

**KOMPETENSI LITERASI DIGITAL KONTEN  
KREATOR YOUTUBE  
(Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi  
Angkatan 2015 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh:  
Imada Muhammad Hammada  
NIM 14730069**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
UIN SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA  
2019**



**SURAT PERNYATAAN**

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Imada Muhammad Hammada  
NIM : 14730069  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : *Advertising*

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu perguruan tinggi, dan skripsi ini adalah karya/penelitian sendiri dan bukan plagiasi dari karya/penelitian orang lain.

Demikian surat pernyataan ini peneliti buat dengan sesungguhnya agar dapat diketahui oleh anggota dewan penguji.

Yogyakarta, 15 Mei 2019



Imada Muhammad Hammada  
NIM. 14730069



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

**NOTA DINAS PEMBIMBING**  
**UIN.02/KP 073/ PP. 09/26 /2014**

Hal : Skripsi

Kepada :  
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Di Yogyakarta

*Assalamualaikum, Wr. Wb*

Setelah memeriksa, mengarahkan, dan mengadakan perbaikan seperlunya, maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Imada Muhammad Hammada  
NIM : 14730069  
Prodi : ILMU KOMUNIKASI  
Judul :

***KOMPETENSI LITERASI DIGITAL KONTEN KREATOR YOUTUBE***  
**(Studi Deskriptif Kualitatif pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terimakasih.

*Wassalamualaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 16 Mei 2019  
Pembimbing

**Rika Lusri Virga, S.IP., M.A**  
**NIP. 19850914 201101 1 014**





## PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-248/Un.02/DSH/PP.00.9/07/2019

Tugas Akhir dengan judul : KOMPETENSI LITERASI DIGITAL KONTEN KREATOR YOUTUBE (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2015 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : IMADA MUHAMMAD HAMMADA  
Nomor Induk Mahasiswa : 14730069  
Telah diujikan pada : Rabu, 29 Mei 2019  
Nilai ujian Tugas Akhir : B+

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Rika Lusri Virga, S.IP., M.A  
NIP. 19850914 201101 2 014

Penguji I

Lukman Nusa, M.I.Kom.  
NIP. 19861221 201503 1 005

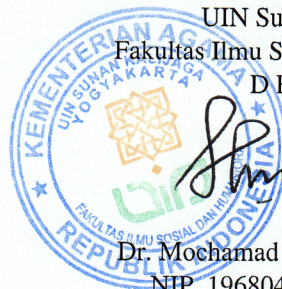
Penguji II

Yanti Dwi Astuti, S.Sos.I, M.A.  
NIP. 19840516 201503 2 001

Yogyakarta, 29 Mei 2019

UIN Sunan Kalijaga

Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora  
DEKAN



Dr. Mochamad Sodik, S.Sos., M.Si.  
NIP. 19680416 199503 1 004



## MOTTO

“Agama tanpa ilmu adalah buta, ilmu tanpa agama adalah lumpuh” –  
Albert Einstein



## HALAMAN PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللّٰهِ الرَّحْمٰنِ الرَّحِیْمِ

Dengan penuh rasa syukur kepada Allah SWT, atas berkat rahmat, nikmat, kasih sayang dan perlindungan-Nya yang tiada hentinya memberikan segala kemudahan. Salawat serta salam selalu tercurah kepada Rasulullah SAW.

Karya ini saya persembahkan untuk:

Kedua orang tua tercinta  
“Abah Mukhlas & Ibunda Khudzaifah”

Yang selalu mendoakan, mencintai dengan sepenuh hati, menasehati tanpa kenal lelah, serta senantiasa memberi tanpa pernah merasa kekurangan.

Kedua adik saya, Arina Amaly Hasna dan Naila Rahma Ulya yang selalu menjadi motivasi terbesar bagi saya dan senantiasa memberikan semangat.

Seluruh keluarga besar yang senantiasa mencurahkan kasih dan sayang serta dukungannya.

Sahabat-sahabat terbaik yang selalu mendukung, memberikan semangat dan senantiasa membantu dalam segala hal.

Almamater Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta



## KATA PENGANTAR

Puji syukur peneliti panjatkan kehadirat Allah SWT. yang telah memberikan segala nikmat yang tak terkira. Sholawat serta salam semoga selalu tercurahkan kepada junjungan Nabi agung Muhammad SAW. yang senantiasa menerangi umat di dunia dan di akhirat.

Proses dalam menyusun skripsi ini tidaklah berjalan lancar apabila tidak melibatkan bantuan, bimbingan dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan kerendahan hati dan rasa syukur yang tak terkira peneliti mengucapkan rasa terima kasih ini kepada:

1. Bapak Dr. Mochammad Sodik, S.Sos., M.S.i selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
2. Bapak Drs. Siantari Rihartono, M.Si., selaku Ketua Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Mokhammad Mahfud, S.Sos.I. M.Si., selaku Dosen Pembimbing Akademik.
4. Ibu Rika Lusri Virga, S.Ip., M.A., selaku Dosen Pembimbing Skripsi.
5. Bapak Lukman Nusa, M.I.kom, selaku penguji 1.
6. Ibu Yanti Dwi Astuti M.A., selaku penguji 2.
7. Segenap Dosen Prodi Ilmu Komunikasi.
8. Keluarga tercinta, Abah, Ibuk, Adek yang senantiasa mendoakan dan mendukung setiap kegiatan saya.
9. Fatimah Bilqis, Sofi Arinda, Laila Rahma Dewi dan Arini Nurrohmah yang mau mengajari dan membimbing saya dalam proses pembuatan skripsi saya.

10. Teman-teman mahasiswa akhir Galih, Rudy, Wahyu, Bima, Qurrota, Hanif, Wenda, Izzat, Ridho, Febby mereka yang mewarnai masa kuliah saya. dan seluruh teman-teman ikom yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

11. Teman-teman IKAMARU

12. Seluruh pihak yang telah membantu peneliti dalam proses penelitian ini.

Peneliti berdoa semoga seluruh pihak yang membantu dalam penelitian ini mendapatkan balasan dari Allah SWT dan peneliti berharap semoga skripsi ini bermanfaat bagi pembacanya. Amin.

Yogyakarta, 15 Mei 2019

Imada Muhammad Hammada  
14730069



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	i
HALAMAN PERNYATAAN.....	ii
HALAMANA NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iv
HALAMAN MOTTO .....	v
HALAMAN PERSEMBAHAN.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
ABSTRACT .....	xv
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Telaah Pustaka.....	9
F. Landasan Teori .....	13
G. Kerangka Pemikiran .....	32
H. Metode Penelitian.....	33
<b>BAB II GAMBARAN UMUM.....</b>	<b>37</b>
A. Profil Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora .....	37
B. Visi Misi dan Tujuan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora .....	38
C. Profil Singkat Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri UIN Sunan Kalijaga .....	39

D. Visi dan Misi Ilmu Komunikasi .....	41
E. Youtube .....	42
BAB III PEMBAHASAN.....	45
A. Kompetensi Mengakses Youtube Pada Konten kreator.....	48
B. Kompetensi Menyeleksi Youtube Pada Konten kreator.....	52
C. Kompetensi Memahami Youtube Pada Konten kreator.....	59
D. Kompetensi Menganalisis Youtube Pada Konten kreator.....	67
E. Kompetensi Memverifikasi Youtube Pada Konten kreator.....	74
F. Kompetensi Mengevaluasi Youtube Pada Konten kreator.....	79
G. Kompetensi Mendistribusikan Youtube Pada Konten kreator.....	84
H. Kompetensi Memproduksi Youtube Pada Konten kreator.....	89
I. Kompetensi Berpartisipasi Youtube Pada Konten kreator.....	93
J. Kompetensi Berkolaborasi Youtube Pada Konten kreator.....	97
BAB IV PENUTUP .....	102
A. Kesimpulan.....	102
B. Saran .....	103
DAFTAR PUSTAKA.....	104
LAMPIRAN .....	106
CURRICULUM VITAE .....	112



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Konten kreator Youtube prodi ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga .....	7
---	---



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.	Total Pengguna Internet di Indonesia.....	2
Gambar 2.	Data statistik pengguna media sosial di Indonesia	3
Gambar 3.	Perkembangan media sosial.....	18
Gambar 4.	Channel Youtube Informan Ajo Arif.....	46
Gambar 5.	Channel Youtube Informan Hariza Nasyid .....	47
Gambar 6.	Channel Youtube Informan Oji Mm .....	47
Gambar 7.	Aktivitas Mengakses Youtube yang dilakukan oleh Informan Arif.....	49
Gambar 8.	Informan Faisol Mengakses Youtube Melalui Handphone.....	50
Gambar 9.	Informan Sumraji Mengakses Youtube Melalui Handphone .....	51
Gambar 10.	Proses Menyeleksi Konten yang Diakses oleh Arif	53
Gambar 11.	Proses Menyeleksi Konten yang Diunggah oleh Arif	54
Gambar 12.	Proses Menyeleksi Konten Youtube yang Diakses oleh Faisol .....	55
Gambar 13.	Proses Menyeleksi Video yang Diunggah oleh Faisol .....	56
Gambar 14.	Proses Menyeleksi Video yang Diakses oleh Sumraji .....	57
Gambar 15.	Proses Menyeleksi Video yang Diunggah oleh Sumraji .....	58
Gambar 16.	Proses Memahami Video yang Diakses oleh Arif	60
Gambar 17.	Proses Memahami Video yang Diunggah oleh Arif	61
Gambar 18.	Proses Memahami Video yang Diakses oleh Faisol	62



