

**HUBUNGAN MENONTON CHANNEL YOUTUBE REMOTIVI DAN  
PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA KADER PELAJAR ISLAM**  
**INDONESIA YOGYAKARTA BESAR**



**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi**

**Universitas Islam Negeri Yogyakarta**

**untuk Memenuhi Sebagian Syarat-syarat**

**Memperoleh Gelar Sarjana Stara I**

**Oleh:**

**HERSHA RAHMAWATI**

**NIM. 16210036**

**STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**  
Pembimbing:  
**Drs. Abdul Rozak, M.Pd**  
**NIP. 19671006 199403 1 003**

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA**

**2020**

## ABSTRAK

Hersha Rahmawati, NIM. 16210036,2020. Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Skripsi. Yogyakarta: Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

Youtube merupakan salah satu *platform* media sosial yang terbanyak diakses yaitu 88 persen dari total penggunanya pada tahun 2019. Media yang berbasis video ini telah banyak digunakan untuk beberapa kepentingan. Terdapat salah satu channel Youtube yang mengulas tentang literasi media yang harus menjadi pemahaman setiap pengguna media sosial. Hal ini dikarenakan dampak yang ditimbulkan dari menggunakan media sosial itu sendiri, terkhusus pada para pelajar atau remaja yang rentan dalam usianya.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana intensitas menonton channel youtube Remotivi pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar, bagaimana pemahaman literasi media mereka dan adakah hubungan antara intensitas menonton channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Teori yang digunakan adalah Efek Media Moderat dan *uses and gratifications*. Uji Validitas menggunakan rumus *Pearson Produk Moment*, sedangkan uji reliabilitas menggunakan rumus *Alpha Cronbach* dengan bantuan SPSS versi 22. Jenis analisis penelitian ini adalah survey menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi. Data berupa skala ordinal dengan menggunakan rumus korelasi tata jenjang / *Spearman Rank Order Correlation*. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner, wawancara, studi pustaka dan dokumentasi. Dan jumlah populasi dalam penelitian ini sebanyak 90 orang dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *Purposive sample*, sehingga mendapat 30 responden.

Dari pengolahan data, ditemukan bahwa terdapat hubungan antara menonton channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Hal tersebut dilihat dari nilai yang didapat sebesar 0,47 dengan nilai perbedaan kuadrat yakni 2387. Tingkat signifikansi yang dipilih yakni 5% pada table distribusi nilai *rho* dengan N 30 yakni 0,364. Karena 0,47 lebih besar dari 0,364 maka hubungannya dinyatakan signifikan. Dan dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hubungan keeratan kedua variabel dinyatakan cukup.

**Kata Kunci : Literasi Media, Intensitas Menonton Channel Youtube Remotivi, Teori Efek Media.**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang betanda tangan di bawah ini :

Nama : Hersha Rahmawati  
NIM : 16210036  
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI)  
Fakultas : Dakwah dan Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya, bahwa skripsi saya yang berjudul : **Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar** adalah hasil karya pribadi yang tidak mengandung plagiarisme dan tidak berisi materi yang dipublikasikan atau ditulis orang lain, kecuali bagian-bagian tertentu yang menyusun ambil sebagai acuan dengan tata cara yang dibenarkan secara ilmiah.

Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka penyusun siap mempertanggungjawabkannya sesuai hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 22 Juni 2020

Yang menyatakan,



Hersha Rahmawati  
16210036



KEMENTERIAN AGAMAN  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856  
Yogyakarta 55281

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Di Yogyakarta

Assalamualaikum wr.wb

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk, dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, maka kami selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Hersha Rahmawati

NIM : 16210036

Judul Skripsi : Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar

sudah dapat diajukan kembali kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam Bidang Ilmu Sosial

Dengan ini kami megharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Mengetahui:  
Ketua Program Studi

Yogyakarta, 03 Agustus 2020  
Pembimbing Skripsi

Dr. Musthofa, S.Ag., M.Si  
NIP. 19680103 199503 1 001

Drs. Abdul Rozak, M.Pd  
NIP. 19671006 199403 1 003



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 515856 Fax. (0274) 552230 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-797/Un.02/DD/PP.00.9/09/2020

Tugas Akhir dengan judul : HUBUNGAN MENONTON CHANNEL YAOUTUBE REMOTIVI DAN PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA KADER PELAJAR ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA BESAR

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HERSHA RAHMAWATI  
Nomor Induk Mahasiswa : 16210036  
Telah diujikan pada : Senin, 31 Agustus 2020  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR

Ketua Sidang

Drs. Abdul Rozak, M.Pd  
SIGNED

Valid ID: 5f6b25efd326d



Pengaji I

Dr. Hamdan Daulay, M.Si., M.A.

SIGNED



Valid ID: 5f68af4ed4cb



Valid ID: 5f643e03c5643



Valid ID: 5f643e03c5643

Yogyakarta, 31 Agustus 2020

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.

