanannya sangat bagus dan *Youtube* sendiri membatasi jenis konten dalam memberikan izin jenis konten illegal dan sara
- c. *Youtube* menawarkan layanan berbayar yang menghargai video minimal 1000 viewer akan mendapat gaji.
- d. Terdapat fitur offline yang memungkinkan pengguna penonton video secara offline, namun video tersebut harus diunduh terlebih dahulu
- e. Pengguna bisa langsung membuka situs web karena alat pengeditan sederhana telah disediakan untuk memangkas video, memfilter warna atau menambahkan efek transisi.

### **3. Manfaat *Youtube***

- a. menawarkan layanan secara gratis
- b. unduh video tertentu
- c. gunakan dan bagikan informasi

---

<sup>30</sup> Pahlevi, "apa itu *Youtube*? Pengertian, karakteristik dan manfaat" <http://www.pahlevi.net/apa-itu-Youtube/amp/>, di akses pada 27 maret 2022

- d. Gunakan streaming video
- e. Pemasaran dan presentasi produk
- f. Gunakan video yang informatif
- g. Dukung industri hiburan
- h. Memperkuat branding insitusi atau organisasi
- i. Mengetahui reaksi khalayak
- j. Menyediakan layanan bagi pengguna untuk menguasai keerampilan membuat video

#### **4. Konten-konten *Youtube***

Selain televisi media *Youtube* juga tersedia ragam konten yang dapat dinikmati di antaranya adalah :

- a. Education*
- b. Entertainment*
- c. Comedy*
- d. Film dan animasi*
- e. Travelling dan events*
- f. News*
- g. Pets dan animals*
- h. Science dan technology*
- i. Sports*
- j. Autos dan vehicles*
- k. Daily dan Travel Vlog*

*l. Makeup dan Beauty*

*m. Konten prank*

*n. Review dan Unboxing*

*o. Gaming channel*

*p. Urban Explorer*

### **G. Teori Penggunaan dan Kepuasan**

Teori penggunaan dan kepuasan (*Uses And Gratification Theory*) berfokus pada melihat khalayak sebagai konsumen media massa bukan pesan yang disampaikan, teori ini mengutamakan tujuan, aktif dan diskriminatif dalam menggunakan media. Khalayak mengetahui dan bertanggung jawab dalam memilih sarana untuk memenuhi kebutuhannya. Asumsi Katz Blumer dan Gurevich (1974) yang mengembangkan teori ini:

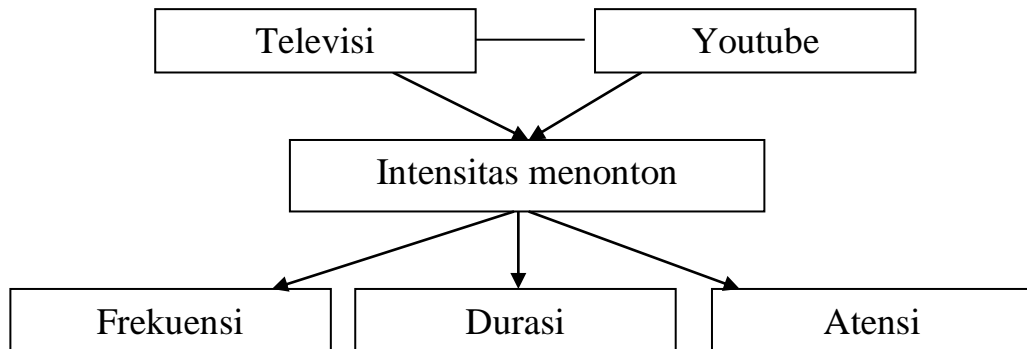
1. Publik menggunakan media secara aktif dan terarah
2. Inisiatif menggunakan media ditentukan oleh penonton
3. Media bersaing dengan sumber kebahagiaan lainnya
4. Penonton menyadari daya tarik motif dan penggunaan media
5. Penilaian isi media ditentukan oleh khalayak.<sup>31</sup>

---

<sup>31</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Hingga Individu Massa*, (Jakarta: kencana, 2013), h. 508-509

## H. Kerangka Pikir

*Youtube* dan televisi Analisis pola konsumsi *youtube* dan televisi pada Mahasiswa KPI STAIN Majene.



## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **A. Jenis dan Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di STAIN Majene, pada mahasiswa KPI dengan membuat daftar kusioner yang akan di jawab oleh responden berdasarkan variabel yang diteliti yang ditujukan pada mahasiswa KPI tersebut

#### **B. Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif, yakni pendekatan yang menekankan analisis pada data-data numerical (angka) yang diolah dengan metode statistika guna untuk memahami fenomena pola penggunaan *Youtube* dan televisi secara lebih mendalam melalui pengumpulan data dengan teknik yang juga mendalam.

#### **C. Populasi dan Sampel**

##### 1. Populasi

Sugiyono mendefinisikan populasi sebagai domain umum yang terdiri dari objek atau subjek dengan karakteristik dan ciri khusus yang peneliti tentukan untuk dipelajari kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek lainnya. Selain itu, populasi bukan hanya obyek/subyek yang diteliti tetapi, mencakup semua ciri-ciri sifat dari objek atau subjek tersebut. Pada penelitian ini Populasi nya adalah seluruh mahasiswa KPI sebanyak 189 orang dari semua angkatan .

**Tabel 3 :Jumlah responden pada mahasiswa KPI**

<b>No</b>	<b>Angkatan</b>	<b>Jumlah kelas</b>	<b>Jumlah mahasiswa</b>
1	2018	1	28 orang
2	2019	3	67 orang

3	2020	2	58 orang
4	2021	2	36 orang
Total mahasiswa			189 orang

## 2. Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi. Porposif random sampling digunakan pada penelitian ini dimana sampel diambil secara acak tanpa memperhatikan strata populasi yang ada. Menurut Tabel *Isaac and Michael* dalam sugiono memiliki populasi maksimal 190 dan nilainya bervariasi 1%, 5%, dan 10%. Penelitian ini menggunakan taraf *siginificant* 5% aturan mengambil sampel dihitung dengan nama-nama yang sudah dicatat data-datanya diambil secara acak kemudian diambil sesuai yang telah ditentukan. Dalam penelitian ini jumlah populasinya adalah 190 orang, jadi sampelnya adalah 123 dengan perincian sebagai berikut.

**Tabel 4 :Pembagian sampel**

No	Angkatan	Sampel
1	2018	$\frac{28}{190} \times 123 = 18$
2	2019	$\frac{67}{190} \times 123 = 43$
3	2020	$\frac{59}{190} \times 123 = 37$
4	2021	$\frac{38}{190} \times 123 = 23$

## D. Metode Pengumpulan Data

### 1. Kusioner atau angket

Kusioner adalah teknik mengumpulkan data dimana responden diberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan. Dalam penelitian ini kusioner tertutup atau daftar pernyataan ditentukan dengan pilihan responden. Survey atau Kusioner akan dipergunakan untuk mengetahui dan mengukur pola penggunaan

*youtube* dan televisi pada mahasiswa KPI yang telah disampaikan oleh peneliti. Alternatif jawaban pada skala likert dengan masing-masing jawaban untuk setiap pertanyaan yaitu, Sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, sangat tidak setuju.

**Tabel 5 : kisi-kisi instrumen penelitian**

Pernyataan	Skor
Alternatif jawaban	
Sangat setuju (ss)	5
Setuju(s)	4
Ragu-ragu (rr)	3
Tidak setuju(st)	2
Sangat tidak setuju	1

#### **E. Instrumen Penelitian**

Instrumen penelitian adalah seperangkat pertanyaan, latihan atau alat lain untuk mengukur kemampuan, dan kecerdasan yang dimiliki individu ataupun kelompok.<sup>32</sup> Alat penelitian ini mengukur intensitas konsumsi televisi dan *youtube* yaitu, seberapa sering, lama, dan minat dan ketertarikan mahasiswa KPI dalam menonton.

**Tabel 6 : kisi-kisi instrumen penelitian**

No	Variabel	Indikator
1	Frekuensi menonton televisi televisi / <i>youtube</i>	Tingkat menonton televisi dan <i>youtube</i> dalam setiap hari meningkat dan seimbang
2	Durasi menonton <i>youtube</i> dan televisi	Durasi dalam menonton meningkat dan seimbang

---

<sup>3232</sup>Agung widhi kurniawan dan zarah puspitanigtyas, *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: pandiva buku, 2016) h.93

3	Atensi menonton <i>youtube</i> dan televisi	Minat terhadap konten /tayangan
---	---	---------------------------------

## F. Validasi dan Reliabilitas Instrumen

Tujuan dari validasi ini adalah untuk memahami validitas dan realibilitas untuk menyatakan kelayakan perangkat untuk digunakan atau tidak. Jika validasi instrumen telah diverifikasi maka instrumen sah digunakan.

### 1. Uji validitas

Tes validasi instrumen penelitian, adalah tes ymengetahui keabsahan ang digunakan untuk mengetahui validitas, ketepatan, kecermatan item pertanyaan dalam mengukur variabel yang diteliti.<sup>33</sup> Uji validitas digunakan untuk menyatakan kevalidan pertanyaan. Jika hasilnya valid, maka pengolahan data dapat dilanjutkan, namun jika tidak valid maka validitas di ulangi dengan memasukkan data yang valid saja.

Setiap titik diukur menggunakan rumus *Pearson Product Moment*. Tekniknya dengan menguji setiap butir pernyataan kemudian di uji kepada 30 responden pada mahasiswa KPI. Uji validitas ditentukan dengan mencari varians butir dari keseluruhan dari responden. Setiap butir yang didapatkan kemudian dikorelasikan dengan skor total atau jumlah setiap butir istrumen dengan rumus *Person Product Moment*

### 2. Reliabilitas

Adamson dan Prion dalam jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan, menyatakan bahwa Pengujian reliabilitas menggunakan uji Alfa Cronbach untuk instrumen yang jawaban benarnya lebih dari 1 (Instrumen tersebut misalnya instrumen berbentuk esai, angket, atau kuesioner. Kriteria keputusan untuk menentukan apakah r reliabel atau tidak, jika r lebih besar atau sama dengan 0,60

---

<sup>33</sup>Agung widhi kurniawan dan zarah puspitanigtyas , *Metode penelitian kuantitatif* (Yogyakarta: pandiva buku, 2016) h.97

maka item tersebut reliable, jika  $r$  kurang dari 0,60 maka item tersebut tidak reliabel. penentuan reliabelitas dengan SPSS 2012

### **G. Teknik pengolahan dan analisis data**

#### Analisis deskriptif

Dalam penyajian data dalam menganalisis, diperoleh berupa deskripsi data pada masing-masing variabel, yaitu penyajian rata-rata (*mean*), *median*, *standar deviasi* (SD), Nilai minimum, maksimum, *range*, *sum* dihitung dengan SPSS versi 16.0.