Gambar 19. Proses Memahami Video yang Diunggah oleh Faisol .....	63
Gambar 20. Proses Memahami Video yang Diakses oleh Sumraji.....	64
Gambar 21. Proses Memahami Video yang Diunggah oleh Sumraji.....	65
Gambar 22. Proses Menganalisis Video yang Diakses oleh Arif.....	68
Gambar 23. Proses Menganalisis Video yang Diunggah oleh Arif.....	68
Gambar 24. Proses Menganalisis Video yang Diakses oleh Faisol .....	72
Gambar 24. Proses Menganalisis Video yang Diunggah oleh Faisol .....	70
Gambar 25. Proses Menganalisis Video yang Diakses oleh Sumraji.....	70
Gambar 26. Proses Menganalisis Video yang Diunggah oleh Sumraji.....	72
Gambar 27. Proses Memverifikasi Video yang diakses oleh Arif.....	72
Gambar 28. Proses Memverifikasi Video yang diakses oleh Faisol .....	75
Gambar 29. Proses Memverifikasi Video yang diakses oleh Sumraji.....	76
Gambar 30. Proses Mengevaluasi Video yang diakses oleh Arif.....	78
Gambar 31. Proses Mengevaluasi Video yang diakses oleh Faisol .....	80

Gambar 32. Proses Mengevaluasi Video yang diakses oleh Faisol .....	81
Gambar 33. Proses Mengevaluasi Video yang diakses oleh Sumraji.....	83
Gambar 34. Proses Mendistribusikan Video yang diunggah oleh Arif.....	85
Gambar 35. Proses Mendistribusikan Video yang diunggah oleh Faisol .....	86
Gambar 36. Proses Mendistribusikan Video yang diunggah oleh Sumraji.....	87
Gambar 37. Proses Memproduksi Video yang diunggah oleh Arif.....	89
Gambar 38. Proses Memproduksi Video yang diunggah oleh Faisol .....	90
Gambar 39. Proses Memproduksi Video yang diunggah oleh Sumraji.....	91
Gambar 40. Proses Berpartisipasi dengan konten kreator Youtube lain oleh Arif.....	94
Gambar 41. Proses Berpartisipasi dengan konten kreator Youtube lain oleh Faisol.....	95
Gambar 42. Proses Berkolaborasi dalam membuat video yang diunggah oleh Arif.....	98
Gambar 43. Proses Berkolaborasi dalam membuat video yang diunggah oleh Faisol.....	99
Gambar 44. Proses Berkolaborasi dalam membuat video yang diunggah oleh Arif.....	100

## ABSTRACT

Youtube is one of video-based social media which is popularly used to exchange information in a video format. Along with the development of Youtube which applies monetization rules, it gets more and more Youtube accounts which produce contents on the site. They are what we call as Content Creators. The problem is, however, a multitude of Content Creators do not ensure the videos' contents they produce to become qualified. Plagiarism cases and other cases which violate Youtube rules happen a lot. Nevertheless, as Content Creators they should have had a decent digital literacy competence that those violation cases do not occur.

According to the explanation above, the researcher carried out a formulation of the research's problem, that is, to find out how the digital literacy competence of Communication Studies' students at Sunan Kalijaga Islamic State University as Content Creators. This research used qualitative descriptive approach. Regarding to the data collection technique, the researcher employed interviews, observations, and documentations. Afterwards, the collected data were analyzed.

In regard to the result of the research, it could be found out: the informants named Arif, Faisol, and Sumraji had a decent digital literacy competence. As content creators, they could master the components of digital literacy competence, such as accessing competence, selecting, understanding, analyzing, verifying, evaluating, distributing, producing, participating, and collaborating. All of the ten components of digital literacy were already acquired well by the three content creators, except the informant Sumraji who had not yet mastered the participating component sufficiently since he did not participate any Youtube's content creator community.

Keywords: Digital Literacy, Content Creator, Youtube, Latest Media

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Dewasa ini kemajuan teknologi era digital membuat dinamika kehidupan masyarakat di Indonesia tumbuh pesat. Termasuk perihal pertukaran informasi digital yang tidak terikat oleh tempat dan waktu juga membuat kebutuhan masyarakat mengenai informasi menjadi sangat tinggi. Pada era digital, perkembangan teknologi digital disemua sektor menjadikan teknologi dapat dengan mudah digunakan oleh semua orang, baik anak kecil, remaja maupun orang dewasa. Salah satu perkembangan teknologi digital adalah sektor teknologi komunikasi. Kemajuan teknologi komunikasi pada era digital ditunjang dengan adanya internet.

Menurut data dari *We Are Social* pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 mencapai 132 juta pengguna, dengan pengguna media sosial berjumlah 130 juta (<https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464> diakses pada tanggal 27 Februari 2018 pukul 21.15 wib).



Gambar 1

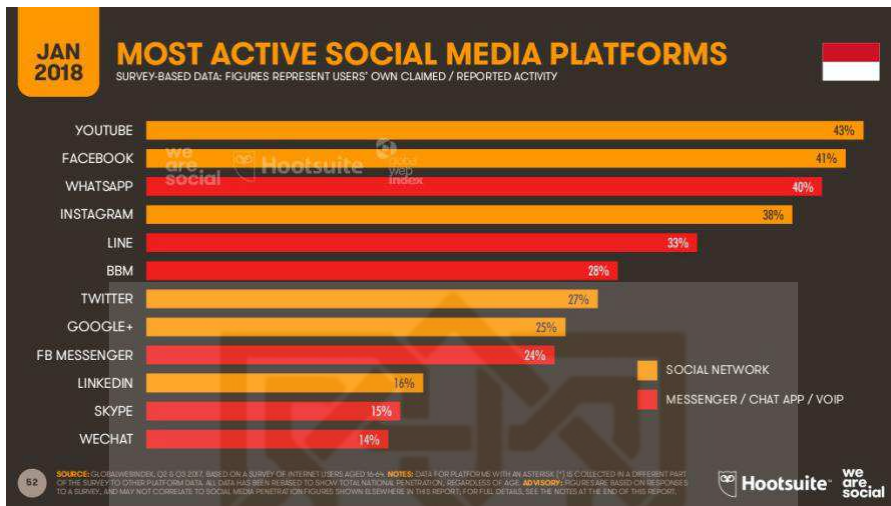
## Total Pengguna Internet di Indonesia



(Sumber: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-8686646> diakses tanggal 27 Februari 2018 pukul 21.20 wib)

Media sosial merupakan salah satu media digital yang paling digemari untuk bertukar dan berbagi informasi. Media sosial menurut *We Are Social* dibagi menjadi dua kategori, yaitu *social network* dan *messenger*. Jenis dari *Social Network* antara lain, Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter, sedangkan jenis dari *messenger* antara lain Whatsapp, Line, BBM, Facebook messenger, Skype, dan WeChat. Menurut survei yang dilakukan oleh *We Are Social*, Youtube adalah media sosial yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia dengan presentase 43% dari seluruh pengguna media sosial di Indonesia (lihat gambar 2).

Gambar 2  
Data statistik pengguna media sosial di Indonesia



(Sumber: <https://www.slideshare.net/wearesocial/digital-in-2018-in-southeast-asia-part-2-southeast-86866464> diakses tanggal 27 Februari 2018 pukul 22.00 wib)

Youtube sebagai media yang menyajikan berbagai konten video seperti video blog, edukasi, hiburan, pendidikan, dan kategori lainnya, memiliki berbagai macam pengguna, yang pertama sebagai pengguna Youtube biasa, yaitu seseorang yang hanya menikmati konten video Youtube tanpa ikut berkontribusi dalam pembuatan video Youtube. Kedua adalah pengguna Youtube sebagai konten kreator, yaitu pengguna media sosial yang rutin mengunggah berbagai konten video berisi cerita atau komentator pribadi, analisis, sosial, politik, budaya hingga kisah kehidupan mereka sehari-hari. (Jimi N. Mahameruaji dkk, 2018;63).

Karena banyaknya pengguna Youtube, maka sebagai konten kreator Youtube, keaslian konten sangat diutamakan. Hal itu karena Youtube sangat menjunjung tinggi keorisinilitasan konten yang diunggah. Youtube juga memiliki berbagai aturan dan etika perihal

pengunggahan video. Beberapa aturan yang diterapkan oleh Youtube adalah penyalahgunaan hak cipta, konten pornografi, konten merugikan atau berbahaya, konten yang mengandung kebencian, konten kekerasan, konten pelecehan, konten ancaman, konten membahayakan anak, maupun spam. Video yang diunggah ke dalam Youtube dan terindikasi plagiat atau melanggar *copyright* biasanya akan di hapus oleh pihak Youtube. Dijelaskan juga dalam Al-Qur'an Al-Hujurat ayat 6 tentang anjuran memeriksa berita terlebih dahulu sebelum menyebarkannya, karena asbabun Nuzul ayat ini adalah Rasulullah pernah mengutus sahabat Walid bin Uqbah untuk mengambil zakat di kafilah Bani Musthaliq. Bani Musthaliq sebenarnya menyambut hangat kedatangan Walid bin Uqbah karena beliau utusan Rasulullah, tetapi Walid bin Uqbah mengira sambutan Bani Musthaliq adalah untuk membunuhnya karena Bani Musthaliq pernah bermusuhan dengan kafilah Walid Bin Uqbah. Sehingga Walid bin Uqbah pulang ke Rasulullah dan menyampaikan bahwa Bani Musthaliq ingin membunuh Walid bin Uqbah. Dengan berita tersebut akhirnya Rasulullah mengutus panglima Khalid bin Walid untuk memerangi Bani Musthaliq, tetapi Khalid bin Walid melakukan *tabayyun* terlebih dahulu dan meluruskan berita yang disampaikan Walid bin Uqbah(<https://al-anu.com/hoax-sebab-turunnya-ayat-6-surat-alhujurat/> diakses tanggal 27 Mei 2019 pukul 02.00), seperti yang tercantum dalam Surat Al-Hujurat ayat 6 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا إِن جَاءَكُمْ فَاسِقٌ بِنَبَأٍ فَتَبَيَّنُوا أَن تُصِيبُوا قَوْمًا  
بِجَهْلَةٍ فَتُصِحُّوا عَلَىٰ مَا فَعَلْتُمْ نَادِمِينَ ﴿٦﴾

Artinya : “Hai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaannya yang menyebabkan kamu menyesal atas perbuatanmu itu.”