SIGNED

Valid ID: 5f6c222982057



MOTTO

**Maka sesungguhnya bersama kesulitas itu ada kemudahan.  
Sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan.**

*“Al – Insyiroh 5-6”*

**“Belajar terbaik itu dengan menikmati dan menghargai sebuah proses dalam hidup, sehingga kamu hidup bukan untuk nilai semata, tapi menghidupkan sebuah kehidupan”**

*“Hersha Rahmawati”*



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

**Skripsi ini peneliti persembahkan untuk:**

**Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam  
Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga  
Yogyakarta**

**Seluruh orang yang hadir dalam membeikan proses dalam hidup ini.**



## KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan Alhamdulillahirobbila' alamin, segala puji dan rasa syukur kepada Allah *subhanahuwata'ala* yang telah memberikan segala rezeki, nikmat sehat, nikmat iman, dan segala kemudahan dalam penyusunan skripsi ini, sehingga penulis dapat menyelesaiannya. Tak lupa sholawat dan salam kita kami junjungkan kepada Nabi Muhammad Salallohu'alaihi wassalam karena beliaulah yang menjadi tauladan dan membawa ajaran Islam dan mengenalkan Al-Quran sebagai petunjuk kebenaran bagi ummat seluruh alam. Semoga pada hari akhir kelak kita diberikan syafa'at oleh Nabi Muhammad Salallohu'alaihi wassalam.

Aamiin.

Selanjunya, skripsi ini tidak akan selesai tanpa bantuan, dukungan, dan doa dari orang-orang hebat disekitar saya. Tidak mudah menyelesaikan skripsi ini, dikarenakan terjadinya pandemi Covid-19 hampir diseluruh dunia yang sedikit banyaknya mengubah tatanan kehidupan normal khususnya dalam lingkup pendidikan. Oleh karena itu, saya mengucapkan terimakasih yang setulus-tulusnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Phil. Al Makin,S.Ag, M.A. selaku Rektor UIN Sunan Kalijaga,
2. Kedua Orang tua saya, Ayah: Marlis Chan dan Ibu: Zulhemi yang selalu mendokan, menyayangi dan mendukungku serta selalu ada untukku dalam keadaan apapun. Semoga Allah mempertemukan kita di syurga.

3. Ibuk Prof. Dr. Hj. Marmunah, M.Pd selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi.
4. Bapak Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos. M.Si selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
5. Bapak Drs. Abdul Rozak, M.Pd selaku Dosen Penasehat Akademik sekaligus Dosen Pembimbing Skripsi yang telah memberi arahan dan bimbingan selama proses perkuliahan dan juga selama proses penelitian berlangsung.
6. Seluruh jajaran dosen dan staff Fakultas Dakwah dan Komunikasi
7. Kakak-kakak yang menjadi penyemangat dalam setiap menyelesaikan perkuliahan saya, Rahmi Yetti, Nurhamidah, Nurlaili Isra. Beserta adik-adik saya, Rahmat Hidayat dan Fatimah Aliyatul Iffah, semoga kalian menjadi anak-anak yang lebih baik dari akak, menjadi anak yang sholeh dan sholehah, membanggakan orang tua dan tentunya bermanfaat bagi masyarakat, bangsa, dan agama.
8. Mamak, etek, abang, kakak,adik, dan seluruh keluarga besar nenek yang tergabung di Grup My Beloved Family, terima kasih atas doa dan *support* untuk selalu mendukung saya di perantauan.
9. Responden penelitian, Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar.
10. Seluruh Kader Pelajar Islam Indonesia se-nusantara, Pengurus Wilayah Yogyakarta Besar Periode 2016-2018 dan Pengurus Wilayah periode 2018-2020 yang telah memberikan wadah kepada saya untuk berproses mengolah rasa, belajar banyak dalam memungut Ilmu. Semoga Pengurus Wilayah

Yogyakarta Besar selanjutnya menjadi generasi yang lebih baik dari sebelum-sebelumnya. Terima kasih sudah menjadi rumah kedua di Yogyakarta.

11. Sederetan orang yang selalu ada selama menempuh suka duka di Yogyakarta. Terima kasih Kak Aisyah Chairil yang sudah menjadi inspiratorku sejak di MAN/MAPK Koto Baru dan telah banyak memberikan sumbangsih ilmu dan pengalaman luar biasa. Sahabat seperjuangan yang selalu memberikan semangat dalam proses penyusunan skripsi, tempat berbagi cerita suka dan duka. Terimakasih kepada Zaimatuz Zakiyah sahabat satu kampung, satu sekolah, satu kampus, dan satu kos di Yogyakarta.
12. Seluruh teman-teman KPI UIN Sunan Kalijaga angkatan 2016 yang telah menemani proses perkuliahan dan juga memberikan semangat positif untuk terus melangkah.
13. Keluarga se Minagkabau, IMAMI (Ikatan Mahasiswa Minang) Yogyakarta dan JAMAYYKA (Jaringan Alumni MAN/MAPK Koto Baru Yogyakarta). Terimakasih telah menjadi paguyuban tampek palapeh taragak dan galak basamo selama di perantauan.
14. Media Aisyiyah Pusat di Yogyakarta yang sudah bersedia memberikan pengalaman praktek kerja di dunia Jurnalistik.
15. Teman-teman serta warga KKN kelompok 86 Dusun Kobar Kelurahan Kalirejo Kecamatan Salaman Kabupaten Magelang. Terima kasih sudah saling bekerja sama dalam proses pengabdian kepada masyarakat.