**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**A. HASIL PENELITIAN**

1. Hasil uji validasi

Pengujian validitas instrument dilakukan dengan menggunakan SPSS dan diperoleh hasil uji validitas instrumen sebagai berikut :

**Tabel 7 : hasil uji validasi instrumen penelitian**

		TOTAL INTENSITAS NONTON TV
Nonton TV setiap hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.582  ** .000 123
Nonton TV saat senggang	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.284  ** .001 123
Hampir tiap saat nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.584  ** .000 123
Gelisah jika tidak nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.549  ** .000 123
Nonton TV untuk program pendidikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.607  ** .000 123
Nonton TV untuk program hiburan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.634  ** .000 123
Nonton TV 1-2 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.634  ** .000 123

Nonton TV 3-4 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.635 .000 123	**
Nonton TV lebih dari 4 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.623 .000 123	**
Waktu nonton TV dominan prog pendidikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.528 .000 123	**
Wkatu nonton TV dominan prog hiburan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.592 .000 123	**
Gelisah jika tak nonton TV dengan durasi lama	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.636 .000 123	**
Nonton TV untuk waktu lama tidak buat bosan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.661 .000 123	**
Senang nonton prog pendidikan TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.551 .000 123	**

		TOTAL INTENSITAS NONTON TV	
Senang nonton prog hiburan TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.408 .000 123	**
Banyak manfaat dari nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.624 .000 123	**
Wawasan bertambah dengan nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.475 .000 123	**

Merespon aktif jika nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.467 .000 123	**
Sering lupa lingkungan jika nonton TV	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.559 .000 123	**

TOTAL INTENSITAS NONTON YOUTUBE	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N		**
Nonton <i>Youtube</i> setiap hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.706 .000 123	**
Nonton <i>Youtube</i> saat senggang	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.255 .004 123	**
Hampir tiap saat nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.697 .000 123	**
Gelisah jika tidak nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.743 .000 123	**
Nonton <i>Youtube</i> untuk program pendidikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.494 .000 123	**
Nonton <i>Youtube</i> untuk program hiburan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.191 .034 123	*
Nonton <i>Youtube</i> 1-2 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.602 .000 123	**
Nonton <i>Youtube</i> 3-4 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.762 .000 123	**

Nonton <i>Youtube</i> lebih dari 4 jam per hari	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.381 .000 123	**
Waktu nonton <i>Youtube</i> dominan prog pendidikan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.196 .030 123	*
Wkatu nonton <i>Youtube</i> dominan prog hiburan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.241 .007 123	**
Gelisah jika tak nonton <i>Youtube</i> dengan durasi lama	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.376 .000 123	**
Nonton <i>Youtube</i> untuk waktu lama tidak buat bosan	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.217 .016 123	*
Senang nonton prog pendidikan <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.030 .741 123	
Senang nonton prog hiburan <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.030 .740 123	
Banyak manfaat dari nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.034 .711 123	
Wawasan bertambah dengan nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.025 .781 123	
Merespon aktif jika nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	-.055 .545 123	
Sering lupa lingkungan jika nonton <i>Youtube</i>	Pearson Correlation Sig. (2-tailed) N	.265 .003 123	**

Berdasarkan Tabel di atas, dengan banyaknya mahasiswa 123 orang maka sesuai dengan *r.Tabel Product Moment* dengan signifikansi 5% maka pernyataan dikatakan valid jika skor minimalnya 0.176 dapat disimpulkan bahwa  $r_{hitung} \geq r_{Tabel}$  maka butir instrumen dikatakan valid atau layak untuk digunakan, tetapi apabila  $r_{hitung} < r_{Tabel}$  maka instrumen tidak layak

digunakan. Berdasarkan hasil uji validitas di atas seluruh pertanyaan yang diujikan sebanyak 38 pertanyaan menunjukkan hasil valid.

## 2. Hasil Uji realibilitas

Pengujian realibilitas bertujuan untuk mengetahui Cronbach Alpha. pengujian ini, menggunakan SPSS 2012.

**Tabel 8.interpretasi kofisien korelasi(r)**

Cronbach's Alpha	N of Items
.927	38

Kriteria untuk menentukan reliabel atau tidak jika  $r$  lebih besar atau sama dengan 0,60 maka item tersebut reliabel, jika  $r$  kurang dari 0,60 maka item tersebut tidak reliabel. Berdasarkan Tabel di atas dapat disimpulkan bahwa dari uji data reliabilitas atas pernyataan semuanya reliabel.

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan metode pendekatan deskriptif. Data yang diperoleh dari subjek penelitian kemudian dianalisis dengan menggunakan metode statistik kemudian diinterpretasikan, sumber data pada penelitian ini meliputi.

**Tabel 9 : responden penelitian**

No	Angkatan	Jenis kelamin L/P		Total sampel
1	2018	10	7	17
2	2019	28	22	50
3	2020	23	6	29
4	2021	16	11	27
total	123			

Variabel yang diteliti dalam penelitian ini yakni intensitas menonton televisi dan *youtube* pada mahasiswa KPI yang terdiri dari 1.frekuensi menonton

*youtube* dan televisi, 2 durasi menonton televisi dan *youtube*, 3 dan atensi menonton televisi dan *youtube*.

Frekuensi menonton *youtube* dan televisi meliputi seberapa sering mahasiswa Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam Menonton televisi dan *youtube*, seberapa lama durasi dalam menonton televisi dan *youtube* serta konten apa saja yang di minati oleh mahasiswa KPI tersebut. Tujuan dari perbandingan tersebut adalah agar dapat mengetahui pola konsumsi antara kedua media tersebut serta konten yang dikonsumsi oleh mereka sehingga akan terlihat jenis konten yang di .Analisis serta perbandingan kedua media ini harus dijadikan bahan evaluasi bagi media televisi dan *youtube* agar meningkatkan konten dan tayangan pada kedua media ini agar nantinya tidak ada yang tergeser dari salah satunya.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket/ kusioner yang dibagikan melalui google form oleh peneliti.

#### a. Tingkat Frekuensi Menonton *Youtube* Dan Televisi

Berdasarkan hasil dari Frekuensi menonton televisi dan *youtube* yang didapatkan maka semua indikator dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 10: kategorisasi menonton televisi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	12	9.8	9.8	9.8
SEDANG	90	73.2	73.2	82.9
TINGGI	21	17.1	17.1	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa frekuensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73, 2 persen dari mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton televisi dimana populasi dari variabel di atas sebanyak 123 mahasiswa dan 90 mahasiswa yang sering menonton televisi.

**Tabel 11: kategorisasi menonton youtube**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	8	6.5	6.5	6.5
	SEDANG	90	73.2	73.2	79.7
	TINGGI	25	20.3	20.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Kategorisasi frekuensi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa frekuensi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73, 2 persen sama dengan kategorisasi sedang dari mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton *youtube*, namun pada pola menonton *youtube* tertinggi berada pada 25 mahasiswa yang sering menonton televisi yang mencapai 20,3 persen sedangkan pada frekuensi menonton televisi yang tertinggi sebanyak 21 orang yakni 17,1 persen yang menjawab sering menonton setiap hari.

Berdasarkan tabel diatas maka frekuensi menonton televisi dan *youtube* setiap item pernyataan dideskripsikan sebagai berikut:

a) Menonton setiap hari

**Tabel 12: Distribusi frekuensi nonton televisi setiap hari**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	13	10.6	10.6	10.6
	2	65	52.8	52.8	63.4
	3	18	14.6	14.6	78.0
	4	23	18.7	18.7	96.7
	5	4	3.3	3.3	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan jarang menonton televisi setiap hari terlihat mahasiswa lebih banyak menjawab tidak setuju yakni 65 mahasiswa yang menjawab jarang menonton televisi setiap hari.

**Tabel 13: Distribusi frekuensi nonton *youtube* setiap hari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	34	27.6	27.6	30.1
3	30	24.4	24.4	54.5
4	35	28.5	28.5	82.9
5	21	17.1 100.0	17.1	100.0
Total	123		100.0	

Sedangkan disisi yang lain *youtube* menunjukkan bahwa mahasiswa KPI banyak yang menjawab menonton setiap hari terlihat pada tabel di atas menunjukkan 35 orang yang menjawab setuju atas pernyataan tersebut.

b) Menonton waktu senggang

**Tabel 14 : Distribusi frekuensi menonton televisi di waktu senggang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	9	7.3	7.3	9.8
3	12	9.8	9.8	19.5
4	69	56.1	56.1	75.6
5	30	24.4	24.4	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menonton televisi di waktu senggang saja hal tersebut di tunjukan pada jawaban atas pernyataan tersebut sebanyak 69 mahasiswa yang menjawab setuju atas pernyataan tersebut.

**Tabel 15 : Distribusi frekuensi menonton *youtube* di waktu senggang**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 2	14	11.4	11.4	11.4
3	10	8.1	8.1	19.5
4	86	69.9	69.9	89.4
5	13	10.6 100.0	10.6	100.0
Total	123		100.0	

Hal sama juga terjadi pada pola tontonan *youtube* menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menonton *youtube* di waktu senggang saja hal tersebut ditunjukkan pada jawaban atas pernyataan tersebut sebanyak 86 mahasiswa yang menjawab setuju atas pernyataan tersebut.

c) Hampir setiap saat menonton

**Tabel 16 : Distribusi frekuensi menonton televisi setiap saat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	27	22.0	22.0	22.0
2	77	62.6	62.6	84.6
3	10	8.1	8.1	92.7
4	7	5.7	5.7	98.4
5	2	1.6	1.6	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 77 mahasiswa yang menjawab tidak setiap saat menonton televisi.