Dari ayat diatas dapat diambil hikmah bahwa sebuah *hoax* yang tersebar luas dapat menimbulkan dampak yang serius. Karena itulah, di era digital seperti ini, informasi harus benar-benar disaring sehingga *hoax* bisa diminimalisir. Seperti video dari motivator sekaligus konten kreator Youtube yaitu Merry Riana. Video motivasi Merry Riana diedit oleh konten kreator tidak dikenal untuk menyebarkan berita *hoax* tentang Indonesia yang akan bubar pada tahun 2045 yang berdurasi 1 menit 55 detik. Sehingga video tersebut menjadi viral dan dianggap serius oleh masyarakat Indonesia, padahal video unggahan Merry Riana yang asli berdurasi asli 4 menit 2 detik dan berisi tentang Indonesia yang masih mempunyai harapan, karena kasus tersebut pula Merry Riana akhirnya membuat klarifikasi di akun instagramnya yang berbunyi “Kalau kamu pernah menonton video saya tentang Indonesia yang hanya berdurasi 1:55 itu adalah video editan. Mohon nonton video lengkapnya dulu sebelum menyimpulkan, berkomentar, apalagi dibagikan.”(<https://cekfakta.tempo.co/fakta/307/fakta-atau-hoaks-benarkah-motivator-merry-riana-berkata-indonesia-akan-bubar-dalam-video-berdurasi-145-menit> diakses tanggal 15 Juni 2019 pukul 03.15 wib)

Sehingga dengan adanya kasus tersebut para konten kreator Youtube sebaiknya memiliki kemampuan untuk memilih konten dan menjaga keorisinilitasan konten yang akan diunggah. Maka, penguasaan kompetensi literasi digital menjadi sangat penting



untuk memberikan pemahaman bagi para pengguna Youtube agar tidak mengalami kasus yang sama seperti yang dialami oleh Merry Riana. Literasi digital dapat diartikan sebagai kemampuan individu untuk menerapkan keterampilan fungsional pada perangkat digital sehingga ia dapat menemukan dan memilih informasi, berpikir kritis, berkeaktivitas, berkolaborasi bersama orang lain, berkomunikasi secara efektif, dan tetap menghiraukan keamanan elektronik serta konteks sosial-budaya yang berkembang.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Novi Kurnia dan Santi Indra Astuti berjudul Peta Gerakan Literasi Digital: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra, dijelaskan bahwa ada 9 kota yang diteliti untuk menghitung tingkat kegiatan Literasi Digital, antara lain Salatiga, Semarang, Jakarta, Malang, Bandung, Banjarmasin, Yogyakarta, Bali, dan Surakarta. Kota Yogyakarta menurut penelitian tersebut sebagai kota dengan kegiatan literasi digital terbanyak dibandingkan dengan kota lainnya dengan presentase (24,85%). Selain itu Perguruan Tinggi juga sebagai pelaku kegiatan literasi digital tertinggi dengan presentase (56,14%), sehingga kegiatan Literasi Digital banyak dilakukan di Perguruan Tinggi yang ada di Kota Yogyakarta. (Kurnia dan Astuti, Jurnal Komunikasi, 2017)

Berdasarkan data diatas, kemudian penelitian ini menggunakan Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kaliga Yogyakarta sebagai lokasi penelitian. Beberapa mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2015 menjadi konten kreator Youtube dan aktif mengunggah konten. Beberapa konten kreator tersebut antara lain yaitu Faishal Rizal, Sumraji, dan Arif Mansyah. Faishol Rizal memiliki akun Youtube

dengan nama Hariza Nasyid memiliki channel Youtube sejak 13 Februari 2016 yang memiliki 282 *subscribers* serta mempunyai tema tentang musik. Oji MM yang memiliki akun Youtube bernama Oji MM telah memiliki channel Youtube sejak 17 April 2013 dan memiliki 572 *subscribers* serta memiliki tema tentang musik. Arif Mansyah yang memiliki akun Ajo Arif telah memiliki channel Youtube sejak 11 Mei 2015 dan memiliki 1024 *subscribers* dengan tema video blog (vlog).

Tabel 1  
Konten kreator Youtube prodi ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga

Nama	Channel	Bergabung	Pengikut ( <i>subscribers</i> )	Penayangan	Video Upload	Kategori
Faishol Rizal	Hariza Nasyid	13/02/2016	282	8723x	22	Musik Video
M. Sumraji	Oji MM	17/04/2013	572	128.478x	29	Musik Video
Arif Mansyah	Ajo Arif	11/05/ 2015	1024	124.975x	89	Video Blog

Sumber : Olahan peneliti

Meskipun masih menjadi Youtuber pemula, baik Arif Mansyah, Faishol Rizal dan Muhammad Sumraji merupakan Youtuber yang cukup produktif. Arif Mansyah merupakan Youtuber yang berhasil memperoleh juara satu lomba Video Blog Presiden pada tahun 2018. Kemudian Faishol Rizal mempunyai konten musik dan grup musik Hariza Nasyid. Melalui akun Youtube Hariza Nasyid, Faishol Rizal selalu mengunggah karya-karya nasyid agar bisa menjangkau *audience* yang lebih luas. Sedangkan Muhammad Sumraji mempunyai konten yang berhubungan dengan film-film pendek dan sinematografi film. Ketiga Konten kreator tersebut saat ini aktif mengunggah konten dan memiliki subscriber yang terus meningkat.

Namun konten kreator Youtube seperti Arif Mansyah, Faisol, maupun Sumraji dalam memulai belajar menggunggah konten, pernah melakukan beberapa kesalahan perihal hak cipta perihal penggunaan musik latar dalam video mereka, sehingga konten Youtube yang mereka buat tidak bisa maksimal dan dicekal oleh Youtube karena melanggar hak cipta, selain itu mereka juga harus memahami UU ITE pasal 27 ayat 3 agar tidak menyebarkan berita berbentuk video yang dapat mencemarkan nama baik seseorang, seperti video hoax Merry Riana yang dapat memberikan pencemaran nama baik terhadap Merry Riana. Oleh karena itu peneliti ingin mengetahui tingkat kompetensi literasi digital konten kreator Youtube pada mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti merumuskan masalah **“Bagaimana kompetensi literasi digital pada mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015 UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai konten kreator Youtube ?”**

## **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kompetensi literasi digital pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga sebagai konten kreator Youtube.

## **D. Manfaat Penelitian**

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini, diharapkan mampu memberi pengetahuan dan kontribusi bagi perkembangan ilmu komunikasi dengan memberi gambaran mengenai literasi digital dalam penggunaan Youtube.

## 2. Manfaat Praktis

Melalui penelitian ini, konten kreator Youtube mampu memahami literasi dengan utuh dan mampu membuat konten Youtube dengan baik.

## **E. Telaah Pustaka**

Terdapat beberapa literatur yang berkaitan dengan literasi digital, salah satunya adalah tesis milik Kurnia Sholihah S, Hum. yang berjudul “Analisis Literasi Digital : Studi Pemanfaatan Jurnal Elektronik Oleh Mahasiswa Magister Manajemen di Perpustakaan UKSW Salatiga”. Penelitian ini merujuk pada kompetensi literasi digital yang dipergunakan untuk memanfaatkan berbagai fasilitas Jurnal Elektronik yang telah disediakan oleh perpustakaan UKSW Salatiga. Hasil penelitian tentang kompetensi literasi digital pada tesis ini meliputi aspek teknis yang masuk kategori sangat tinggi yaitu 4,22 dari 11 Indikator, aspek kognitif masuk kategori tinggi yaitu 4,178 dari 5 Indikator, serta aspek sosial yang masuk kategori tinggi yaitu 4,124 dari 5 indikator.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Kurnia Sholihah yaitu, pada objek penelitian. Keduanya sama- sama meneliti tentang Literasi digital. Namun yang membedakan adalah penelitian ini meneliti tentang literasi digital pada pembuatan konten di Youtube. Sedangkan penelitian milik Kurnia Sholihah meneliti literasi digital pada pemanfaatan jurnal elektronik oleh



mahasiswa magister manajemen di perpustakaan UKSW Salatiga. Kemudian metode penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan milik Kurnia Sholihah menggunakan kuantitatif.