16. Keluarga Asrama Hamasah yang telah menjadi tempat tinggal pertama di Yogyakarta dan telah banyak memberikan bekal ruhaniyyah dan banyak memberi kemudahan dalam urusan sehari-hari.
17. Kakak, adik, dan teman yang pernah mengalami proses bersama belajar di organisasi Suka TV, Rasida (Radio Siaran Dakwah), LPM Rhetor, KAMMI (Kesatuan Aksi Mahasiswa Muslim Indonesia) dan Exact (Excellent Academic Community). Terima kasih atas segala sumbangsih ilmu dan pengalaman yang luar biasa.

Yogyakarta, 01 Maret 2020

Penulis,



Hersha Rahmawati  
16210036



## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK .....	ii
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
MOTTO .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	xi
DAFTAR ISI.....	xii
DAFTAR TABEL.....	xiv
DAFTAR GAMBAR .....	xvi

### BAB I: PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumuan Maasalah .....	5
C. Tujuan Dan Manfaat Penelitian.....	6
D. Kajian Pustaka .....	7
E. Kerangka Teori.....	10
F. Hipotesis .....	24
G. Sistematika Pembahasan.....	24

### BAB II: METODE PENELITIAN

A. Jenis Analisis Penelitian.....	27
B. Definisi konseptual .....	27
C. Definisi operasional .....	31
D. Populasi dn sampel .....	33
E. Instrument penelitian .....	33
F. Teknik pengumpulan data .....	37
G. Validitas dan reliabilitas .....	38
H. Analisis data .....	41

### BAB III: GAMBARAN UMUM

A. Gambaran umum akun youtube .....	45
B. Gambaran umum akun youtube remoivi .....	49

### BAB IV: ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN

A. Analisi awal data.....	64
B. Deskriptif hasil penelitian .....	65

### BAB V: PENUTUPAN

A. Kesimpulan .....	82
B. Saran .....	83

### DAFTAR PUSTAKA

### LAMPIRAN-LAMPIRAN



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**

## DAFTAR TABEL

Tabel 1	Kerangka Berfikir : Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar .....	23
Tabel 2	Definisi Operasional Intensitas Menonton Channel Youtube Remotivi .....	31
Tabel 3	Definisi Operasional Pemahaman Literasi Media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar .....	32
Tabel 4	Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Intensitas Menonton Video Channel Youtube Remoti .....	34
Tabel 5	Kisi-kisi Penyusunan Instrumen Pemahaman Literasi Media .	35
Tabel 6	Skala Ordinal .....	36
Tabel 7	Validitas Intensitas Menonton Channel Youtube Remotivi.....	39
Tabel 8	Validitas Pemahaman Literasi Media .....	40
Tabel 9	Uji Reliabilitas .....	41
Tabel 10	Nilai Signifikan Rho.....	43
Tabel 11	Data Jumlah Kader Setiap Kepengurusan .....	59
Tabel 12	Data Responden.....	60
Tabel 13	Responden Berdasarkan Jenis Kelamin .....	62
Tabel 14	Responden Berdasarkan Usia .....	62
Tabel 15	Responden Berdasarkan Tempat Pendidikan.....	62
Tabel 16	Perhatian Responden .....	65
Tabel 17	Pehayatan Responden .....	67
Tabel 18	Durasi Responden .....	68
Tabel 19	Frekuensi Responden .....	69
Tabel 20	Keseluruhan Responden .....	70

Tabel 21	Mengakses Responden .....	71
Tabel 22	Menganalisa Responden.....	72
Tabel 23	Mengevaluasi Responden .....	73
Tabel 24	Mengkomunikasikan Responden .....	74
Tabel 25	Pemahaman Literasi Media Secara Keseluruhan.....	75



## **DAFTAR GAMBAR**

Gambar 1 Logo Remotivi

Gambar 2 Lambang PII



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Tidak bisa dipungkiri lagi bahwa pesatnya perkembangan teknologi memberikan perubahan pula pada kemajuan media di dunia. Adanya internet pada abad ke 21 ini memberi peluang semakin beragamnya bentuk komunikasi antar manusia. Salah satunya terlihat dari media konvensional yang mencoba berkamuflase menjadi media digital yang semakin marak digunakan oleh berbagai kalangan masyarakat. Kita bisa membanggakan dengan segala manfaat dan kegunaan dari media digital pada saat ini, namun tidak ketika melihat fakta yang berada di lapangan. Tanpa disadari, media sedikit banyaknya telah mengkonstruksi perilaku, gaya hidup serta cara berpikir seseorang<sup>1</sup>. Banyaknya kasus di mana seseorang terpengaruh pada tontonan berbagai media yang tidak bertanggung jawab dalam penayangannya. Dampaknya dari bentuk tayangan mulai dari kekerasan, intimidasi dan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai budaya bangsa Indonesia teraplikasikan bias di masyarakat.