**Tabel 17 : Distribusi frekuensi menonton youtube setiap saat**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	5	4.1	4.1	4.1
2	55	44.7	22.8	48.8
3	28	22.8	16.3	71.5
4	20	16.3	12.2	87.8
5	15	12.2	100.0	100.0
Total	123			

Sedangkan pada frekuensi menonton *youtube* juga banyak yang menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut terlihat pada tabel di atas 55 mahasiswa yang menjawab tidak setiap saat menonton *youtube*.

d) Gelisah jika tidak menonton

**Tabel 18 : Distribusi frekuensi menonton televisi gelisah jika tidak menonton**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	34	27.6	27.6	27.6
	2	65	52.8	52.8	80.5
	3	13	10.6	10.6	91.1
Total		7	5.7	5.7	96.7
		4	3.3	3.3	100.0
		123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 65 mahasiswa yang menjawab tidak gelisah jika tidak menonton televisi.

**Tabel 19 : Distribusi frekuensi menonton youtube gelisah jika tidak menonton**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	10	8.1	8.1	8.1
	2	59	48.0	48.0	56.1
	3	27	22.0	22.0	78.0
	4	20	16.3	16.3	94.3
	5	7	5.7	5.7	100.0
Total		123	100.0	100.0	

Sedangkan pada frekuensi menonton youtube juga banyak yang menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut terlihat pada tabel di atas 59 mahasiswa yang menjawab tidak gelisah jika tidak menonton youtube.

e) Menonton untuk program pendidikan

**Tabel 20 : Distribusi frekuensi menonton televisi program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1	1	.8	.8	.8
Distribusi	2	29	23.6	23.6	24.4
	3	37	30.1	30.1	54.5
	4	49	39.8	39.8	94.3
	5	7	5.7	5.7	100.0
Total		123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 49 mahasiswa yang menjawab menonton televisi untuk program pendidikan.

**Tabel 21 : Distribusi frekuensi menonton *youtube* program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	11	8.9	8.9	9.8
3	46	37.4	37.4	47.2
4	54	43.9	43.9	91.1
5	11	8.9	8.9	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI juga menjawab lebih dominan menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 54 mahasiswa yang menjawab menonton *youtube* untuk program pendidikan.

f) Menonton untuk program hiburan

**Tabel 22 : Distribusi frekuensi nonton televisi program hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	14	11.4	11.4	13.8
3	57	12.2	12.2	26.0
4	15	61.8	61.8	87.8
5	23	12.2	12.2	100.0
Total		100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab ragu-ragu atas pernyataan tersebut sebanyak 76 mahasiswa yang menjawab menonton televisi untuk program hiburan.

**Tabel 23 : Distribusi frekuensi nonton *youtube* program hiburan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.4	2.4	2.4
	2	6	4.9	4.9	7.3
	3	24	19.5	19.5	26.8
	4	77	62.6	62.6	89.4
	5	13	10.6	100.0	100.0
	Total	123		100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI juga menjawab lebih dominan menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 77 mahasiswa yang menjawab menonton *youtube* untuk program hiburan

#### b. Durasi menonton *youtube* dan televisi

Berdasarkan hasil dari durasi menonton televisi dan *youtube* yang didapatkan maka semua indikator dipaparkan sebagai berikut:

**Tabel 24: kategorisasi dan durasi nonton televisi**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	35	28.5	28.5	28.5
	SEDANG	69	56.1	56.1	84.6
	TINGGI	19	15.4	15.4	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa durasi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 56, 1 persen dari mahasiswa yang menjawab sering dalam menonton televisi dimana populasi dari variabel di atas sebanyak 123 mahasiswa dan 69 mahasiswa yang menghabiskan waktu lama menonton televisi.

**Tabel 25: kategorisasi dan durasi nonton *youtube***

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	RENDAH	10	8.1	8.1	8.1
	SEDANG	90	73.2	73.2	81.3
	TINGGI	23	18.7	18.7	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Sedangkan durasi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa frekuensi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73,2 persen namun berdasarkan tabel frekuensi televisi hanya 50 persen saja berselisih 17 persen. Kategorisasi yang menunjukkan sedang tersebut mahasiswa yang menjawab menghabiskan banyak waktu menonton televisi maupun *youtube* sebanyak 90 mahasiswa yang lebih lama menonton *youtube* sedangkan pada durasi menonton televisi sebanyak 69 mahasiswa.

Berdasarkan tabel diatas maka durasi menonton televisi dan *youtube* setiap item pernyataan dideskripsikan sebagai berikut:

a) Menonton 1-2 jam perhari

**Tabel 26: Distribusi durasi nonton televisi 1-2 jam perhari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	14	11.4	11.4	13.8
3	576	12.2	12.2	26.0
4	15	61.8	61.8	87.8
5	23	12.2	12.2	100.0
Total		100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab ragu-ragu atas pernyataan tersebut sebanyak 76 mahasiswa yang menjawab menonton televisi untuk selama 1-2 jam.

**Tabel 27: Distribusi durasi nonton youtube 1-2 jam perhari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	20	16.3	16.3	18.7
3	27	22.0	22.0	40.7
4	64	52.0	52.0	92.7
5	9	7.3 100.0	7.3 100.0	100.0
Total	123			

Sedangkan pada durasi menonton *youtube* menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 64 mahasiswa yang menjawab menonton *youtube* untuk selama 1-2 jam.

b) Menonton 3-4 jam perhari

**Tabel 28 : Distribusi durasi nonton televisi 3-4 jam perhari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	23	18.7	18.7	18.7
2	63	51.2	51.2	69.9
3	22	17.9	17.9	87.8
4	9	7.3	7.3	95.1
5	6	4.9	4.9	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 63 mahasiswa yang menjawab tidak lama menonton televisi selama 3-4 jam perhari.

**Tabel 29 : Distribusi durasi nonton *youtube* 3-4 jam perhari**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	7	5.7	5.7	5.7
2	55	44.7	44.7	50.4
3	23	18.7	18.7	69.1
4	28	22.8	22.8	91.9
5	10	8.1	8.1	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Sedangkan pada durasi menonton *youtube* menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 28 mahasiswa yang menjawab tidak lama menonton *youtube* selama 3-4 jam perhari

c) Menonton lebih dari 4 jam perhari

**Tabel 30 : Distribusi durasi nonton televisi lebih dari 4 jam perhari**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	23	18.7	18.7	18.7
	2	69	56.1	56.1	74.8
	3	15	12.2	12.2	87.0
	4	11	8.9	8.9	95.9
	5	5	4.1	4.1	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI menjawab lebih dominan menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 69 mahasiswa yang menjawab tidak menonton televisi selama lebih 4 jam perhari.

**Tabel 31: Distribusi durasi nonton youtube lebih dari 4 jam perhari**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	16	13.0	13.0	13.0
	2	55	44.7	44.7	57.7
	3	23	18.7	18.7	76.4
	4	23	18.7	18.7	95.1
	5	6	4.9	4.9	100.0
	Total	123	100.0	100.0	

Durasi menonton *youtube* juga menunjukkan hal yang sama bahwa mahasiswa KPI menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 55 mahasiswa yang menjawab tidak setuju menonton *youtube* untuk selama lebih 4 jam perhari.

d) Waktu menonton lebih dominan program pendidikan

**Tabel 32: Distribusi durasi nonton televisi dominan program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1	2	1.6	1.6	1.6
	2	23	18.7	18.7	20.3
	3	47	38.2	38.2	58.5
	4	43	35.0	35.0	93.5
	5	8 123	6.5	6.5	100.0
Total			100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab ragu-ragu atas pernyataan tersebut sebanyak 47 mahasiswa yang menjawab ragu-ragu menonton televisi untuk mengakses program pendidikan.

**Tabel 33: Distribusi durasi nonton *youtube* dominan program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	2	1.6	1.6
	2	11	8.9	10.6
	3	37	30.1	40.7
	4	62	50.4	91.1
	5	11	8.9 100.0	100.0
Total	123		8.9 100.0	

Durasi menonton *youtube* juga menunjukkan hal yang sama bahwa mahasiswa KPI menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 62 mahasiswa yang menjawab setuju menonton *youtube* lebih banyak mengakses program pendidikan.

e) Waktu menonton lebih dominan program hiburan

**Tabel 34: Distribusi durasi nonton televisi dominan program hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	3	2.4	2.4
	2	16	13.0	15.4
	3	24	19.5	35.0
	4	67	54.5	89.4
	5	13	10.6 100.0	100.0
Total	123		100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 67 mahasiswa yang menjawab menonton televisi lebih banyak mengakses program hiburan

**Tabel 35: Distribusi durasi nonton *youtube* dominan program hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	9	7.3	7.3	9.8
3	23	18.7	18.7	28.5
4	68	55.3	55.3	83.7
5	20	16.3	16.3	100.0
Total	123		100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI juga lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 68 mahasiswa yang menjawab menonton *youtube* lebih banyak mengakses program hiburan.

f) Gelisah jika tak menonton dengan durasi lama

**Tabel 36: Distribusi durasi nonton televisi gelisah jika tidak menonton dengan durasi yang lama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	31	25.2	25.2	25.2
2	64	52.0	52.0	77.2
3	15	12.2	12.2	89.4
4	10	8.1	8.1	97.6
5	3	2.4	2.4	100.0
Total	123			

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 64 mahasiswa yang menjawab jika tidak menonton televisi di waktu yang lama tidak membuat mereka gelisah

**Tabel 37: Distribusi durasi nonton *youtube* gelisah jika tidak menonton dengan durasi yang lama**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent

Valid	1	9	7.3	7.3	7.3
	2	68	55.3	55.3	62.6
	3	21	17.1	17.1	79.7
	4	21	17.1	17.1	96.7
	5	4	3.3	3.3	100.0
Total		123	100.0	100.0	100.0

Hal yang sama juga pada durasi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI lebih banyak menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 68 mahasiswa yang menjawab jika tidak menonton *youtube* di waktu yang lama tidak membuat mereka gelisah.

g) Nonton TV untuk waktu lama tidak buat bosan

**Tabel 38: Distribusi durasi nonton televisi tidak membuat bosan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	12	9.8	9.8	9.8
	2	53	43.1	43.1	52.8
	3	28	22.8	22.8	75.6
	4	28	22.8	22.8	98.4
	5	2	1.6	1.6	100.0
Total		123	100.0	100.0	100.0

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 53 mahasiswa yang menjawab menonton di waktu yang lama membuat mereka bosan.