Tinjauan pustaka kedua adalah skripsi milik Qory Qurratun A'yuni Mahasiswa Universitas Airlangga Surabaya yang berjudul “Literasi Digital Remaja di Kota Surabaya (Studi Deskriptif tentang Tingkat Kompetensi Literasi Digital pada Remaja SMP, SMA dan Mahasiswa di Kota Surabaya)”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat kompetensi literasi digital pada remaja di kota Surabaya yang ditinjau berdasarkan aspek pencarian di internet, pandu arah *hypertext*, evaluasi konten informasi serta penyusunan pengetahuan menggunakan teori literasi digital milik Gilster (1997), hasil penelitian ini menunjukkan tingkat literasi digital berdasarkan 4 aspek sebagai berikut: tingkat literasi digital remaja berdasarkan aspek *internet searching* sudah tergolong tinggi, tingkat literasi digital remaja berdasarkan aspek *hypertextual navigation* sudah tergolong tinggi, tingkat literasi digital remaja berdasarkan aspek *content evaluation* masih tergolong sedang, serta tingkat literasi remaja berdasarkan aspek *knowledge assembly* sudah tergolong tinggi.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Qory yaitu memiliki objek yang sama tentang kompetensi literasi digital. Namun yang membedakan adalah penelitian ini meneliti literasi digital pada pembuatan konten di Youtube, sedangkan milik Qory meneliti tingkat literasi digital remaja di Surabaya. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan milik Qory menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Tinjauan pustaka ketiga yaitu jurnal milik M. Firman Akbar dan Filia Dina Anggraini dengan judul “Teknologi Dalam Pendidikan : Literasi Digital Dan *Self- Directed Learning* Pada Mahasiswa Skripsi” dalam jurnal tersebut dijelaskan untuk menyelesaikan sebuah tugas akhir atau skripsi, dibutuhkan kemampuan untuk berinisiatif dalam mengarahkan diri sendiri yang dikenal sebagai *self-directed learning*. Salah satu hal yang turut berkontribusi untuk memaksimalkan proses penyelesaian skripsi adalah kompetensi Literasi Digital, yaitu kemampuan untuk memahami serta mengoperasikan teknologi digital secara optimal. Penelitian ini dilakukan terhadap 88 orang mahasiswa skripsi Fakultas Psikologi USU yang dalam proses pembelajarannya sudah menggunakan teknologi digital, hasil penelitian ini menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara literasi digital dan *self-directed learning*, yang hubungan kedua variabel tersebut menunjukkan kearah positif, yaitu semakin tinggi literasi digital seseorang, maka semakin tinggi juga *self-directed learning* yang dimilikinya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Firman dan Filia yaitu memiliki objek yang sama tentang kompetensi literasi digital. Namun yang membedakan yaitu peneliti meneliti pada literasi digital pembuatan konten di Youtube, sedangkan penelitian milik Firman dan Filla lebih mengutamakan hubungan antara literasi digital dan *self-directed learning*. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif sedangkan milik Firman dan Filla menggunakan metode penelitian kuantitatif.

Tinjauan pustaka keempat adalah jurnal milik Dhyah Ayu Retno Widyastuti, dkk Universitas Atma Jaya Yogyakarta yang

berjudul “Literasi Digital pada Perempuan Pelaku Usaha Produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui tingkat literasi digital pada perempuan pelaku usaha produktif di Daerah Istimewa Yogyakarta. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha yang sudah mampu mengakses internet untuk pemasaran produk, mereka bisa menjalin relasi secara global, sehingga program literasi digital bagi pelaku UMKM memiliki kontribusi tidak hanya pada aspek kognitif namun hingga membekali mereka pada aspek ketrampilan untuk memanfaatkan media digital dalam usaha produktifnya.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Dhyah Ayu yaitu memiliki objek yang sama tentang kompetensi literasi digital. Namun yang membedakan adalah penelitian ini meneliti literasi digital pada pembuatan konten Youtube, sedangkan penelitian milik Dhyah Ayu Retno Widyastuti, dkk lebih fokus pada Literasi Digital perempuan pelaku usaha produktif. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan milik Dhyah Ayu menggunakan metode penelitian partisipasi riset aksi.

Tinjauan Pustaka kelima adalah Jurnal milik Novia Kurnia dan Santi Indra Astuti dari Japelidi (jaringan pegiat literasi digital) yang berjudul “Peta Gerakan Literasi Digital di Indonesia : Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, dan Mitra”. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui pemetaan kegiatan literasi digital di 9 kota di Indonesia. Hasil dari penelitian ini setiap kota mempunyai hasil yang berbeda terkait dengan empat komponen utama literasi digital yakni pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. Kota Yogyakarta ditemukan dominan pelaku kegiatan literasi digital adalah PT, dengan ragam *talkshow*, menarget sasaran

masyarakat umum dan pelajar, serta bermitra dengan sekolah. Kota Salatiga, pelaku dominan kegiatan literasi digital adalah perguruan tinggi, dengan ragam seminar, menarget mahasiswa dengan mitra pemerintah. Ketujuh kota lainnya juga mempunyai hasil yang berbeda-beda, selain keunikan masing-masing kota, penelitian yang dilakukan oleh Japelidi ini melihat bahwa gerakan literasi digital di Indonesia cenderung bersifat sukarela, incidental, sporadic, dan belum ada sinergi antar pelaku gerakan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian milik Novi Kurnia dan Santi Indra Astuti yaitu memiliki objek yang sama tentang kompetensi literasi digital. Namun yang membedakan adalah penelitian ini meneliti literasi digital pada pembuatan konten Youtube, sedangkan penelitian milik Novi Kurnia dan Santi Indra Astuti lebih fokus pada pemetaan kegiatan literasi digital di Indonesia terkait pada empat poin utama yaitu pelaku, ragam kegiatan, kelompok sasaran dan mitra. Kemudian penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, sedangkan milik Novi Kurnia dan Santi Indra Astuti menggunakan metode penelitian *Desk Study* dan *Case Study*. *Desk Study* dilaksanakan melalui studi literature mengenai gerakan literasi digital di Indonesia berdasarkan dokumen-dokumen terkait. Sedangkan *Case Study* untuk mengeksplorasi keunikan dan tantangan khas di setiap kota dilaksanakan melalui *FGD* atau wawancara mendalam terhadap para pemangku kepentingan literasi digital.

## **F. Landasan Teori**

### **1. Media baru**

#### **a. Definisi Media Baru**

Perkembangan teknologi komunikasi maju begitu pesat, semua media, termasuk cetak dan elektronik mengalami fakta digitalisasi, yaitu proses dimana semua teks dapat dikurangi menjadi kode biner dan dapat mengalami proses produksi, distribusi, dan penyimpanan yang sama.

Denis McQuail dalam bukunya teori komunikasi massa menyatakan (McQuail, 2011:148) media baru adalah berbagai perangkat teknologi komunikasi yang berbagi ciri yang sama yang mana selain baru penggunaannya dimungkinkan dengan digitalisasi dan ketersediaannya yang luas untuk penggunaan pribadi sebagai alat komunikasi.

Media digital atau media baru menurut Flew dalam (Tamburaka, 2013:72) yaitu bentuk dari konten media massa yang menggabung dan mengintegrasikan data, teknologi suara, dan berbagai gambar dalam format digital dan didistribusikan melalui kabel atau serat optik, satelit, dan sistem transmisi gelombang rendah.

Perubahan utama dengan munculnya media baru menurut Denis McQuail (McQuail, 2011:153) antara lain :

- 1) Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media
- 2) Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang makin meningkat
- 3) Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima
- 4) Adaptasi terhadap peranan publik dan khalayak
- 5) Munculnya beragam bentuk baru 'pintu' (*gateway*) media
- 6) Pemisahan dan pengaburan dari 'lembaga media'



Sehingga dengan adanya perubahan pada media baru terjadi beberapa perbedaan antara media baru dan media lama menurut Denis McQuail dalam (Tamburaka, 2013:74) antara lain:

- 1) Media lama konsepnya satu objek berbicara pada banyak orang, sementara media baru bersifat *decentralized* yang artinya semua memiliki kesempatan berbicara kepada siapapun.
- 2) Media lama adalah *one way communication*, sementara media baru *two way communication* yang memungkinkan adanya *feedback* dari *audience*.
- 3) Media lama dibawah kontrol negara, sementara media baru diluar kontrol negara, bahkan bisa dinikmati siapa pun yang ada di dunia tanpa batasan negara.
- 4) Media lama memproduksi lapisan sosial sementara media baru adalah memproduksi konsep demokratisasi.
- 5) Media lama memfragmentasi *audience* sementara media baru meletakkan *audience* pada posisi yang sama
- 6) Media lama membentuk kebingungan sosial, sementara media baru berorientasi pada individu

#### **b. Karakteristik Media Baru**

Karakteristik kunci media baru menurut Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2012: 69-87), antara lain:

- 1) *Network* yaitu infrastruktur yang menghubungkan antar komputer dan perangkat keras lainnya, hasil dari koneksi tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi hingga akses dan pertukaran terhadap data.

- 2) Informasi, yaitu kehadiran teknologi komputer dan internet menjadikan media sebagai proses informasi tersebut, teknologi pengumpulan data yang berguna untuk menyimpan informasi dalam setiap memory memungkinkan individu dalam jaringan komputer untuk mengakses informasi kapanpun dan dari tempat penyimpanan (komputer) dimanapun.
- 3) *Interface*, yaitu perangkat lunak yang menghubungkan interaksi antara pengguna dan komputer
- 4) *Archive*, yaitu untuk penyimpanan yang tidak hanya berfungsi untuk menyimpan teks semata, tetapi juga bisa memuat film, foto, maupun suara
- 5) *Interactivity*, yaitu teknologi komunikasi memberikan kemudahan bagi siapapun untuk saling berinteraksi dan teknologi mewakili kehadiran kehadiran atau keterbatasan fisik dalam berkomunikasi
- 6) *Simulation*, yaitu sebuah *hyperrality* yaitu media tidak menampilkan realitas tetapi sudah menjadi realitas tersendiri.