Ketika intensitas konten negatif lebih banyak dari pada konten pendidikan maka prilaku atau efeknya juga akan berdampak negatif terutama pada khalayak

---

<sup>1</sup>Ika Merdekawati Kusmayadi, Sandi Jaya Saputra, dan Justito Adiprasetyo, “Pentingnya Literasi Media”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2: 3 (2018), hlm. 1.

remaja yang sebagian besar dapat meniru isi tayangan<sup>2</sup>. Terlebih lagi pada media sosial yang sudah menjamur penggunanya. Mulai dari anak-anak sampai orang tua. Tidak bisa dipungkiri bahwa media sosial mempunyai dampak besar pada kehidupan seseorang, terkhusus pada seorang remaja. Media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa media sosial<sup>3</sup>. Salah satu tawaran dari pemasalahan ini adalah menanamkan pemahaman dan pengetahuan terhadap pentingnya literasi media, namun fokus ini hanya terlihat pada kalangan akademisi seperti mahasiswa, dosen dan pegiat media saja, akan tetapi bidikan pada kalangan remaja ataupun pelajar masih kurang teperhatikan. Untuk mewujudkan hal ini banyak bentuk yang seharusnya bisa dilakukan, seperti memilih dan menonton tayangan-tayangan yang bermanfaat yang bisa memberikan wawasan terkait literasi media. Bekal literasi media pada remaja sangat penting mengingat mereka merupakan generasi penerus bangsa yang diharapkan dapat menjadi aset yang berharga dalam peradabannya<sup>4</sup>.

Salah satu produk teknologi informasi adalah media *online* yang sangat populer dalam pemanfaatan kepentingan publik. Seperti halnya lembaga independen pemerintah KPI (Komisi Penyiaran Indonesia) dalam memasifkan

<sup>2</sup> Aditsa Amalia Muthmainah, *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru Oleh Remotivi Tahun 2017*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UMY, 2018), hlm.2.

<sup>3</sup> Wilga Secsio Ratsja, R. Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja”, *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3: 1 (tt.), hlm. 48.

<sup>4</sup> Rahayu Ginarti, *Hubungan Intensitas Menonton Sinetron Remaja Terhadap Kesadaran Literasi Media oleh RemzzcGHYF GI7 aja (Studi pada Siswa MAN Wonokromo)*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 5.

media *online* untuk memberikan pendidikan media bagi masyarakat, hal ini juga diikuti oleh beberapa lembaga swadaya dalam mengembangkan literasi media, salah satunya adalah Remotivi.

Remotivi merupakan sebuah pusat studi media dan komunikasi. Cakupan kerjanya meliputi penelitian, advokasi, dan penerbitan. Dalam hal ini mereka membuat video-video pendek yang memuat dari hasil kerja mereka. Tidak jarang konten-konten yang dibuat berisikan tentang riset seputar literasi media dan komunikasi. Video tersebut kemudian di publikasikan melalui media *online* yang platformnya adalah *Youtube*. Sampai sekarang Remotivi sudah mencapai lebih dari 173 ribu *subsciber* dan ada 121 video yang di *upload*<sup>5</sup>. Konten yang dihadirkan oleh Remotivi bisa dilihat dari *playlist* video yang diunggah. Seperti, pemaparan terkait komersialisasinya media, analisis sebuah tayangan, hal-hal yang tidak dikatakan media pada umumnya, dan beberapa analisis untuk pemahaman literasi media yang penting untuk khalayak tahu. Hal ini tentu dapat membuka wawasan penonton terkait positif dan negatifnya media *mainstream*. Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) mengapresiasi Remotivi dengan memberikan penghargaan Tasrif Award di tahun 2014 karena kepedulian Remotivi dalam menegakkan kebebasan pers, kebebasan berekspresi dan berpendapat, serta dalam menyebarkan nilai-nilai keadilan dan demokrasi melalui media daringnya. Di negara yang menganut demokrasi ini, Remotivi harusnya menjadi alternatif tontonan semua kalangan, terkhusus pada seorang pelajar yang menjadi kualifikasi sebagai remaja. Kecakapan

---

<sup>5</sup> Profil Remotivi, <https://www.remotivi.or.id/profil>, diakses pada 26 November 2019.

pemahaman literasi perlu diketahui agar dapat mengetahui pesan mana yang seharusnya diambil dan pesan mana yang harusnya ditinggalkan.

Literasi media atau yang bisa kita sebut dengan melek media merupakan kecakapan yang harus dimiliki oleh khalayak pengguna media agar tidak salah jalan dalam merepresentasikan pesan media. Tidak sedikit khalayak menelan mentah-mentah informasi di media yang belum tentu positif dalam penyebarannya. Revolusi industri yang semakin gencar ini, tidak cukup hanya dapat mengoperasikan media dengan baik, namun juga kritis terhadap konten-konten yang ada di media tersebut<sup>6</sup>.