**Tabel 39: Distribusi durasi nonton *youtube* tidak membuat bosan**

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	5	4.1	4.1	4.1
	2	34	27.6	27.6	31.7
	3	24	19.5	19.5	51.2
	4	50	40.7	40.7	91.9
	5	10	8.1	8.1	100.0
Total		123	100.0	100.0	100.0

Sedangkan disisi yang lain durasi menonton *youtube* mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 54 mahasiswa yang menjawab menonton di waktu yang lama tidak membuat mereka bosan.

**c. Atensi menonton *youtube* dan televisi**

Berdasarkan hasil dari atensi menonton televisi dan *youtube* yang didapatkan maka semua indikator di paparkan sebagai berikut:

**Tabel 40: kategorisasi dan atensi nonton televisi**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	15	12.2	12.2	12.2
SEDANG	102	82.9	82.9	95.1
TINGGI	6	4.9	4.9	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa atensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 82,9 persen dari mahasiswa yang menjawab tidak sering dalam menonton televisi dimana populasi dari variabel di atas sebanyak 123 mahasiswa dan 102 mahasiswa yang senang menonton televisi.

**Tabel 41 : kategorisasi dan atensi nonton *youtube***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid RENDAH	14	11.4	11.4	11.4
SEDANG	91	74.0	74.0	85.4
TINGGI	18	14.6	14.6	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Sedangkan atensi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa atensi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 74,0 persen namun berdasarkan tabel atensi televisi mencapai 81 persen. Kategorisasi yang menunjukkan sedang tersebut mahasiswa yang menjawab senang atau tertarik menonton televisi dan *youtube* sebanyak 91 mahasiswa yang tertarik menonton *youtube* sedangkan pada atensi menonton televisi sebanyak 102 mahasiswa yang menjawab senang menonton televisi

Berdasarkan tabel diatas maka atensi menonton televisi dan *youtube* setiap item pernyataan dideskripsikan sebagai berikut:

a) Senang dalam menonton program pendidikan

**Tabel 42 :Distribusi atensi nonton televisi senang dalam nonton program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	6	4.9	4.9	5.7
3	17	13.8	13.8	19.5
4	86	69.9	69.9	89.4
5	13	10.6	10.6	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 86 mahasiswa yang menjawab senang dalam menonton program pendidikan di *youtube*.

**Tabel 42 :Distribusi atensi nonton *youtube* senang dalam nonton program pendidikan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	2	1.6	1.6	1.6
2	8	6.5	6.5	8.1
3	17	13.8	13.8	22.0
4	78	63.4	63.4	85.4
5	18	14.6	14.6	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Atensi menonton *youtube* juga menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 78 mahasiswa yang menjawab senang dalam menonton program pendidikan di *youtube*.

## b) Senang Menonton Tayangan Hiburan

**Tabel 43 :Distribusi atensi nonton televisi senang dalam nonton program hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	5	4.1	4.1	4.9
3	29	23.6	23.6	28.5
4	81	65.9	65.9	94.3
5	7	5.7	100.0	100.0
Total	123			

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 81 mahasiswa yang menjawab senang dalam menonton program hiburan di televisi.

**Tabel 44 :Distribusi atensi nonton youtube senang dalam nonton program hiburan**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	3	2.4	2.4	2.4
2	5	4.1	4.1	6.5
3	16	13.0	13.0	19.5
4	83	67.5	67.5	87.0
5	16	13.0	13.0	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Atensi menonton *youtube* juga menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 83 mahasiswa yang menjawab senang dalam menonton program hiburan di *youtube*.

## c) Banyak manfaat yang di dapatkan menonton

**Tabel 45 :Distribusi atensi nonton televisi, banyak manfaat menonton tv**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
--	-----------	---------	---------------	--------------------

Valid	1	2	1.6	1.6	1.6
	2	6	4.9	4.9	6.5
	3	32	26.0	26.0	32.5
	4	67	54.5	54.5	87.0
	5	16	13.0	13.0	100.0
Total		123		100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 67 mahasiswa yang menjawab banyak manfaat yang mereka dapatkan dalam menonton.

**Tabel 46 :Distribusi atensi nonton *youtube*, banyak manfaat menonton *youtube***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	4	3.3	3.3	3.3
2	5	4.1	4.1	7.3
3	14	11.4	11.4	18.7
4	75	61.0	61.0	79.7
5	25	20.3	20.3	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas juga menunjukkan hal yang sama dengan televisi bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 75 mahasiswa yang menjawab banyak manfaat yang mereka dapatkan dalam menonton *youtube*.

d) Menonton dapat menambah wawasan

**Tabel 47 :Distribusi atensi nonton televisi, menonton tv membuat wawasan bertambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	5	4.1	4.1	4.9
3	27	22.0	22.0	26.8
4	74	60.2	60.2	87.0
5	16	13.0	13.0	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 74 mahasiswa yang menjawab menonton televisi membuat wawasan mereka bertambah

**Tabel 48 :Distribusi atensi nonton youtube, menonton youtube membuat wawasan bertambah**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	4	3.3	3.3 10.6	4.1
3	13	10.6	62.6	14.6
4	77	62.6	22.8	77.2
5	28	22.8	100.0	100.0
Total	123	100.0		

Tabel di atas juga menunjukkan hal yang sama dengan televisi bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 77 mahasiswa yang menjawab menonton youtube membuat wawasan mereka bertambah.

e) Merespon aktif jika menonton

**Tabel 49 :Distribusi atensi nonton televisi, merespon aktif ketika menonton tv**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	6	4.9	4.9	4.9
2	22	17.9	17.9	22.8
3	35	28.5	28.5	51.2
4	51	41.5	41.5	92.7
5	9	7.3	7.3	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 51 mahasiswa yang menjawab mereka merespon aktif saat menonton televisi.

**Tabel 50: Distribusi atensi nonton *youtube*, merespon aktif ketika menonton *youtube***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	1	.8	.8	.8
2	23	18.7	18.7	19.5
3	36	29.3	29.3	48.8
4	47	38.2	38.2	87.0
5	16	13.0	13.0	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas juga menunjukkan hal yang sama dengan televisi bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 47 mahasiswa yang menjawab mereka merespon aktif saat menonton televisi

f) Sering lupa lingkungan jika menonton

**Tabel 51 : Distribusi atensi nonton televisi, lupa lingkungan saat menonton tv**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	10.6	10.6	10.6
2	56	45.5	45.5	56.1
3	28	22.8	22.8	78.9
4	24	19.5	19.5	98.4
5	2	1.6	1.6	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 56 mahasiswa yang menjawab mereka sering lupa lingkungan ketika menonton televisi

**Tabel 52 : Distribusi atensi nonton *youtube*, lupa lingkungan saat menonton *youtube***

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	13	10.6	10.6	10.6
2	57	46.3	46.3	56.9
3	19	15.4	15.4	72.4
4	28	22.8	22.8	95.1
5	6	4.9	4.9	100.0
Total	123	100.0	100.0	

Tabel di atas juga menunjukkan bahwa mahasiswa KPI lebih banyak menjawab tidak setuju atas pernyataan tersebut sebanyak 57 mahasiswa yang menjawab mereka sering lupa lingkungan ketika menonton *youtube*.

## **B. PEMBAHASAN**

### **1. Frekuensi menonton *youtube* dan televisi**

Frekuensi atau tingkat keseringan adalah jumlah perilaku yang ditargetkan, menonton televisi frekuensinya berbeda-beda bagi setiap individu. bisa seminggu sekali, dua minggu sekali atau satu bulan sekali tinggi rendahnya frekuensi dalam menonton dapat disebabkan oleh beberapa faktor menurut M eko isdianto dalam hendro dkk intensitas yang berarti kedalaman, yang meliputi kemampuan, konsentrasi ,keseringan serta kedalaman atau sikap seseorang pada objek tertentu.<sup>34</sup>

Berdasarkan yang telah diuraikan sebelumnya menunjukkan bahwa frekuensi menonton televisi mahasiswa KPI tergolong sedang yaitu sebesar 73,2 persen, dari 123 sampel terdapat 90 mahasiswa yang menjawab dikategori sedang. Distribusi frekuensi menonton televisi setiap hari lebih dominan menjawab jarang menonton, disisi yang lain mahasiswa lebih banyak menonton televisi di waktu senggang.

Pada penelitian sebelumnya yang diteliti oleh rizca haqqu dengan hasilnya justru berbeda yakni frekuensi responden menonton program televisi berada pada kategori menonton televisi didominasi oleh sikap rendah. yaitu 57,1 persen.<sup>35</sup> Sehingga pada frekuensi menonton televisi pada mahasiswa KPI jika dihubungkan pada penelitian terdahulu tersebut membuktikan bahwa mahasiswa KPI masih sering menonton televisi di waktu senggang untuk memenuhi kebutuhannya seperti mencari tayangan pendidikan, menonton tayangan hiburan, musik dan beragam konten yang mengedukasi lainnya, hal tersebut ditandai

---

<sup>34</sup> M. Eko Isdianto, *menonton sebagai media pembelajaran instant*, : jurnal unimed. Id <http://jurnal.unimed.ac.id>

<sup>35</sup>Rizca Haqqu Dan Firdaus Azwar Erysyad ,*Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Remaja*, 1 ,22 (2020), h. 38-44

dengan indikator distribusi menonton di waktu senggang mahasiswa lebih banyak menonton televisi serta mahasiswa yang lebih sering menonton tayangan pendidikan dan hiburan.