## **2. Media Sosial**

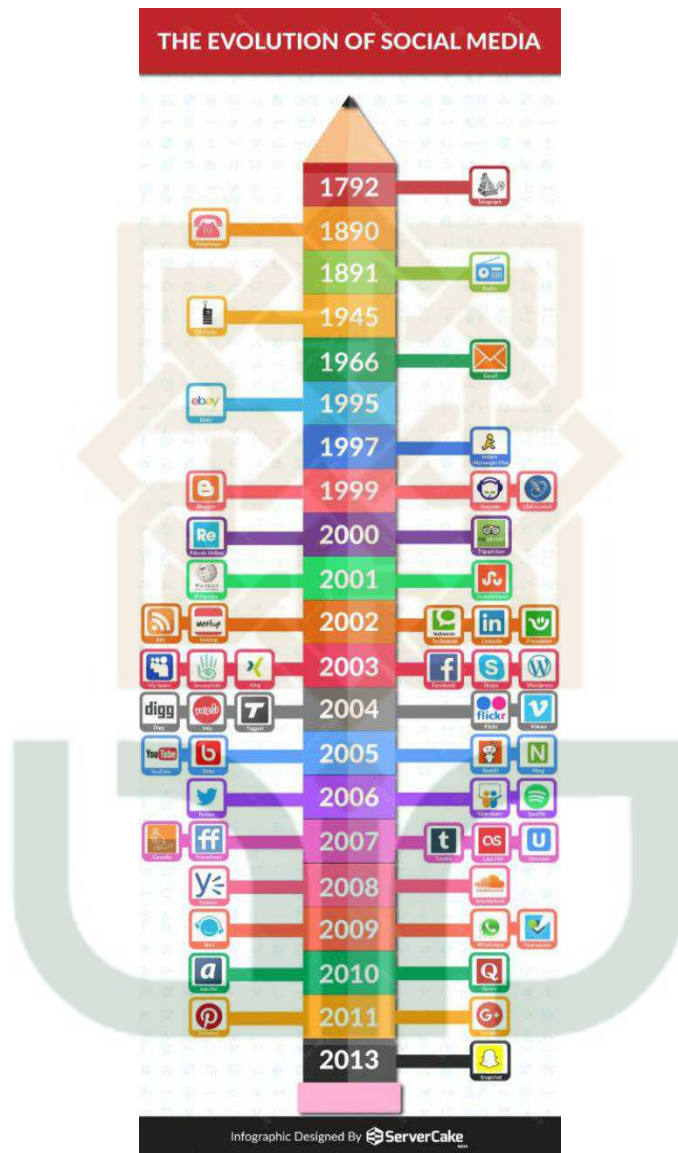
### **a. Definisi Media Sosial**

Salah satu bentuk keberadaan media baru adalah adanya media sosial, media sosial dalam (Tamburaka, 2013:79) adalah aktivitas sosial yang dilakukan di dunia maya, dan setiap orang yang menggunakan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika berada di lingkungan sosial. Menurut Meike dan Young dalam (Nasrullah,

2016:11) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi antar individu dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa kekhususan individu. Sedangkan menurut Rulli Nasrullah dalam (Nasrullah, 2016:11), media sosial yaitu medium internet yang memungkinkan penggunaannya merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan secara virtual.

Kemudian dapat diartikan bahwa media sosial merupakan media digital yang digunakan untuk bersosialisasi antar individu dengan berbagai fitur yang telah disediakan oleh media sosial. Sehingga media sosial menjadikan sebuah realita kehidupan maya dalam dunia digital dengan berbagai interaksi sosial melalui komentar, status, maupun berbagi konten yang terjadi dalam media sosial tersebut. Sedangkan perkembangan media sosial berkembang sejak tahun 1792 sampai sekarang (lihat gambar 3).

Gambar 3  
Perkembangan media sosial



(Sumber: <https://www.servercake.blog/wp-content/uploads/2017/08/Evolution-of-Social-Media.jpg> diakses tanggal 28 februari 2018 pukul 10.00 wib)

## **b. Karakteristik media sosial**

Karakteristik media sosial menurut Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2016:11) antara lain :

- 1) Jaringan (*network*)
- 2) Informasi (*information*)
- 3) Arsip (*archive*)
- 4) Interaksi (*interactivity*)
- 5) Simulasi sosial (*simulation of society*)
- 6) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

## **c. Youtube**

### **1. Definisi Youtube**

Youtube merupakan sebuah website yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi konten video, maupun hanya menikmati konten video yang diunggah oleh berbagai pihak. Berbagai macam konten video yang biasa diunggah ke youtube antara lain, videoklip, film pendek, trailer film, film televisi, video edukasi, maupun video blog yang diunggah oleh para vlogger (<https://www.nesabamedia.com/pengertian-youtube/>)

Berdirinya YouTube sebagai media berbagi video diprakarsai oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan *Paypal* yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada bulan Februari tahun 2005, Hurley dan Chen mendapatkan ide mendirikan Youtube dikarenakan kesulitan mereka dalam membagi video yang mereka miliki, pada akhirnya youtube mulai menjadi startup teknologi setelah menerima Investasi dari Sequola Capital sebesar USD 11.5 juta. Selain itu pada tahun

2006 YouTube telah diambil oleh Google pada tahun 2006 hingga saat ini. (<https://www.merdeka.com/teknologi/sejarah-singkat-youtube-situs-video-sharing-terbesar-tekstory.html> diakses pada 17 Februari 2018 pukul 20.00 wib)

Youtube sendiri yang merupakan salah satu situs berbagi video terlaris di dunia melansir dalam situs resminya mempunyai empat dasar nilai yang digunakan dalam youtube, antara lain :

- a) Kebebasan berekspresi, antara lain yaitu setiap orang harus punya kebebasan untuk berbicara, menyampaikan pendapat, mengadakan dialog terbuka, dan kebebasan berkreasi dapat menghasilkan suara, format, dan kemungkinan baru.
- b) Kebebasan mendapatkan informasi, yaitu setiap orang harus memiliki akses yang mudah dan terbuka untuk mendapatkan informasi, selain itu, video adalah media yang paling berpotensi untuk pendidikan, membangun pemahaman, dan mendokumentasikan peristiwa di seluruh dunia, baik yang besar maupun kecil.
- c) Kebebasan menggunakan peluang, yaitu setiap orang harus punya peluang untuk ditemukan, membangun bisnis, dan meraih sukses sesuai dengan keinginannya sendiri, serta dapat menentukan sendiri hal apa saja yang populer, bukan pihak-pihak tertentu.
- d) Kebebasan memiliki tempat berkarya, yaitu setiap orang perlu menemukan komunitas yang saling



mendukung satu sama lain, menghilangkan perbedaan, melampaui batas-batas diri, dan berkumpul bersama atas dasar minat dan *passion* yang

sama. (<https://www.youtube.com/intl/id/yt/about/>  
*diakses pada tanggal 17 Febuaruari 2018 pukul 22.00 wib*)

## **2. Youtube sebagai media sosial**

Youtube yang merupakan website berbagi video dapat digolongkan sebagai media sosial. Pengertian media sosial dalam (Tamburaka, 2013:79) adalah aktivitas sosial yang dilakukan di dunia maya, dan setiap orang yang menggunakan jejaring sosial sebagai sarana komunikasi, membuat status, berkomentar, berbagi foto dan video layaknya ketika berada di lingkungan sosial. Sehingga, youtube yang merupakan salah satu situs berbagai video yang dapat digunakan untuk berkomunikasi, berkomentar dapat digolongkan sebagai media sosial,

Selain itu Youtube juga mempunyai berbagai karakteristik media sosial seperti karakteristik media sosial menurut Rulli Nasrullah (Nasrullah, 2016:11) antara lain :

### **a) Jaringan (*network*)**

Media sosial memberikan medium bagi penggunanya sebagai sarana untuk terhubung secara mekanisme teknologi. Youtube dapat dianggap sebagai media sosial dikarenakan setiap pengguna

Youtube diberi kebebasan untuk berbagi video antara sesama pengguna, selain itu pengguna youtube juga memungkinkan untuk saling mengomentari video yang diunggah dari berbagai akun.

b) Informasi (*information*)

Media Sosial menjadikan para penggunanya untuk mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan sebuah informasi. Youtube memiliki berbagai macam konten video sesuai dengan karakteristik penggunanya, sehingga muncul berbagai macam konten dari berbagai macam bidang, seperti konten hiburan, ekonomi, kesehatan, politik, maupun pendidikan. Video yang muncul dalam akun Youtube pengguna juga disesuaikan dengan kebiasaan pengguna akun Youtube sesuai dengan informasi yang pengguna berikan kepada Youtube.

c) Arsip (*archive*)

Dalam media sosial, arsip dapat diartikan sebagai sebuah penyimpanan informasi yang dapat dibuka kapanpun, dan di perangkat manapun. Youtube sebagai media sosial dapat dibuka di berbagai perangkat, selain itu jika kita sebagai pengguna Youtube yang mengunggah video, video yang kita unggah dapat tersimpan dan dapat dilihat di berbagai perangkat.

d) Interaksi (*interactivity*)

Media sosial memberikan terbentuknya jaringan antar pengguna, jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut di internet semata, tetapi dibangun dengan interaksi antar pengguna. Youtube memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berinteraksi, antara lain fitur “like” pada video, komentar maupun fitur subscribe yang digunakan untuk mengikuti akun yang disukai.

e) Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat di dunia virtual, sehingga muncul sebuah etika dalam penggunaan media sosial, youtube juga memiliki berbagai aturan dan etika perihal pengunggahan video, yang dilarang antara lain, penyalahgunaan hak cipta, konten pornografi, konten merugikan atau berbahaya, konten yang mengandung kebencian, konten kekerasan, konten pelecehan, konten ancaman, konten membahayakan anak, maupun spam. Sehingga dengan berbagai etika tersebut dapat dikatakan bahwa Youtube juga sebagai medium masyarakat yang berada di dunia virtual yang memiliki berbagai etika dan aturan.

f) Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Media sosial yaitu sepenuhnya milik pengguna atau pemilik akun, sehingga konten yang

yang ada di media sosial sepenuhnya merupakan kontribusi pengguna atau pemilik akun. Youtube yang merupakan media sosial yang kontennya tentang video, memberikan fasilitas pembuatan kanal atau *channel*, sehingga pengguna dapat mengunggah video berdasarkan kategori yang disukai oleh pemilik akun.