Berdasarkan pemaparan di atas, peneliti ingin meneliti bagaimana hubungan channel youtube Remotivi sebagai salah satu media *online* dalam memberikan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Subyek dalam penelitian ini adalah kader dari salah satu organisasi pelajar tertua, yakni Pelajar Islam Indonesia (PII). Pemahaman literasi media ini perlu didukung oleh lingkungan terdekat salah satu wadahnya bisa melalui organisasi. Melirik dari sejarah, organisasi Pelajar Islam Indonesia pernah menjadi organisasi pelajar islam terbesar di Indonesia pada tahun ke 4 sejak berdirinya (1951). Pada “Kongres Muslimin Indonesia tahun 1949” memutuskan bahwa satu-satunya organisasi Pelajar Islam adalah “Pelajar Islam Indonesia (PII)”. Pada saat ini Pelajar Islam Indonesia (PII) masih eksis, terbukti sejak tahun 1947 sampai sekarang masih masif dalam mencetak kader yang menuntun terciptanya

---

<sup>6</sup> Ginarti, *Hubungan Intensitas Menonton Sinetron Remaja Terhadap Kesadaran Literasi Media oleh Remaja (Studi pada Siswa MAN Wonokromo)*, hlm. 5.

tujuan PII yaitu kesempurnaan pendidikan dan kebudayaan yang berdasarkan Islam bagi segenap bangsa Indonesia. PII lahir di Yogyakarta tahun 1947, dan sampai sekarang dalam struktural pengurus tingkat daerah dan wilayah di Yogyakarta tetap ada dan masih aktif. Selain dari faktor sejarah, kader-kader Pelajar Islam Indonesia pada umumnya terdiri dari para pelajar di bangku SMP dan SMA (atau sederajatnya).

Layaknya remaja pada umumnya, kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta juga memiliki kecenderungan labil dalam menentukan sikap yang dipengaruhi oleh media.. Dalam hal ini pelajar harus dibendungi dengan sikap kritis berbentuk literasi media. Dari pemaparan di atas peneliti tertarik meneliti bagaimana hubungan menonton Channel YouTube Remotivi dalam pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar. Harapannya ke depan pemahaman literasi media bisa digerakkan melalui menonton Channel YouTube yang dipaparkan oleh remotivi sebagai lembaga swadaya yang bergerak pada bidang riset media dan komunikasi.

## STATE ISLAMIC UNIVERSITY SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA

### B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka rumusan masalah dari penelitian ini adalah:

1. Bagaimana intensitas mengakses channel YouTube Remotivi pada kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar?
2. Bagaimana pemahaman literasi media kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar ?

3. Bagaimana hubungan antara intensitas menonton channel Youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar?

### C. Tujuan dan Manfaat Penelitian

#### 1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui intensitas mengakses channel YouTube Remotivi pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar.
- b. Untuk mengetahui pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar.
- c. Untuk mengetahui hubungan intensitas menonton channel YouTube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar.

#### 2. Manfaat

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

- a. **Manfaat Akademis.**

Penelitian ini diharapkan menjadi salah satu kontribusi bagi pengembangan kajian dan riset Ilmu Komunikasi pada umumnya, dan khususnya di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.

### b. Manfaat Praktis

Manfaat lain dari penelitian ini antara lain menambah wawasan dan ilmu pengetahuan bagi mahasiswa, praktisi, akademisi, seluruh lapisan masyarakat yang membaca penelitian ini.

### D. Kajian Pustaka

Telaah pustaka berfungsi sebagai menghindari adanya pengulangan penelitian dan sebagai penguat bahwa penelitian ini bukan hasil jiplakan/*plagiat*. Beberapa telaah pustaka yang akan saya paparkan sebagian besar dari skripsi-skripsi berbagai universitas, di antaranya :

Pertama, Penelitian ditulis pada 2017 oleh Rahma Novita Alim Putri seorang mahasiswi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang berjudul “Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma’arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015. Penelitian ini membahas terkait selektivitas dalam menonton televisi yang dipengaruhi oleh pemahaman literasi media yang ada pada siswi-siswi MTs Ma’arif Candimulyo angkatan 2015, yang mana televisi masih menjadi primadona bagi anak-anak dan remaja dalam mencari informasi atau sekedar mendapat hiburan dan kondisi dari pemilik stasiun televisi pun kini kian berlomba-lomba untuk menyajikan berbagai jenis tayangan yang dapat menarik perhatian masyarakat untuk sekedar mencari rantaing ataupun tetap bisa eksis tanpa memandang siapa pemirsanya. Hal ini berpengaruh pada anak-anak dan remaja dalam memilih tayangan yang sesuai

dengan umur mereka. Penelitian ini menggunakan teori *uses dan gratification* dengan definisi konsep berupa tingkat pemahaman literasi media dan selektivitas menonton tayangan televisi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif statistik diferensial dengan teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner dan wawancara. Hasil temuan penelitian ini bahwa tingkat pemahaman literasi media siswa-siswi MTs Ma'arif Candimulyo angkatan 2015 paling banyak masuk kategori sedang dengan responden sebanyak 53 orang atau 69,3% dari hasil pengolahan data, kemudian untuk tingkat selektivitas menonton tayangan televisi masuk kategori sedang dengan responden sebanyak 51 orang atau 69% .

Perbedaan dari penelitian ini terletak pada subjek penelitian. Seterusnya, memiliki persamaan dari teori yang digunakan yaitu *uses dan gratification* dan sama-sama meneliti hubungan dari pemahaman literasi media namun terhadap selektivitas siswa-siswi pada tayangan menonton televisi<sup>7</sup>.