Kategorisasi frekuensi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa frekuensi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73,2 persen Sedangkan distribusi frekuensi menonton *Youtube* setiap hari lebih dominan menjawab jarang menonton setiap hari.

Hal di atas sejalan dengan penelitian terdahulu yakni pada penelitian Hersha Rahmawati dan Abdul Rozak dengan judul penelitian Hubungan Menonton Channel *Youtube* Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Islam Indonesia Yogyakarta Besar dimana hasil temuannya adalah 15 atau 50 persen dikategori sedang, jadi intensitas konsumsi media *youtube* remotivi di kategori sedang.<sup>36</sup> Pada penelitian yang lain pada aspek frekuensi menonton *youtube* pada channel *youtube* ustadz Adi hidayat sebanyak 27 orang sangat setuju, 24 setuju dan 14 cukup setuju hal demikian membuktikan bahwa siswa/siswi averus Jakarta selatan mengulang isi pesan dakwah tersebut. Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa tayangan *youtube* sering di akses oleh siswa/siswi tersebut.<sup>37</sup> Berkaitan dengan penelitian tersebut membuktikan bahwa *youtube* masih sering dikonsumsi oleh mahasiswa KPI sehingga media *youtube* dapat memenuhi kebutuhan mereka dalam mendapatkan informasi dan pembelajaran. Hal demikian ditunjukkan pada frekuensi menonton *youtube* yang dominan menonton di waktu senggang,

---

<sup>36</sup> Hersha Rahmawati dan Abdul Rozak, *Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Islam Indonesia Yogyakarta Besar*, jurnal cakrawala (2020) h.107

<sup>37</sup> Shifah fauziah, *Pengaruh intensitas menonton youtube media dakwah audio dakwah ustad adi hidayat terhadap kesadaran bahaya zina pada siswa siswi smk averus Jakarta selatan*, universitas islam negeri syarif hidayatullah Jakarta, 2020

Frekuensi menonton televisi dan *Youtube* pada mahasiswa KPI juga sejalan dengan *Uses And Gratification Theory* atau teori penggunaan dan kepuasan dimana faktor kebutuhanlah yang mendasari penggunaan media terjadi, ciri seseorang, keinginan dan tanggapan tentang media, serta tingkat dalam mengakses suatu media, akan mengantarkan seseorang memutuskan mengonsumsi atau tidak isi media, karakter isi media menentukan sebagian besar dari hasil,<sup>38</sup> artinya mahasiswa dalam menonton televisi maupun *youtube* mempunyai kebutuhan akan informasi dan pendidikan serta hiburan sehingga mereka dapat menentukan media apa yang mereka tonton untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan mereka dalam suatu tayangan yang ditayangkan di media

## **2. Durasi menonton *youtube* dan televisi**

Dari penelitian yang diuraikan sebelumnya bahwa Tabel tersebut menunjukkan bahwa durasi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 56,1 persen dari mahasiswa yang menjawab lama dalam menonton. Waktu yang dihabiskan menonton televisi pada mahasiswa KPI 1-2 jam perhari .

Hal tersebut berarti tingkat durasi menonton televisi pada mahasiswa KPI masih dapat digolongkan bahwa mahasiswa menonton televisi di waktu yang cukup karena berada di rata-rata rendah ke sedang, mereka tidak terlalu lama menonton dan juga tidak terlalu sedikit, dan waktu yang mereka habiskan 1-2 jam setiap hari.

Hal tersebut sama yang diteliti oleh Rizca Haqqu dengan hasil yang didapatkan bahwa durasi responden menonton tv dominan di kategori sedang, jadi responden berada pada kategori cukup karena prosentasi terbanyak berada pada kategori sedang dan tinggi yakni 37 orang yang menjawab lama menonton

---

<sup>38</sup>Muchlisin Riadi, teori penggunaan dan pemenuhan (uses and gratification theory), 2016, [http://www.kajianpustaka.com/2016/08/teori-penggunaan -dan-pemenuhan-kepuasan-html](http://www.kajianpustaka.com/2016/08/teori-penggunaan-dan-pemenuhan-kepuasan-html) di akses pada 12 agustus

atau 44,0 persen.<sup>39</sup> Durasi menonton televisi yang berada pada kategori sedang atau bisa dikatakan bahwa mahasiswa masih menonton televisi di waktu yang cukup lama, itu artinya mahasiswa menonton televisi di waktu yang lama karena media televisi memberikan kepuasan atas tayangan hiburan yang disajikan I media televisi, hal tersebut ditunjukkan pada distribusi durasi menonton televisi mahasiswa KPI lebih dominan lama dalam menonton tayangan hiburan.

Durasi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa durasi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang ke tinggi yakni mencapai 73,2 persen. Jumlah yang dihabiskan oleh mahasiswa KPI dalam menonton *youtube* berada pada rata-rata 1 sampai 2 jam perhari Hal di atas menunjukkan bahwa mahasiswa masih menonton *youtube* dalam waktu yang cukup lama

Pada penelitian Muhammad Yusuf AR dan Syarmila Syam dengan judul konten video *youtube*: pengaruh dan peminatannya pada mahasiswa ilmu komunikasi di kota Makassar pada hasil penelitiannya sejalan dengan penelitian di di atas yakni durasi menonton *youtube*, berdasarkan hal tersebut durasi mengakses yang paling tinggi berada pada 3-4 jam sehari. dengan demikian durasi mengakses pada mahasiswa tersebut cukup lama.<sup>40</sup> Pada penelitian mahasiswa KPI jika dibandingkan dengan penelitian sebelumnya bahwa penelitian tersebut sama-sama dikategori sedang, artinya penggunaan media *youtube* pada mahasiswa KPI masih dapat dikategorikan bahwa informasi yang didapatkan melalui media *youtube* dapat memenuhi kebutuhan dan kepuasan terhadap suatu tayangan yang mereka inginkan yakni kebutuhan akan pendidikan dan hiburan sehingga durasi menonton televisi mereka cukup lama, hal demikian ditandai pada indikator mahasiswa menghabiskan waktunya untuk menonton konten pendidikan dan hiburan.

---

<sup>39</sup>Rizca Haqqu Dan Firdaus Azwar Ersyad, *Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Remaja*, 1, 22 (2020), h. 38-44

<sup>40</sup> Muhammad Yusuf AR and Syarmila Syam, *konten video youtube dan pengaruh perkembangannya bagi ilmu komunikasi dikota Makassar*, Al-munzir 15.1(2022), h. 42

Hal di atas dipengaruhi oleh suatu pengetahuan, sikap dan perilaku seseorang, yakni perubahan dan penguatan atas keyakinan itu karena adanya penerimaan pesan, seseorang akan berubah atau tidak berubah itu bergantung kepada apa yang mereka dapatkan dan menurut *Uses and gratification theory* atau teori menggunakan dan kepuasan yang dikemukakan oleh Blumer dan Katz teori ini mengaggap khayak tidak hanya memiliki satu kesempatan untuk menggunakan media, tetapi masyarakat memiliki banyak kesempatan untuk menggunakan media, dalam Nurudin menegaskan teori ini konsumen bebas memilih bagaimana (pada media apa) mereka mengonsumsi media serta bagaimana pengaruhnya bagi mereka .<sup>41</sup>

Sejalan dengan hal tersebut bahwa pengetahuan, tingkah laku dan perubahan dalam mengonsumsi suatu media mahasiswa KPI itu terjadi karena mereka yang memutuskan menonton atau tidak menonton, lama atau tidak lama itu tergantung dari isi pesan yang diterima pada media itu sendiri jika pesan yang didapatkan dari media itu baik menurut dirinya pribadi maka itu dapat berpengaruh juga pada tingkat lama menonton *youtube* dan televisi pada mahasiswa KPI, tingkat kategori sedang mahasiswa KPI dalam menonton *youtube* dan televisi menjadi tanda bahwa media dalam memberikan kepuasan bagi penggunanya belum bisa menarik khalayak secara berlebihan atau masih dalam batas yang wajar atau belum candu media.

### **3. Atensi menonton *youtube* dan televisi**

Ketertarikan atau perhatian terhadap suatu tayangan menurut yang dikemukakan oleh Asjen dalam Setiawan bahwa atensi merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu, tersitanya perhatian,waktu, energi untuk menonton suatu acara.<sup>42</sup> Sedangkan menurut nuraini dalam Maura yola devarani bahwa suatu minat akan muncul ketika seseorang suka sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya, sesuatu yang menarik tersebut memiliki arti bagi individu tersebut.

---

<sup>41</sup> Muhammad yusuf AR and Syarmila Syam, *konten video youtube dan pengaruh perkembangannya bagi ilmu komunikasi dikota Makassar*, Al-munzir 15.1(2022), h.47

<sup>42</sup> Maura yola devarani, *hubungan intensitas menonton drama korea romantic dengan kecenderungan Cinderella complex dikalangan penggemar: universitas computer indonesia* (2020) h. 9

Minat berkaitan erat dengan kepribadian dan selalu mencakup unsur efektif, pengetahuan dan kehendak.<sup>43</sup>

Dari hasil penelitian sebelumnya memperlihatkan bahwa mahasiswa KPI tertarik dalam menonton televisi. Atensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 82,9 persen dari mahasiswa yang senang dalam menonton televisi, Itu artinya bahwa tingkat ketertarikan menonton pada mahasiswa KPI masih tinggi karena hampir semua responden menjawab senang atau tertarik menonton televisi.