### **3. Literasi Media**

#### **a. Definisi Literasi Media**

Literasi Media dalam (Tamburaka, 2013:7) berasal dari bahasa Inggris yaitu *Media Literacy* terdiri dari dua suku kata, Media berarti tempat pertukaran pesan dan Literasi berarti melek, yang kemudian dikenal dengan istilah melek media. Sedangkan menurut Paul Messaris dalam (Tamburaka, 2013:7), literasi media yaitu pengetahuan mengenai bagaimana media berfungsi di masyarakat. Sedangkan menurut Justin Lewis dan Shut Shally dalam (Tamburaka, 2013:8) yaitu memahami kemampuan budaya, ekonomi, politik, dan teknologi pembuatan, produksi, dan penyiaran pesan.

Kemampuan Literasi media digunakan untuk memfilter berbagai berita maupun informasi yang diterima dari berbagai media , baik media elektronik maupun cetak. Menurut Potter dalam (Hermawan, 2017:54) "*Literasi digital merupakan seperangkat perspektif bahwa kita secara aktif mengekspos diri sendiri terhadap media untuk menafsirkan makna dari peran – peran yang kita hadapi. Kita membangun perspektif kita dari struktur – struktur*

*pengetahuan. Untuk membangun struktur pengetahuan, kita memerlukan alat – alat dan bahan baku. Alat – alat ini adalah keterampilan kita. Bahan bakunya adalah informasi dari media dan dari dunia maya. Menggunakan secara aktif berarti kita sadar terhadap pesan – pesan dan berinteraksi secara sadar dengan pesan – pesan ini”.*

Dapat disimpulkan bahwasanya literasi media adalah sebuah kemampuan atau kompetensi untuk menyaring berbagai informasi yang hadir dari media yang dapat dimanfaatkan sebagaimana mestinya.

#### **b. Elemen Literasi Media**

Silverblatt mengidentifikasi lima elemen literasi media dalam Tamburaka (Tamburaka, 2013:12) yaitu :

- 1) Kesadaran akan dampak media pada individu dan masyarakat
- 2) Pemahaman atas proses komunikasi massa
- 3) Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan
- 4) Kesadaran pada konten media sebagai sebuah teks yang memberikan pemahaman kepada budaya kita dan diri kita sendiri
- 5) Pemahaman kesenangan, pemahaman dan apresiasi yang ditingkatkan terhadap konten media

Dari hal tersebut dapat dipahami bahwasanya literasi media merupakan sebuah gerakan melek media yang dilakukan khalayak media massa melalui pendekatan proses penyampaian pesan media kepada konsumen media.

## **4. Literasi Digital**

### **a. Definisi Literasi digital**

Pengertian literasi digital menurut Paul Gilster yaitu kemampuan untuk memahami dan menggunakan informasi di berbagai format dari berbagai sumber ketika disajikan melalui komputer (Gilster, 1997:1). Literasi digital sendiri muncul dengan adanya kemajuan teknologi, yaitu perkembangan teknologi analogi yang masih bersifat manual menuju teknologi digital yang sepenuhnya diatur oleh sistem. Teknologi analog mengubah gambar dan suara menjadi gelombang radio, namun teknologi digital mengubah gambar dan suara menjadi data digital, sehingga kualitas gambar dan suara yang ditampilkan juga menjadi lebih baik, namun dengan adanya kemajuan teknologi digital, dibutuhkan kompetensi literasi digital untuk memfilter informasi yang masuk melalui teknologi digital.

Sehingga secara singkat, literasi digital bukan hanya kemampuan untuk membaca tetapi juga membaca dengan arti untuk memahami (Gilster, 1997:2). Sehingga dapat disimpulkan bahwa Literasi digital adalah kemampuan untuk memahami sebuah informasi pada media digital sehingga informasi dapat diterima dan diolah dengan baik.

Literasi digital memiliki beberapa kompetensi untuk dikuasai. Paul Gilster (dalam Bawden, 2001:23) membagi kemampuan literasi digital menjadi empat kompetensi inti, antara lain sebagai berikut:



### 1) Pencarian di Internet (*Internet Searching*)

Dalam kompetensi ini, seseorang harus mempunyai kemampuan untuk menggunakan Internet dan melakukan berbagai aktivitas di dalamnya. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yakni kemampuan untuk melakukan pencarian informasi di Internet dengan menggunakan *search engine*, serta melakukan berbagai aktivitas di dalamnya.

### 2) Pandu Arah *Hypertext* (*Hypertextual Navigation*)

Dalam kompetensi ini, seseorang harus memiliki keterampilan untuk membaca serta pemahaman secara dinamis terhadap lingkungan *hypertext*. Jadi seseorang dituntut untuk memahami navigasi (pandu arah) suatu *hypertext* dalam *web browser* yang tentunya sangat berbeda dengan teks yang dijumpai dalam buku teks.

Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain sebagai berikut:

- a) Pengetahuan tentang *hypertext* dan *hyperlink* beserta cara kerjanya.
- b) Pengetahuan tentang perbedaan antara membaca buku teks dengan melakukan browsing via Internet.
- c) Pengetahuan tentang cara kerja *website*, meliputi pengetahuan tentang *bandwidth*, *http*, *html*, dan *url*.
- d) Kemampuan memahami karakteristik halaman *website*.

### 3) Evaluasi Konten Informasi (*Content Evaluation*)

Dalam kompetensi ini, seseorang harus memiliki kemampuan untuk berpikir kritis dan memberikan

penilaian terhadap apa yang ditemukan secara online disertai dengan kemampuan untuk mengidentifikasi keabsahan dan kelengkapan informasi yang direferensikan oleh link *hypertext*. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen antara lain, sebagai berikut:

- a) Kemampuan membedakan antara tampilan dengan konten informasi, yakni persepsi pengguna dalam memahami tampilan suatu halaman *website* yang dikunjungi.
- b) Kemampuan menganalisa latar belakang informasi yang ada di Internet, yakni kesadaran untuk menelusuri lebih jauh mengenai sumber dan pembuat informasi.
- c) Kemampuan mengevaluasi suatu alamat *website* dengan cara memahami macam-macam domain untuk setiap lembaga ataupun negara tertentu.
- d) Kemampuan menganalisa suatu halaman *website*.
- e) Pengetahuan tentang FAQ dalam suatu *newsgroup* dan grup diskusi.

#### **4) Penyusunan Pengetahuan (*Knowledge Assembly*)**

Dalam kompetensi ini, seseorang harus memiliki kemampuan untuk menyusun pengetahuan, membangun suatu kumpulan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber dengan kemampuan untuk mengumpulkan dan mengevaluasi fakta dan opini dengan baik serta tanpa prasangka. Hal ini dilakukan untuk kepentingan tertentu

baik pendidikan maupun pekerjaan. Kompetensi ini mencakup beberapa komponen yaitu, sebagai berikut:

- a) Kemampuan untuk melakukan pencarian informasi melalui Internet.
- b) Kemampuan untuk membuat suatu personal *newsfeed* atau pemberitahuan berita terbaru yang akan didapatkan dengan cara bergabung dan berlangganan berita dalam suatu *newsgroup*, *mailing list* maupun grup diskusi.
- c) Kemampuan untuk melakukan *crosscheck* atau memeriksa ulang informasi yang diperoleh.
- d) Kemampuan untuk menggunakan semua jenis media untuk membuktikan kebenaran informasi.
- e) Kemampuan untuk menyusun sumber informasi yang diperoleh di Internet dengan kehidupan nyata.

**b. Tahapan Kompetensi Literasi Digital Menurut Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi)**

Tahapan Kompetensi Literasi Digital Menurut Japelidi dijelaskan dalam buku *Yuk, Tanggap Dan Bijak Berbagi Informasi Bencana Alam Melalui Aplikasi Chat* yang disusun oleh Novi Kurnia, dkk. Kemudian dijelaskan juga dalam buku *Muslim Milenial Ramah Digital* yang disusun oleh Yanti Dwi Astuti, dkk. Jaringan Pegiat Literasi Digital (Japelidi) membagi kemampuan literasi digital menjadi sepuluh tahapan kompetensi literasi digital, yaitu:

**1. Mengakses**

Tahapan pertama ini adalah kompetensi atau kemampuan yang berhubungan tentang keterampilan teknis dalam menggunakan media baru.

## 2. **Menyeleksi**

Kalo udah bisa mengakses informasi, kamu pun dituntut punya kemampuan buat pilah-pilih informasi yang didapat dari media baru. Nah kalo kamu bisa menyeleksi informasi, otomatis bakal bisa membuang informasi yang gak bener dan gak ada manfaatnya.

## 3. **Memahami**

Seringkali informasi yang disampaikan oleh seseorang bakal dipahami berbeda oleh orang lain. Nah di tingkatan ini kemampuan seseorang buat memahami makna dari konten yang diakses di media baru jadi hal yang sangat penting.

## 4. **Menganalisis**

Pada kompetensi ini kamu sudah seharusnya bisa medekontruksi konten di media baru. Lalu dekontruksi konten itu seperi apa sih? Jadi dekontruksi itu adalah metode pembacaan teks. Cara membaca teks atau menganalisis informasi yang kamu terima bisa dilihat dari bahasanya, *genre*, sampai ciri khas atau kode.