Kedua, Artikel E-Journal oleh Evi Nuryani pada tahun 2014 yang berjudul “Hubungan Intensitas Mengakses *Facebook* dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang” Penelitian ini menggunakan mendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian menggunakan korelasi yang menghubungkan dua variabel. Penelitian ini mengambil semua populasi siswa/siswi kelas 2 SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang yang menggunakan *Facebook* sebanyak 109 siswa dan mendapati sampel sebanyak 53 siswa/i. Hasil dari penelitian ini terdapat

---

<sup>7</sup> Rahma Novita Alim Putri, *Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma'arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2017).

hubungan yang sangat tinggi dan signifikan antara intensitas mengakses *Facebook* dengan motivasi belajar siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang.

Persamaan penelitian tersebut dengan yang akan dilakukan peneliti terletak pada jenis penelitian yang menggunakan korelasi untuk mengetahui hubungan dua variabel dan pembahasan dampak dari penggunaan media sosial. Sedangkan untuk perbedaanya terletak pada objek dan subjek penelitian yang digunakan, yaitu channel Youtube Remotivi dan kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar<sup>8</sup>.

Ketiga, Artikel E-Journal yang diterbitkan pada Acta Diurna pada tahun 2017 yang berjudul “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi” oleh Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilana<sup>9</sup>. Penelitian ini menggunakan metode korelasional yang bertujuan untuk mengetahui kekuatan atau bentuk arah hubungan di antara dua variabel dan besarnya pengaruh yang disebabkan oleh variabel yang satu terhadap yang lainnya. Lalu cara pengambilan sampel adalah dengan sistem kuota yaitu diambil 10 % dari jumlah mahasiswa setiap angkatan dan nanti dijumlahkan untuk menjadi total sampel.

Hasil analisis koefisien korelasi pengaruh konten *Vlog* terhadap pembentukan sikap dengan rumus *Produk Moment* memperoleh hasil sebesar 0,61 dimana bila dikonsultasikan dengan tabel interpretasi nilai korelasi menunjukkan

---

<sup>8</sup> Evi Nuryani, “Hubungan Intensitas Mengakses *Facebook* dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang”, *eJournal Ilmu Komunikasi*, Vol 2 No.3 (2014)

<sup>9</sup> Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilana, “Pengaruh Konten *Vlog* dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, *e-journal Acta Diurna*, vol. VI. No.1 (2017).

hubungan yang kuat. Hasil koefisien determinasinya adalah sebesar 37,21 %. Persamaan dengan penelitian yang akan dilakukan adalah metode kuantitatif yang digunakan dan juga meneliti tentang pengaruh dari menonton media baru yakni Youtube. Namun perbedaan dari penelitian yang akan dilakukan berfokus pada pemahaman literasi media, sedangkan artikel jurnal ini fokus pada perubahan sikap secara umum.

## E. Kerangka Teori

### 1. Literasi Media

Permulaan pengenalan konsep literasi media di Indonesia dikembangkan pada tahun 1990, hal ini terbilang terlambat jika dibandingkan dengan negara-negara maju di dunia. Meskipun konsep literasi media telah masuk ke Indonesia sejak tahun 1990, namun konsep ini masih mencari bentuk yang tepat untuk diterapkan di Indonesia. Ketika menjelang tahun 2000 konsep literasi mendapat perhatian lebih dengan adanya demokratisasi media pada era reformasi di mana media pada saat itu mendapatkan kebebasan dalam penayangan isi media, setelah berada pada masa ketatnya pengontrolan pemerintah<sup>10</sup>.

Dampak dari kebebasan ini tentu mengusung industri media swasta yang memanfaatkan kekuatan media pada era ini. Media yang seharusnya mempunyai porsi terbanyak dalam keseimbangan informasi, malah menanam fokus pada komersialisme. Hal ini tentu berdampak pada konten dan cara pandang media

---

<sup>10</sup> Sri Hadijah Arnus, *Literasi Media: Cerdas Dan Bijak Menikmati Konten Media Baru*, vol. 10 : 1 (2017), hlm. 9.

terhadap suatu informasi, di mana nanti akan diteruskan kepada khalayak dan hal ini berpengaruh pada pemahaman informasi yang diterima oleh khalayak. Untuk itu, pemahaman terkait literasi media harus menjadi fokus arah gerak pendidikan dan kebudayaan bagi semua elemen masyarakat.

Literasi media berasal dari bahasa Inggris yang terkandung di dalamnya dua suku kata, yaitu media sebagai tempat pertukaran pesan dan *literacy* berarti melek. Hal ini merujuk pada kemampuan khalayak dalam melek terhadap media, pesan media massa dalam konteks komunikasi massa<sup>11</sup>. Secara sederhana, pemahaman literasi media atau melek media adalah bagaimana khalayak mampu memilih atau menyaring (*filter*) isi pesan atau informasi yang dipaparkan oleh media. Di mana penerima pesan mampu membedakan mana yang dianggap penting atau baik dan mana yang dianggap buruk. Harapannya khalayak semakin cerdas, aktif dan kritis sehingga tidak mudah mempercayai begitu saja pesan yang disampaikan media. Karena inilah penting adanya media edukasi dalam konteks literasi media<sup>12</sup>.

Ditambah lagi menurut Zaccetti yang mengemukakan definisi literasi media berdasarkan pendekatan kritis,yaitu<sup>13</sup>:

“Literasi media adalah kemampuan untuk mengakses,untuk memahami mengevaluasi secara kritis isi media dan aspek media yang berbeda,serta untuk menciptakan komunikasi dalam berbagai konteks. Literasi media berhubungan dengan semua media,termasuk televisi dan

---

<sup>11</sup> *Ibid.*, hlm. 10.