Ketertarikan atau kesenangan pada tayangan televisi juga terjadi pada penelitian Humaizi Dkk dengan judul *Motif Menonton Variety Show Running Man dan Kebutuhan Penonton* hasil penelitiannya menjelaskan motif responden menonton variety show *Running man* berdasarkan teori *Uses And Gratification* responden menonton televisi memiliki motif tertentu, motif tersebut memiliki integrasi/interaksi sosial/ identitas pribadi, pengetahuan dan hiburan. Motif integrasi atau intraksi sosial ini dapat dilihat dari mayoritas responden menonton tayangan *Variety Show Running Man* sendirian, hanya sedikit yang menonton tayangan ini bersama keluarga walaupun motif identitas personal dilihat dari responden memberikan perhatian penuh saat menonton tayangan *Variety Show dan Running Man* meskipun ada juga yang perhatiannya teralihkan kepada bintang tamu saat menonton, ini menunjukkan bahwa perhatian responden teralihkan sepenuhnya.<sup>44</sup>

Jika penelitian sebelumnya dihubungkan dapat diartikan bahwa dari kedua penelitian tersebut sama-sama tertarik terhadap tayangan televisi karena adanya motif, kebutuhan dan ketertarikan bagi seorang individu, artinya mahasiswa KPI tertarik menonton televisi karena banyak manfaat yang mereka dapatkan dan

---

<sup>43</sup> Maura yola devarani, *hubungan intensitas menonton drama korea romantic dengan kecenderungan Cinderella complex dikalangan penggemarnya: universitas computer indonesia* (2020) h. 38

<sup>44</sup> Nanda riva junita Muhammad dkk, *Motif Menonton Variety Show Running Dan Pemenuhan Kebutuhan Penonton*, jurnal sosial dan teknologi, 1(2021) h.1541-1542

juga dapat menambah wawasan mahasiswa KPI terhadap tayangan informasi, pendidikan dan hiburan sehingga kategori menonton televisi cukup tinggi, hal demikian ditandai dengan mahasiswa KPI lebih banyak menjawab senang dalam menonton media pendidikan, hiburan, di media televisi.

Sedangkan atensi menonton *youtube* hampir sama dengan televisi juga menunjukkan bahwa atensi menonton *youtube* pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 74,0 persen. Pada penelitian Andre Inrawan dkk juga sejalan dengan penelitian di atas dengan judul pengaruh terpaan tayangan youtube ruang guru dalam meningkatkan aktifitas belajar siswa, dimana hasil menelitiannya menjelaskan bahwa indikator perhatian dari 113 responden pelajar SMP Kamandaka Bogor, memperoleh rata-rata 4,12 yaitu terlihat nilai rata-rata baik. Hal ini membuktikan bahwa beberapa pelajar SMP kamandaka menggunakan youtube untuk mendapatkan pengetahuan dan hal-hal baru.<sup>45</sup>

Hal ini juga sesuai dengan *Uses And Gratification Theory* yang menitikberatkan pada khalayak sebagai konsumen media, dan bukan pada pesan yang di sampaikan, khalayak mengetahui kebutuhannya dan tanggung jawabnya untuk memilih media yang sesuai dengan kebutuhannya.<sup>46</sup> Menurut nurudin pada teori *Uses And Gratification*, konsumen media bebas untuk memilih bagaimana (dengan media apa) mereka menggunakannya dan bagaimana pengaruhnya terhadap mereka. Kriyanto mengungkapkan bahwa motif konsumsi media yang penting adalah keyakinan seseorang tentang apa yang diberikan kepada media dan penilaian sendiri terhadap media.<sup>47</sup> Jika dilihat pada teori dan realitas bahwa didalam menonton televisi maupun *youtube* mahasiswa memiliki motif dan kepuasan tertentu untuk dalam menonton sehingga minat mahasiswa dalam menonton dan menikmati suatu tayangan mereka bebas memilih media yang

---

<sup>45</sup> Andre inrawan dkk, *pengaruh terpaan tayangan youtube ruang guru dalam meningkatkan aktifitas belajar siswa*, jurnal penelitian ilmu sosial dan komunikasi no1 vol 6 (2022), h. 41

<sup>46</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Hingga Individu Massa*, (Jakarta: kencana, 2013), h. 508-509

<sup>47</sup> Morissan, *Teori Komunikasi Hingga Individu Massa*, (Jakarta: kencana, 2013), h. 508-509

diinginkanya sehingga mahasiswa KPI dalam menonton suatu tayangan karena ada kemauan dirinya sendiri. Mahasiswa minat menonton televisi dan *youtube* karena dapat menambah wawasan, kreatifitas dan ide baru banyak konten dan tayangan yang dijadikan referensi karena beragamnya konten informasi, lebih variatif, edukatif, dan menghibur.

Berdasarkan teori tersebut jika dihubungkan dengan penelitian bahwa menonton televisi dan *youtube* dapat membentuk karakter dan perilaku pada mahasiswa KPI dalam menonton televisi atau *youtube* karena keberadaan media membentuknya untuk berfikir dan berperilaku terhadap kehidupan sehari-hari. Dari teori *Uses And Gratification* dengan hasil bahwa intensitas menonton dari tiga indikator yakni frekuensi, durasi dan atensi fokus pada tayangan tv dan *youtube* bisa meningkatkan pemahaman, kreativitas dan ide baru, banyak konten dan tayangan yang menjadi bahan karena beragamnya konten informasi, lebih variatif, edukatif, dan menghibur.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. KESIMPULAN**

Pada penelitian ini dihasilkan variabel dari intensitas menonton youtube dan televisi pada mahasiswa KPI memiliki tiga indikator yakni Frekuensi, Durasi, dan Atensi dimana frekuensi menonton youtube dan televisi, frekuensi menonton televisi pada mahasiswa KPI berada pada kategorisasi sedang yakni mencapai 73,2 persen, kategori durasi menonton televisi dan youtube berada pada kategori sedang yakni durasi menonton televisi sebanyak 51,6 persen sedangkan youtube 73,2 persen, dan indikator atensi menonton televisi dan youtube pada mahasiswa KPI yakni berada pada kategori sedang yakni dengan kategori televisi sebanyak 82,9 persen dan kategorisasi menonton youtube 74,0 persen.

Hal demikian menunjukkan bahwa mahasiswa KPI sering menonton televisi youtube di waktu senggang, waktu yang dihabiskan menonton tv dan youtube selama 1-2 jam perhari, dan mereka suka atau tertarik dalam menonton tayangan pendidikan, hiburan di televisi serta banyak manfaat yang mereka dapatkan saat menonton tayangan televisi dan youtube. Hal demikian menjadi tanda bahwa media youtube dan televisi masih dikonsumsi oleh mahasiswa KPI karena apa yang mereka inginkan masih terpenuhi di media televisi dan youtube, seperti kebutuhan akan informasi, edukasi, hiburan dan hal-hal lain yang dapat menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa KPI

## **B. SARAN**

Saran dalam penelitian ini adalah untuk Mahasiswa KPI agar lebih bijak menggunakan media televisi dan youtube dan gunakanlah media untuk hal –hal yang positif. Saran untuk media agar menayangkan program-program yang bermanfaat untuk masyarakat karena apa yang disajikan di media dapat mengubah perilaku pada khalayak

Peneliti berharap agar media televisi dan youtube meningkatkan kualitas dan konten yang disajikan Karena Melihat kondisi pengguna media saat ini, maka diperlukan suatu chanel untuk memudahkan suatu pengguna media untuk mencari informasi tentang pendidikan yang lebih spesifik lagi agar mahasiswa dalam membuka media televisi dan youtube tidak hanya mencari atau menonton program yang tidak berfaedah seperti halnya media televisi saat ini, di media televisi sekarang ini belum ada chanel yang langsung membahas channel pendidikan walaupun ada namun hal demikian belum ditonjolkan secara detail sebagai contoh nya media dapat menyajikan sebuah tayangan khusus pendidikan dan mengikis tayangan seperti akun gosip sedikit demi sedikit itu akan berpengaruh terhadap perilaku khalayak, karena tayangan yang ditayangkan di media bergantung pada media itu sendiri. Jika media televisi maupun youtube menayangkan tayangan pendidikan tak ada pilihan lain khalayak pun akan mengikuti apa yang ditayangkan ditelevisi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agung widhi kurniawan dan zarah puspitanigtyas , *Metode penelitian kuantitatif*  
Yogyakarta: pandiva buku, 2016
- Annur, mutiara Cinddy , *survey: mayoritas penonton tv suka sinetron tv dan  
acara olahraga*  
(2022),[http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/26/survey-  
mayoritas-penonton-tv-suka-sinetron-dan-acara-olahraga](http://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/04/26/survey-mayoritas-penonton-tv-suka-sinetron-dan-acara-olahraga) diakses pada  
24 mei 2022
- Anugrah ayu sendari, *peran dan fungsi media massa yang penting bagi khalayak,  
liputan 6 (2020)* , [https://liputan6.com/hot/read/4069784/peran-dan-fungsi-  
media-massa-yang-penting-bagi-khalayak](https://liputan6.com/hot/read/4069784/peran-dan-fungsi-media-massa-yang-penting-bagi-khalayak), diakses pada 31
- AR, yusuf Muhammad and Syam, Syarmila, *konten video youtube dan pengaruh  
perkembangannya bagi ilmu komunikasi dikota Makassar*, Al-munzir  
15.12022
- Ayuwuragil, Kustin ayuwuragil, *penonton youtube saingi jumlah netizen yang  
tonton tv* ,(JAKARTA: SNN INDONESIA )  
[http://www.cnnindonesia.com/teknologi/2018/0509180435-185-  
297003/penonton-youtube-saingi-jumlah-netizen-yang-tonton-televisi](http://www.cnnindonesia.com/teknologi/2018/0509180435-185-297003/penonton-youtube-saingi-jumlah-netizen-yang-tonton-televisi)
- Bodi , Muh idam Khalid Muh, , *Terjemahan Alquran Dalam Bahasa Mandar*,  
kabupaten majene:yayasan menara ilmu , 2003
- Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*,(Jakarta:Raja Grafindo Persada. 2006)
- Devarani, yola Maura *hubungan intensitas menonton drama korea romantic  
dengan kecenderungan Cinderella complex dikalangan penggemarnya:*  
universitas computer indonesia 2020
- Fauziah, Shifah *Pengaruh intensitas menonton youtube media dakwah audio  
dakwah ustad adi hidayat terhadap kesadaran bahaya zina pada siswa  
siswi smk averus Jakarta selatan* , universitas islam negeri syarif  
hidayatullah Jakarta, 2020
- Hanana, Alna, Anindya, Annisa, and Novi Elian, ‘Transformasi Media Youtube  
Dan Televisi (Analisis Fungsi Dan Konsumsi Media Youtube Dan Televisi  
Di Kota Padang’, *Jurnal Rana Komunikasi*, 4.2 2020