## 5. **Memverifikasi**

Di tahapan memverifikasi ini artinya kamu bisa membandingkan konten di media baru dengan sudut pandangmu sendiri dan bisa merekontruksi atau mengetahui makna konten yang kamu terima lewat media baru.

## 6. **Mengevaluasi**

Kompetensi ini tingkatannya lebih tinggi daripada tahapan-tahapan sebelumnya. Di tahap ini kamu harus bisa bersikap kritis pada konten yang ada di media baru.

## **7. Mendistribusikan**

Kompetensi mendistribusikan ini artinya kamu punya kemampuan buat nyebarin informasi. Gak cuma sebatas distribusi pesan aja nih, kompetensi ini juga mencakup kemampuanmu buat menggunakan fungsi *build-in* di media sosial kayak memberika tanda suka/tidak suka sampai kemampuan buat ngasih penilaian untuk produk/jasa.

## **8. Memproduksi**

Nah di tahapan ini berbicara tentang kemampuan buat memproduksi atau membuat konten. Jadi kamu di tahapan ini bisa membuat konten sendiri dalam bentuk yang beragam.

## **9. Berpartisipasi**

Kompetensi berpartisipasi ini biasanya dilakukan di media *platform* tertentu seperti blog, chatroom, Skype, Facebook, forum, dan lainnya. Nah jika ingin menguasai kompetensi ini artinya kamu harus punya kemampuan buat terlibat aktif, kritis, dan interaktif dalam lingkungan platform media baru tadi yang bahasannya tentang berbagai macam hal.

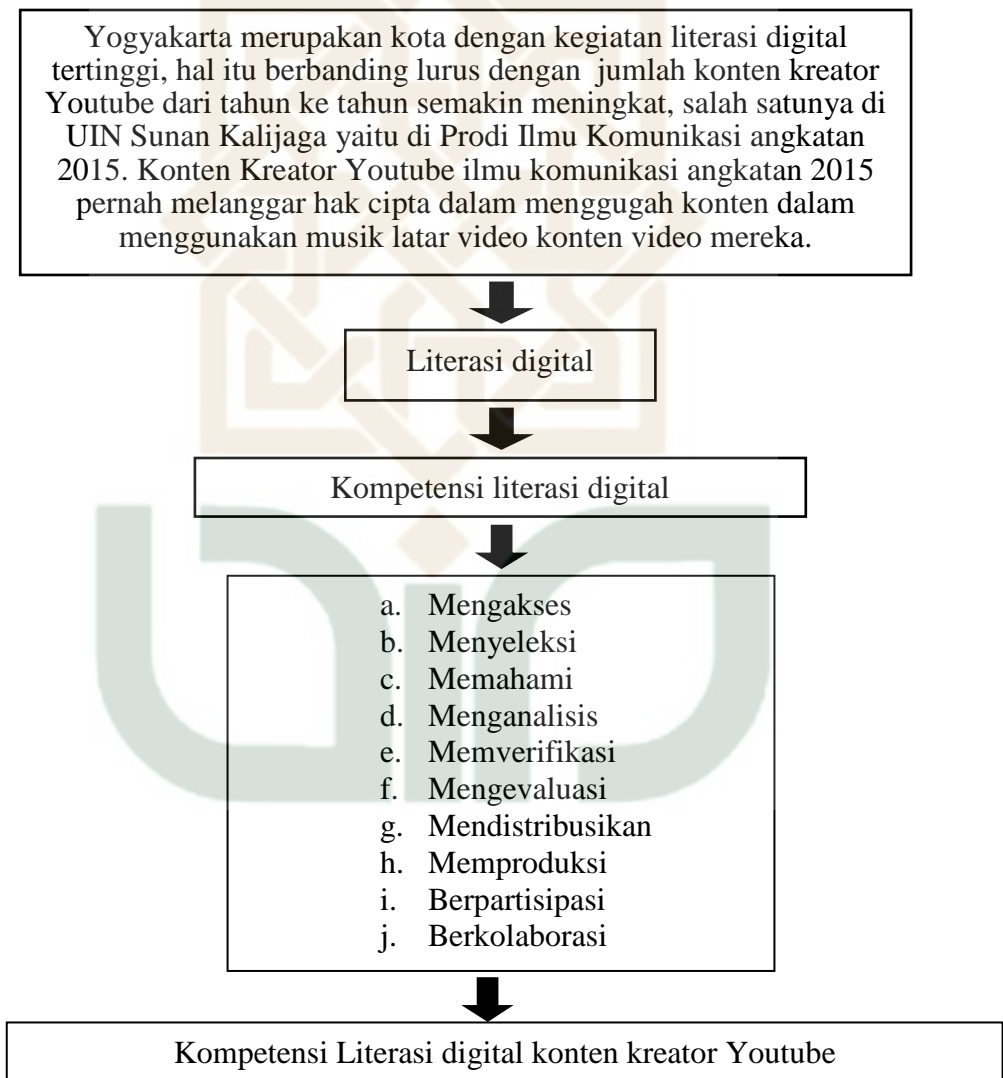
## **10. Berkolaborasi**

Di tahapan ini harapannya kamu mampu kerjasama dengan masyarakat luas untuk bikin gerakan literasi yang efeknya bisa lebih luas. Lewat kolaborasi, tentu saja gerakan literasi akan lebih mudah dilakukan karena semua dilakukan secara kolektif atau barengan.

Seperti yang telah dijelaskan diatas dapat disimpulkan bahwa kompetensi adalah elemen terpenting

dalam literasi digital dan dapat dipelajari serta dikuasai oleh individu. Kompetensi literasi digital dapat dipejari dengan cara yang bertahap, kemudian penguasaan kompetensi yang lebih mendasar diperlukan untuk menguasai kompetensi selanjutnya. Sehingga untuk menguasai kompetensi literasi digital diperlukan kemampuan yang berurutan dan bertahap.

### G. Kerangka Pemikiran





## **H. Metode Penelitian**

### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui kompetensi literasi digital dalam penyebaran informasi pada media sosial Youtube, sehingga digunakan metode penelitian deskriptif dan pendekatan kualitatif, metode deskriptif (Bungin, 2001:48) yaitu bertujuan untuk menggambarkan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi atau berbagai variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian tersebut sedangkan pendekatan kualitatif (Sugiyono, 2009:1) yaitu metode yang digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah, dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, teknik pengumpulan data triangulasi, dan analisis data bersifat induktif serta hasil penelitian yang lebih menekankan pada makna.

### **2. Objek dan Subjek Penelitian**

#### **a. Objek penelitian**

Objek penelitian pada penelitian ini adalah kompetensi literasi digital pada pembuatan konten di Youtube. Pemilihan literasi digital pada media sosial youtube dikarenakan masih minimnya penelitian literasi digital pada bidang komunikasi.

#### **b. Subjek Penelitian**

Subjek penelitian pada penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2015 yang menggunakan Youtube secara aktif sebagai konten kreator Youtube. Teknik yang digunakan adalah *purposive sampling* (Bungin, 2001:118) yaitu penelitian yang lebih mengutamakan tujuan penelitian

daripada menentukan sifat populasi dalam menentukan sampel penelitian.

Kriteria Informan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- 1) Mahasiswa aktif Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta angkatan 2015
- 2) Konten Kreator Youtube

Berdasarkan kriteria tersebut , maka informan penelitian ini adalah :

- 1) Arif Mansyah
- 2) Faisol Rizal
- 3) Muhammad Sumraji

### **3. Teknik pengumpulan data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang ditetapkan (Sugiyono, 2009:62).

#### **a. Wawancara mendalam**

Wawancara mendalam yaitu wawancara yang dilakukan dengan cara informal, wawancara ini dilakukan tanpa menggunakan *guide* tertentu, dan semua pertanyaan bersifat spontan sesuai dengan apa yang dilihat dan didengar, dirasakan, pada saat pewawancara bersama responden (Bungin, 2001:136).

b. Dokumentasi

Dokumen merupakan catatan peristiwa yang berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, maupun karya monumental dari seseorang (Sugiyono,2009:82). Dokumentasi berfungsi menguatkan validitas data yang didapat dari narasumber.

4. **Metode Analisis data**

a. Reduksi data

Reduksi data yaitu berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan memudahkan peneliti dalam pengumpulan data (Sugiyono, 2009:92).

b. Penyajian data

Penyajian data dalam bentuk kualitatif yaitu dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori(Sugiyono, 2009:95)

c. Penarikan kesimpulan

Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah merupakan temuan baru yang sebelumnya belum pernah ada, temuan dapat berupa deskripsi atau gambaran suatu obyek yang sebelumnya masih remang-remang atau gelap, sehingga setelah diteliti menjadi jelas, dapat berupa hubungan kasual atau interaktif, hipotesis, atau teori.(Sugiyono, 2009:99).

5. **Uji keabsahan data**

Uji keabsahan data menggunakan triangulasi data, yaitu teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu

diluar data itu sebagai pembanding terhadap data yang telah diperoleh (Moloeng, 2012:330). Patton (1987) dalam (Moeleng, 2012:331) triangulasi sumber berarti membandingkan data dan mengecek kembali derajat kepercayaan informasi yang diperoleh melalui alat dan waktu yang berbeda dalam penelitian kualitatif. Triangulasi sumber pada penelitian ini menggunakan keabsahan data dari ahli media sosial dan akademisi ilmu komunikasi. Triangulasi sumber data diperoleh dari hasil wawancara dengan anggota Jaringan Literasi Digital yang juga berprofesi sebagai dosen Ilmu Komunikasi di Universitas Negeri Yogyakarta yaitu Gilang Jiwana Adikara, M.A. Dengan demikian data lebih valid dan dapat dibuktikan kebenarannya.