<sup>12</sup> Dewi Novianti dan Siti Fatonah, “Model Literasi Media di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Pada Kec. Gondomanan Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul Di Yogyakarta )”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14 No. 2 (2016), hlm. 104.

<sup>13</sup> Herry Hermawan, *Literasi Media: Kesadaran dan Analisis* (Yogyakarta: Calpulis, 2017), hlm. 54.

film,radio dan rekaman musik, media cetak,Internet dan teknologi komunikasi digital lainnya.”

Dari definisi di atas, nampak bahwa literasi media tidak hanya berkutat pada kemampuan membaca dan menulis saja, akan tetapi lebih luas daripada itu. Banyaknya definisi tentang literasi media, namun secara garis besar menyebutkan bahwa literasi media berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil control atas media. Literasi media merupakan sebuah skill menilai makna dalam setiap jenis pesan, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Intinya adalah literasi media berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. menjadi kunci bagi gerakan literasi media yaitu kesadaran kritisnya<sup>14</sup>.

Art Silverblatt seorang profesor Emeritus dalam bidang komunikasi dan jurnalisme menekankan pengertian literasi media pada beberapa elemen, diantaranya: (1) kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan sosial; (2) pemahaman akan proses komunikasi massa; (3) pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media; (4) kesadaran bahwa isi media adalah teks yang menggambarkan kebudayaan dan diri kita sendiri pada saat ini; dan (5) mengembangkan kesenangan pemahaman dan penghargaan terhadap isi media.

Tujuan literasi media tidak hanya untuk menghafal fakta-fakta tentang media, namun lebih kepada mengeksplorasi pertanyaan yang muncul ketika

---

<sup>14</sup> <https://www.literasipublik.com/pengertian-literasi-media>, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

seseorang terlibat secara kritis dengan pesan media, baik cetak maupun elektronik<sup>15</sup>.

Kembali Silverblatt menyebutkan ada empat tujuan literasi media, yaitu kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial. Namun kesadaran yang utama memberikan berbagai manfaat bagi khalayak untuk mendapatkan informasi secara benar terkait *coverage* media dengan membandingkan antara media yang satu dengan yang lain secara kritis; lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; menginterpretasikan pesan media; membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara memperlajari kebudayaan; mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah yang memengaruhi isi media; serta mempertimbangkan media dalam keputusan-keputusan individu. Ini karena media bukanlah entitas yang netral. Ia selalu membawa nilai, baik politik, maupun budaya. Keseluruhannya dapat memberikan dampak bagi individu bagaimana ia menjalani kehidupan sehari-hari.

Dalam mengukur pemahaman literasi media dapat menggunakan definisi menurut *Nasional Leadership Conference on Media Education* dan diperkuat oleh Sonia Livingstone yang terbagi menjadi empat indikator.

a. Mengakses

Pemahaman dan pengetahuan mengoperasionalkan dan mengakses media dan mampu memahami isi pesan. Pengetahuan tentang mengoperasikan media merupakan salah satu kemampuan awal yang harus dimiliki oleh khalayak dalam mencari informasi yang ada. Mengakses informasi adalah mencari dan mengambil

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 55.

informasi dari suatu sumber untuk dijadikan referensi<sup>16</sup>. Hal inilah yang nantinya akan menjadi bahan untuk kita bisa menyaring pesan pada media.

### b. Menganalisa

Mampu memahami tujuan pesan media dan dapat mengidentifikasi pengirim pesan melalui media dan mengetahui apa isi pesan yang disampaikannya. Menurut Gorys Keraf, analisa adalah sebuah proses untuk memecahkan sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu sama lainnya. Sedangkan menurut Komarrudin mengatakan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan terpadu<sup>17</sup>. Dalam hal ini khalayak dapat menerapkannya dalam melihat media sebagai penyampaian pesan atau informasi.

### c. Mengevaluasi

Mampu memahami tujuan pesan media dan dapat mengidentifikasi pengirim pesan melalui media dan mengetahui apa isi pesan yang disampaikannya. Dapat diartikan bahwa mengevaluasi adalah suatu proses perbandingan dan pengukuran dari hasil analisa. Hasil evaluasi dimaksudkan untuk perencanaan kembali.

---

<sup>16</sup> <https://slideplayer.info/slide/13268237/>, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

<sup>17</sup> <https://pengertiandefinisi.com/pengertian-analisa-menurut-ahli/>, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

#### **d. Mengkomunikasikan**

Mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain<sup>18</sup>. Mengkomunikasikan adalah kata kerja dari komunikasi. Kata komunikasi sendiri banyak pendapat dari para ahli. Salah satunya menurut Rogers dan D. Lawrence Kincaid, yaitu suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau pertukaran informasi dengan satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba di saling pengertian luas<sup>19</sup>. Mengkomunikasikan ini bermakna dapat membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

#### **2. Intensitas Menonton Youtube**

Dalam segi kuantitatif intensitas mengarah pada aspek pengukuran sikap atau tindakan yang dilakukan audiensi sebagai subjek yang terarah pada objek. Jika sikap tersebut dilakukan terus menerus atau intensif akan menghasilkan sikap yang lain<sup>20</sup>. Ditambah oleh Azwar, intensitas merupakan kekuatan sikap kedalaman sikap terhadap sesuatu, sedangkan menurut Ajzen, intensitas adalah suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan suatu usaha tertentu memiliki jumlah pada pola tindakan atau perilaku yang sama, yang di dalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhan<sup>21</sup>.