- Haqqu, Rizca Dan Ersyad, Azwar Firdaus, Eksistensi Media Televisi Di Era Digital Remaja*, 1, 22 2020
- Hidajanto, Jamal And Fachruddin, Andi, Dasar-Dasar Penyiaran Sejarah, Organisasi, Operasional Dan Regulasi*, Ke-2, Jakarta: Kencana, 2017
- Hidayati, Arini, Televisi dan Perkembangan Sosial Anak*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1998
- [http://microdataindonesia.co.id/news/read/299/pengertian -Youtube-fitur manfaat-dan-kelebihan-dan-kekurangan](http://microdataindonesia.co.id/news/read/299/pengertian-Youtube-fitur-manfaat-dan-kelebihan-dan-kekurangan) di akses pada 27 maret 2022
- [http://www.KPI.go.id.regulasi](http://www.KPI.go.id/regulasi)
- Indri, Damayana, end Juliaster, Marbun , Tips Dan Trik Membimbing Olimpiade Dan Riset Perguruan Tinggi*, Guespedia 2021
- Inrawan, Andre dkk, pengaruh terpaan tayangan youtube ruang guru dalam meningkatkan aktifitas belajar siswa*, jurnal penelitian ilmu sosial dan komunikasi no1 vol 6 2022
- Isdianto, Eko M menonton sebagai media pembelajaran instant*, : jurnal unimed. Id <http://jurnal.unimed.ac.id>
- Kurniawan, widhi Agung, dan zarah puspitanigtyas , Metode penelitian kuantitatif* Yogyakarta: pandiva buku, 2016
- Latief, Rusman and Utud, Yustiatie, Siaran Televisi Non Drama Kreatif, Produktif, dan Iklan*, Jakarta: Kencana, 2017
- Morissan , Teori Komunikasi Hingga Individu Massa*, Jakarta: kencana, 2013
- Morissan, Manajemen Media Penyiaran Strategi Mengelola Radio Dan Televisi*, Ed.Revisi, Jakarta: Prenada Media Grub, 2018
- Muhammad , riva junita Nanda dkk, Motif Menonton Variety Show Running Dan Pemenuhan Kebutuhan Penonton*, jurnal sosial dan teknologi, 1 2021
- Ngabidin, Minhajul dkk, Mekar Berseri Dimasa Pandemi Kumpulan Practices Inovasi Pembelajaran Pada Sekolah Model Dimasa Pandemi Covid 19*, yogyakarta:deepublish, 2021
- Pahlevi, “apa itu Youtube? Pengertian, karakteristik dan manfaat”* <http://www.pahlevi.net/apa-itu-Youtube/amp/> , di akses pada 27 maret 2022

- Pebrianto, Fajar, *Hary tonoe soal penurunan distribusi iklan tv hingga bagi hasil dengan youtube(2021)*, <http://bisnis.tempo.co/read/1431098/harie-tanoe-soal-penurunan-distribusi-iklan-tv-hingga-bagi-hasil-dengan-youtube/fullandfiew=ok>
- Prakoso, Agung Dwi Ardan, *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*, Malang: Intrans Publising Grub, 2020
- Rahmawati, Hersha dan Rozak, *Abdul Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi Terhadap Pemahaman Literasi Media Pada Kader Islam Indonesia Yogyakarta Besar*, jurnal cakrawala 2020
- Riadi, Muchlisin, *teori penggunaan dan pemenuhan ( uses and gratication theory)*, 2016, <http://www.kajianpustaka.com/2016/08/teori-penggunaan-dan-pemenuhan-kepuasan-html> di akses pada 12 agustus
- Riyanto, dwi Andi, *Hootsuite(We Are Social):Indonesia Digital Report 2022 (2022)*, <http://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digitalreport-2022/>, diakses pada 24 mei 2022.
- Situmeang, Vicenovie Oisina Ilona, *Media Convensional Dan Media Online* Graha Ilmu: Yogyakarta 2020
- SK, Pramuji S, *SURVEY LSF 2021, Sinetron Masih Jadi Konten Televisi Paling Banyak di tonton*,[http://suarakarya.co.id/survey-lsf-2021-sinetron -masih-jadi-kontem-televisi-paling-banyak-ditonton/38193/](http://suarakarya.co.id/survey-lsf-2021-sinetron-masih-jadi-kontem-televisi-paling-banyak-ditonton/38193/) , di akses pada 14 agustus 2022
- Sutiah , *pengembangan pembelajaran pai sidoarjo:nizimia learning center*, 2016
- Tupani, Dwi, *Nielsen :covid-19 tingkatan jumlah penonton televisi .(2020)*, <http://mediaindonesia.com/humaniora/298392//nieles-covid-19-tingkatan-jumlah-penonton-televisi> diakses pada 24 mei 2022
- Wijaya, k. Brialiano, *Broadcasting*, Jakarta: gramedia pustaka utama, 2016
- Yasir, *Pengantar Ilmu Komunikasi Sebuah Pendekatan Dan Komprehensif*, Deepublish 2020

LAMPIRAN-LAMPIRAN

		Jawaban Anda				
		SS	S	RR	TS	STS
	<b>Frekuensi Menonton Televisi</b>					
1	Saya menonton televisi setiap hari					
2	Hampir setiap waktu saya habiskan menonton					
3	Saya menonton televisi saat waktu senggang saja					
4	Jika tidak menonton televisi saat senggang, saya					
5	Setiap menonton televisi saya mengakses					
6	Setiap menonton televisi saya mengakses					
	<b>Durasi Menonton Televisi</b>					
7	Setiap kali nonton, saya menghabiskan waktu					
	Setiap kali nonton, saya menghabiskan waktu					
	Setiap kali nonton, saya menghabiskan lebih dari					
8	Mayoritas waktu menonton saya gunakan untuk					
9	Mayoritas waktu menonton saya gunakan untuk					
10	Saya gelisah jika tidak menonton TV dengan					
11	Menonton televisi untuk waktu yang lama tidak					
	<b>Atensi Menonton Televisi</b>					
12	Saya senang menonton program hiburan di					
13	Saya senang menonton program pendidikan di					
14	Banyak manfaat yang saya dapatkan dengan					
15	Menonton televisi membuat wawasan saya					
16	Setiap menonton televisi, saya akan memberikan					

17	Saya sering lupa lingkungan sekitar ketika					
----	--	--	--	--	--	--

Deskripsi data

	Frekuensi tv	Durasi tv	Atensi tv	Frekuensi <i>youtube</i>	Durasi <i>youtube</i>	Atensi <i>youtube</i>
N Valid	123	123	123	123	123	123
Missing	0	0	0	0	0	0
Mean	17.46	19.80	20.93	19.86	21.93	21.71
Median	17.00	19.00	21.00	19.00	22.00	22.00
Mode	18	20	21	18	22	22
Std.deviation	3.403	4.432	3.143	3.540	4.864	3.836
Variance	11.579	19.639	9.881	12.530	23.659	14.717
Range	24	28	22	19	28	22
Minimum	6	7	8	11	7	8
Maximum	30	35	30	30	35	30
Sum	2148	2435	2575	2443	2697	2670