## **BAB IV**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis peneliti, terkait dengan penelitian tentang kompetensi literasi digital konten kreator Youtube pada mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, dapat disimpulkan bahwa informan memiliki kemampuan mengakses Youtube. Hal itu ditunjukkan dengan kemampuan adaptif yang tinggi terhadap teknologi. Sehingga ketiga informan mampu menguasai kemampuan mengakses dengan mampu secara teknis mengakses Youtube.com dan mengetahui fitur-fitur yang ada di Youtube.

Selain itu, Ketiga informan juga memiliki kemampuan menyeleksi. Mereka mampu menyeleksi dengan secara sadar memilih konten-konten yang ingin mereka tonton dan sesuai dengan ciri khas masing-masing. Adapun dalam hal kompetensi memahami, mereka memiliki kompetensi memahami ditunjukkan dengan kemampuan mengetahui makna denotatif yang ada pada sebuah konten Youtube dengan cara yang berbeda-beda.

Dalam kompetensi menganalisis, ketiga informan mampu menguasai kemampuan menganalisis dengan mengetahui makna konotatif yang ada pada sebuah konten Youtube dengan cara mengetahui ciri khas dan track record dari pembuat konten. Dalam hal memverifikasi pun mereka memiliki cara yang hampir sama, yaitu dengan mencari sumber-sumber pendukung dari konten Youtube yang mereka tonton.

Dalam kemampuan mengevaluasi, Ketiga informan melakukan evaluasi konten dengan memberikan komentar berupa kritik ataupun saran pada sebuah konten Youtube yang mereka tonton.

Sebagai konten kreator, mereka juga memiliki kemampuan mendistribusikan pesan dengan baik. Yaitu dengan cara mendistribusikan dengan membagikan konten Youtube yang mereka tonton ke media sosial yang lain selain Youtube. Dalam hal memproduksi informasi, mereka mampu membuat konten Youtube untuk diri mereka sendiri dan dengan berbagai macam alat yang digunakan. Tak jarang informan Arif dan Faisol memiliki berpartisipasi dengan komunitas lain yang sesuai dengan ciri khas konten yang mereka buat. Sedangkan Sumraji tidak ikut berpartisipasi dengan komunitas konten kreator. Sebagai konten kreator, mereka pun tak jarang melakukan berkolaborasi dengan membuat konten yang melibatkan orang lain dan berkolaborasi dengan orang lain dalam pembuatan konten Youtube.

## **B. Saran**

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah peneliti paparkan, ada beberapa hal yang bisa menjadi masukan bagi ketiga konten kreator dalam meningkatkan kompetensi literasi digital. Beberapa masukan atau saran tersebut yaitu mahasiswa ilmu komunikasi hendaknya memiliki semua kemampuan literasi digital, agar dalam membuat konten lebih selektif dan lebih baik lagi, sehingga konten yang dihasilkan menjadi lebih baik dan berkualitas.



## DAFTAR PUSTAKA

- Astuti, Yanti Dwi, dkk. 2018. *Muslim Millennial Ramah Digital*. Yogyakarta : Program Studi Ilmu Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- A'yuni, Qorry Qurratun, 2015. Literasi Digital Remaja di Kota Surabaya (Studi Deskriptif tentang tingkat Tingkat KOMPETENSI Literasi Digital pada remaja SMP, SMA, dan Mahasiswa di Kota Surabaya). Skripsi. Fakultas Ilmu Sosial dan Politik. Universitas Airlangga, Surabaya.
- Bungin, Burhan. 2001. *Metodologi Penelitian Sosial: Format-format kualitatif dan kuantitatif*. Surabaya: Airlangga University Press
- Emzir. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- Gilster, Paul. 1997. *Digital Literacy*. New York: Willey.
- Hermawan, Herry. 2017. *Literasi Media: Kesadaran dan Analisis*. Yogyakarta: Calpulis.
- Kurnia, Novi dan Santi Indra Astuti, 2017. "Peta Gerakan Literasi Digital Indonesia: Studi Tentang Pelaku, Ragam Kegiatan, Kelompok Sasaran dan Mitra". *Informasi Kajian Ilmu Komunikasi* Volume 47 Nomor 2 (149-166)
- Kurnia, Novi, dkk. 2018. *Yuk, Tanggap Dan Bijak Berbagi Informasi Bencana Alam Melalui Aplikasi Chat*. Yogyakarta : Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Universitas Gadjah Mada
- Mahameruaji, J.N. dkk. 2018. *Bisnis Vlogging dalam Industri Media Digital di Indonesia*. *Jurnal Ilmu Komunikasi*. 15(1) 63.
- McQuail, Denis. 2011. *Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba
- Moeleng, Lexy. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya & Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Sholihah, Kurnia, 2016 “Analisis Literasi Digital: Studi Pemanfaatan Jurnal Elektronik oleh Mahasiswa Manajemen di Perpustakaan UKSW Salatiga”. Tesis. Fakultas Ilmu Perpustakaan dan Informasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Yogyakarta.

Sugiyono. 2009. Memahami Penelitian Kualitatif. Bandung : Alfabeta

Tamburaka, Apriadi. 2013. *Literasi Media: Cerdas Bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: Raja Grafindo Persada

Youtube. Ajo Arif.

[https://www.Youtube.com/channel/UCqRE6tUZ4iX\\_uUQzV6ZDgbw](https://www.Youtube.com/channel/UCqRE6tUZ4iX_uUQzV6ZDgbw) diakses tanggal 12 April 2019 pukul 10.00 wib

Youtube. Hariza Nasyid.

<https://www.Youtube.com/channel/UCsryObnqkj6ct8yni-8rR-Q> diakses tanggal 12 April 2019 pukul 10.16 wib

Youtube. Oji MM.

<https://www.Youtube.com/channel/UCgtZepolnLMRAKwGN6OLxZw> diakses tanggal 12 April 2019 pukul 10.30 wib



## LAMPIRAN



Wawancara dengan Informan 1 Arifmansyah



Wawancara dengan Informan 2 Faisol Rizal





Wawancara dengan Informan 3 Muhammad Sumraji



Wawancara dengan Informan Ahli Mas Gilang

## INTERVIEW GUIDE

### 1. Mengakses

- Bagaimana anda mengetahui aplikasi YouTube ?
- Bagaimana anda bisa mengunggah konten YouTube ?
- Bagaimana anda mengetahui fitur YouTube beserta fungsinya ?

Antara lain :

1. Trending
  2. Subscribe
  3. Beranda
  4. Koleksi
  5. History
  6. Fitur Pencarian Dengan Filter
  7. Unggah Video
  8. Like, Unlike, Share, Download, Saved
- Bagaimana anda mengetahui cara mencari konten atau informasi yang ada di YouTube ?

### 2. Menyeleksi

- Bagaimana anda menyeleksi konten yang anda lihat di YouTube ?
- Bagaimana anda menyeleksi konten yang akan anda unggah di YouTube ?
- Bagaimana anda merencanakan konten yang akan anda unggah ?
- Bagaimana kriteria konten yang anda seleksi ?



### 3. Memahami

- Bagaimana anda memahami konten yang disampaikan youtuber lain yang anda lihat ?
- Bagaimana anda memahami konten yang akan anda unggah di YouTube ?

### 4. Menganalisis

- Bagaimana anda mengetahui latar belakang konten (video yang anda tonton) dan pembuat kontennya (kreator) ?
- Bagaimana anda menuangkan pesan atau maksud dalam konten yang anda buat ?

### 5. Memverifikasi

- Bagaimana cara anda melakukan verifikasi terhadap konten yang anda unggah ?
- Bagaimana cara anda melakukan verifikasi terhadap konten yang anda tonton ?

### 6. Mengevaluasi

- Bagaimana cara anda menyampaikan kritik dan saran terhadap konten anda tonton di Youtube ?
- Bagaimana cara anda menyikapi kritik dan saran terhadap konten yang anda unggah

### 7. Mendistribusikan

- Bagaimana cara anda menyebarkan informasi konten yang anda tonton Youtube?
- Bagaimana cara anda menyebarkan konten yang anda unggah di youtube ?

### 8. Memproduksi

- Bagaimana cara anda memproduksi konten Youtube ?

- Bagaimana anda informasi yang anda dapatkan anda terapkan dalam pembuatan konten Youtube anda ?

#### 9. Berpartisipasi

- Bagaimana cara anda bertukar pikiran dengan pembuat konten YouTube yang lain ?
- Bagaimana cara anda agar aktif dalam komunitas pembuat konten di Youtube

#### 10. Berkolaborasi

- Bagaimana cara menyatukan ide yang beragam ketika melakukan kolaborasi konten di Youtube ?
- Bagaimana cara anda berkerjasama dengan masyarakat dalam pembuatan konten Youtube ?



## CURRICULUM VITAE



### A. Biodata Pribadi

Nama Lengkap : Imada Muhammad Hammad  
Jenis Kelamin : Laki-Laki  
Tempat, Tanggal Lahir : Bantul, 16 September 1995  
Alamat Tinggal : Krapyak Kulon Rt. 09 Panggunharjo,  
Sewon, Bantul, DI Yogyakarta  
Email : madadane16@gmail.com  
No. HP : 0877-3503-0605

### B. Latar Belakang Pendidikan Formal

Jenjang	Nama Sekolah	Tahun
TK	TK Ndasari Budi	2001 - 2002
SD	SDN Suryodiningratan 3	2002 - 2008
SMP	Mts Raudlatul Ulum	2008 - 2011
SMA	MA Raudlatul Ulum	2011 - 2014
S1	UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta	2014 - 2019

### C. Pengalaman Organisasi dan Kepanitiaan

2014-2017	Komunitas NEON
2016	Panitia Welcoming Expo
2017	Panitia ADUIN