Cap waktu	Nama	Semester	Saya menonton tv setiap hari	Saya menonton televisi waktu senggang saja	Hampir setiap waktu saya habiskan untuk menonton tv	Jika tidak menonton televisi saat waktu senggang, saya akan gelaah	Setiap menonton televisi saya mengaktifkan program pendidikan	Setiap menonton televisi saya mengaktifkan program hiburan	Setiap kali menonton, saya menghabiskan waktu antara 1-2 jam	Setiap kali menonton, saya menghabiskan waktu antara 3-4 jam	Setiap kali menonton, saya menghabiskan waktu antara lebih dari 4 jam	Mayoritas waktu menonton saya gunakan untuk program pendidikan	Mayoritas waktu menonton saya gunakan untuk program hiburan	Saya gelisah jika tidak menonton televisi waktu senggang	Menonton televisi untuk waktu yang lama tidak membuat saya bosan	Saya senang menonton program hiburan di televisi	Saya senang menonton program pendidikan di televisi	Banyak manfaat yang saya dapatkan untuk menonton televisi	Menonton televisi membuat wawasannya bertambah	Setiap menonton televisi saya akan menemukannya	Saya sering lupa setelah menonton televisi	TOTAL	
202200615 9 07 3	Amniya Syarifuddin	6	2	4	2	2	4	4	4	2	2	3	4	2	2	4	4	4	4	4	2	59	
202200615 9 10 5	Nuhajma y	6 (enam)	2	3	2	2	3	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	50	
202200615 9 11 4	Muh. Qasbi	6	3	5	4	2	3	3	3	3	3	4	4	3	2	5	4	4	4	4	3	66	
202200615 9 11 5	Afandi	Semester 6	2	3	1	2	2	4	4	1	1	3	3	2	3	4	4	3	4	3	3	52	
202200615 9 12 0	Muryidah Anni V1 (enam)	1	4	1	1	2	4	4	1	1	2	4	1	2	4	4	4	4	4	4	1	49	
202200615 9 12 0	DAPMANASARI	6	2	4	2	2	3	2	2	3	3	4	2	3	2	4	4	5	4	4	2	57	
202200615 9 13 2	Chaeulab	6	2	5	2	3	2	4	4	2	3	4	2	4	4	4	4	5	5	3	3	65	
202200615 9 13 2	Muh.Abdul Annudd Enam (enam)	6	1	1	1	2	4	4	4	1	2	5	3	1	2	4	4	4	5	4	3	55	
202200615 9 14 1	Alrahrah Nugamah	6	1	5	1	1	3	4	4	1	1	4	4	1	1	4	4	4	4	4	1	49	
202200615 9 14 2	Ikbal Idris	6	3	4	2	3	5	5	5	1	2	5	5	3	4	5	5	4	5	4	3	73	
202200615 9 15 0	Suandi	VI	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	3	4	4	4	4	4	4	4	2	52	
202200615 9 15 0	Nurmadiah	6	1	5	1	1	4	4	4	1	3	3	3	1	1	4	4	4	4	1	1	50	
202200615 9 16 2	Abd. Paan	Enam (6)	3	5	2	2	3	4	4	3	2	3	4	2	2	4	3	4	4	2	3	59	
202200615 9 17 0	HAMDI	6	2	4	1	2	4	3	3	2	1	4	3	1	2	3	4	4	5	3	2	53	
202200615 9 17 1	Fitriyanti	6	3	4	2	4	2	4	4	2	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	2	61	
202200615 9 17 3	Anlian	VI (Enam)	2	4	2	2	3	4	4	2	2	3	4	2	3	4	4	4	4	3	2	58	
202200615 9 17 4	Nurkhamah	6	4	4	2	2	4	4	4	2	3	4	2	3	4	4	4	4	5	4	2	63	
202200615 9 17 5	Muhammadzid	6	4	4	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	64	
202200615 9 18 4	Rizka Wahyuni N	6	2	4	2	4	4	4	4	2	2	4	5	2	2	4	4	4	4	3	2	62	
202200615 9 21 5	HASNAWATI	6	2	4	2	2	4	2	2	2	2	4	2	2	2	2	4	3	3	3	2	49	
202200615 9 35 9	Anwar wahab	6	1	5	1	4	5	5	5	1	1	5	5	4	1	5	5	5	5	1	1	65	
202200615 9 36 5	Muhammad Riadu	6	2	2	2	2	3	4	4	2	2	3	4	2	2	4	3	3	3	2	2	51	
202200615 9 37 0	Nur Fauz	6	4	4	2	3	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	3	61	
202200615 9 37 0	MUHAM. ALDI RUYH,Enam	6	2	5	2	2	3	3	3	2	2	4	2	2	2	4	4	4	4	2	55		
202200615 9 37 1	Ryan Wahyudi	6	4	4	4	2	4	4	4	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	5	4	65	
202200615 9 37 1	Fahriul Umam	6	3	4	2	2	3	5	5	2	2	3	4	2	3	4	4	4	4	3	2	61	
202200615 9 37 1	Fahriul Umam	Semester 6	4	4	2	1	4	4	4	2	1	4	4	2	4	4	4	4	4	4	2	69	
202200615 9 38 2	Nursalinda	5	2	4	2	2	2	3	3	1	1	2	3	1	2	4	4	4	4	2	2	48	
202200615 9 38 2	Arifuddin	6	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	3	2	44	
202200615 9 38 3	Anrullah Arlin	Semester 6	3	5	2	2	3	2	2	3	2	3	2	2	2	4	3	3	3	3	3	53	
202200615 9 38 3	Sanyuz	6	2	4	2	2	4	4	4	2	2	4	5	2	4	4	4	4	4	2	2	60	
202200615 9 38 4	M. Syarif Al-Dud	6	4	5	2	2	4	4	4	2	2	4	2	2	2	5	4	4	5	4	2	62	
202200615 9 38 5	Nasrahati	6	2	2	1	2	2	4	4	2	2	3	4	1	3	4	4	4	5	5	3	57	
202200615 9 38 5	Zulkhar	6	3	3	2	2	4	3	3	2	2	4	2	4	2	3	4	4	4	3	3	57	
202200615 9 39 1	Rahmayanti Ralmi VI	6	2	3	1	1	2	5	5	1	1	2	5	1	1	5	3	2	3	2	2	48	
202200615 9 39 2	Diana Dwyanti	6	1	1	1	4	2	2	2	2	2	4	2	1	2	1	2	4	4	4	5	2	44
202200615 9 40 3	Nuranaes	(Enam)	2	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	4	4	62	
202200615 9 40 4	Muslim	6	3	4	3	2	2	4	4	3	2	2	4	3	2	4	3	4	3	2	3	57	
202200615 9 42 3	Muh. Fakrul Nur	6	5	4	2	2	4	5	5	1	1	4	5	1	3	5	4	5	5	5	1	67	
202200615 9 44 0	Abdul Aziz	6	2	4	2	2	4	4	4	2	4	4	2	4	2	4	4	4	4	4	4	60	
202200615 9 47 3	Yuni kalsum	6	2	4	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	46	
202200615 9 49 0	Sinta purnama sar	6	2	4	2	2	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	2	3	51	
202200615 9 49 3	Muhamad	6	1	4	1	1	2	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	1	1	25	
202200615 9 50 0	Thaha Marlin	6	2	2	1	3	4	4	4	2	2	4	2	3	2	3	3	3	3	2	1	41	
202200615 9 52 1	Muh. Saleh	VI	4	4	3	2	4	4	4	2	2	4	4	3	4	4	4	4	4	4	2	65	
202200615 9 52 3	Nuranaes Hasmie	6	4	4	2	3	4	4	4	2	2	3	4	3	4	4	4	5	5	4	4	67	
202200615 9 52 3	Alm. Oktaviani	Semester 6	2	5	2	2	2	2	2	1	2	4	4	2	2	4	2	4	4	2	4	52	
202200615 9 53 3	Nuzula	6	4	4	2	4	4	4	4	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	4	3	64	
202200615 10 1 2	Ardevi	2 (dua)	2	4	1	1	4	4	4	2	1	4	4	1	2	4	4	4	4	4	2	57	
202200615 10 12 1	Nurul Afifah Syafr	2	4	4	2	2	4	4	2	2	2	4	4	2	4	4	4	4	4	3	4	56	
202200615 10 12 1	Nur Aida Fauzi	2	2	4	2	1	3	4	4	3	3	4	4	1	3	3	3	3	3	3	1	51	
202200615 10 12 1	Muhammad Yassir	2	2	4	2	1	4	4	4	2	2	4	4	2	2	4	4	4	4	2	2	55	
202200615 10 13 1	Charmah Syafrud	2	2	4	2	1	3	4	4	3	3	3	4	2	3	4	4	4	3	3	4	59	
202200615 10 13 1	Badar	Semester 2	4	4	2	2	3	4	4	1	1	4	4	1	1	4	3	3	3	3	3	55	
202200615 10 13 1	Fani Vionita G	2	2	4	1	1	2	4	4	2	2	3	3	1	2	4	4	4	3	4	4	52	
202200615 10 13 1	Muhammad Rizki az	2	3	4	2	2	4	5	5	2	2	4	5	2	4	4	4	4	4	4	4	65	
202200615 10 13 1	Sabrina	2	1	5	1	1	4	4	4	1	1	2	4	1	5	5	4	4	4	2	1	54	
202200615 10 15 1	Muh. Bahri S	2	3	5	2	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	73	
202200615 10 15 1	Fitriyanti	Semester 2	2	3	2	2	3	4	4	2	2	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	51	
202200615 10 15 1	Lailis Nur	Dua	4	4	2	2	4	4	4	2	2	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	69	
202200615 10 15 1	Risna	2	2	5	2	1	4	4	4	3	2	3	4	2	3	5	4	5	4	3	4	64	
202200615 10 15 1	Mawadda	2	4	4	3	3	4	4	4	3	3	4	4	2	3	4	4	4	4	4	2	67	
202200615 10 15 1	Pithi Wislandari	2 (dua)	2	5	2	1	3	4	4	2	2	3	3	1	1	4	4	4	4	3	1	53	
202200615 10 16 1	Muhammad Saleh KPI semester 2	2	2	4	2	2	4	4	4	2	1	4	4	2	4	5	4	4	4	4	4	55	
202200615 10 17 1	Muh. Izzati Ham	2	2	4	1	1	2	2	2	2	2	2	3	1	3	4	3	4	4	4	4	50	
202200615 10 40 1	Adi syahputra	8	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	90	
202200615 12 04 1	Jumaati	8	2	4	2	1	4	5	5	3	2	3	4	1	3	4	3	5	4	2	3	60	
202200615 12 05 1	Satriani	8	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	2	2	2	2	2	1	27	
202200615 10 13 1	Ajan	2	1	1	3	4	2	3	3	5	4	4	2	4	2	4	3	4	4	2	2	46	
202200615 1 03 5	Muslim	Semester 2	2	4	3	1	4	5	5	2	3	5	5	2	4	4	4	1	1	1	2	58	
202200615 1 04 3	Sahri	II	2	5	2	2	2	4	4	2	2	2	4	2	3	4	4	3	2	4	2	55	
202200615 1 05 2	Dyan Intezharan	2	3	4	1	1	3	4	4	2	2	3	4	2	4	4	3	3	3	4	2	54	
202200615 1 05 4	Muh. Al-masruri	2	4	2	2	4	4	5	5	4	3	5	3	4	4	4	4	4	4	3	5	74	
202200615 1 06 5	Masyassan	2	2	4	2	1	3	4	4	3	3	3	4	2	3								





### **DAFTAR RIWAYAT HIDUP**

NURDIANTI adalah nama asli dari penulis skripsi ini dirinya lahir di majene 31 juli 2000, dia adalah anak pertama dari bapak Baharuddin dan ibu Masni. Penulis menempuh pendidikan dimulai dari SDN NO 51 GALUNG PAARA dan lulus pada 16 juni 2012 melanjutkan pendidikan di SMP Negeri 4 Pamboang dan lulus 10 juni 2015 dan melanjutkan ke jenjang SMK Negeri 5 Majene lulus pada 3 mei 2018 hingga akhirnya menempuh pendidikan di STAIN Majene mengambil prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam pada tahun 2018

Penulis juga aktif di dunia organisasi kampus dan luar kampus, seperti organisasi pers kampus, Forum Dakwah Islam dan organisasi diluar kampus Himpunan Mahasiswa Islam.

Dengan perjuangan yang sangat tidak mudah akhirnya penulis berhasil menyelesaikan tugas akhir skripsi ini. Semoga dengan penulisan akhir skripsi ini dapat berpengaruh positif untuk dunia pendidikan.

Akhir kata penulis mengucapkan rasa syukur yang sebesar-besarnya atas terselesaikannya skripsi yang berjudul ***Youtube dan televisi (Analisis Pola Konsumsi Youtube Dan Televisi Pada Mahasiswa KPI STAIN Majene***