<sup>18</sup> Christiany Juditha, "Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste", *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 15 No. 1 (2017), hlm. 52.

<sup>19</sup> <https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/>, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

<sup>20</sup> Pradika Ismi Putri Nanda, *Hubungan Intensitas Menonton dengan Persepsi Terhadap Isi Pesan pada Sinetron "Dunia Terbalik" Studi pada Ibu-Ibu Kampung Janturan*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 15.

<sup>21</sup> Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di Trans TV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan*

Pemaparan terkait pengertian intensitas di atas maka asumsi dasar yang dibangun dari intensitas menonton channel youtube remotivi adalah ketika seseorang menonton secara terus menerus sebuah media yang dalam hal ini adalah channel Youtube Remotivi, maka akan menimbulkan sikap atau perilaku yang dari sikap *intens* menonton video-video tersebut.

Dalam mengukur kondisi intensitas menonton khalayak, akan diukur melalui ukuran yang objektif sesuai dengan indikator-indikatornya. Azjen membagi intensitas menonton menjadi empat bagian, di antaranya<sup>22</sup>:

**a. Perhatian atau daya konsentrasi dalam menonton**

Perhatian merupakan ketertarikan terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini di ilustrasikan dengan adanya stimulus yang diberikan, kemudian stimulus di respons, dan responnya berupa adanya perhatian individu terhadap pesan yang dimaksud. Perhatian ini juga timbul karena adanya pemenuhan kebutuhan dari khalayak. Memilih channel youtube sebagai media informasi merupakan salah satu bukti bahwa khalayak bersifat aktif.

**b. Penghayatan atau pemahaman terhadap tayangan**

Penghayatan yang dapat berupa pemahaman dan penyerapan akan suatu informasi dan kemudian informasi tersebut dipahami, dinikmati dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Penghayatan dalam menonton tayangan channel Youtue Remotivi meliputi pemahaman dan

---

*Penyiaran Islam*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 15.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 19–20.

penyerapan akan video-video tersebut, kemudian dijadikan informasi baru yang disimpan sebagai pengetahuan oleh individu yang bersangkutan

#### c. Durasi atau Kualitas ke dalam menonton

Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk menonton video channel youtube Remotivi. Durasi ini berkaitan dengan waktu khalayak dalam menonton video channel Youtube Remotivi

#### d. Frekuensi atau tingkat keseringan

Frekuensi merupakan banyaknya pengulangan sikap yang menjadi target. Menonton tayangan Youtube dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda. Hal ini juga dipengaruhi dari frekuensi dari video tersebut *upload* dan juga tergantung dari khalayak.

### 3. Teori Efek Media

Berhubungan dengan media masa, tentunya mempunyai efek kepada khalayak. Sejarah awal studi tentang teori ini lebih cenderung melihat efek tersebut dari segi sikap dan perilaku<sup>23</sup>. Menurut Keith R. Stamm dan John E. Bowes terdapat tiga efek media, yaitu efek tidak terbatas (*unlimited effect*), efek terbatas (*Limited effect*), efek moderat (*non Limited*)<sup>24</sup>.

#### a. Efek tidak terbatas

Efek yang dijadikan bahan perbincangan mengenai komunikasi massa mengatakan bahwa media massa mempunyai efek yang besar ketika menerpa

---

<sup>23</sup> Nurudin dan Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 214.

<sup>24</sup> *Ibid.*

khalayak. Efek tidak terbatas ini didasarkan pada teori peluru atau jarum hipodermik, yaitu khalayak pada posisi pasif dan tidak bisa mengelak terpaan media yang diterima. Analogi ini menunjukkan bahwa peluru mempunyai kekuatan yang luar biasa dalam mempengaruhi khalayak<sup>25</sup>. Adapun asumsi efek tidak terbatas adalah sebagai berikut:

- a.** Adanya hubungan yang langsung antara isi pesan dengan efek yang ditimbulkan
- b.** Penerima pesan tidak mempunyai sumber sosial dan psikologis untuk menolak upaya persuasif yang dilakukan media massa

#### **b. Efek Terbatas**

Teori efek terbatas berbeda dengan teori efek tidak terbatas. Terpaan media yang diberikan kepada khalayak tidak mempunyai pengaruh besar dalam hal sikap dan perilaku, dimana faktor psikologis dan sosial ikut berpengaruh dalam proses penerimaan pesan dari media massa, yaitu proses seleksi, proses kelompok, norma kelompok, dan keberadaan pemimpin opini.

#### **c. Efek Moderat**

Meskipun dua efek sebelumnya diakui, namun ketika zaman terus berubah dan peran komunikasi massa sedemikian berkembang pesat, dibarengi dengan oleh peningkatan pendidikan masyarakat, efek komunikasi massa pun ikut berubah.

Beragam respons akan diberikan oleh manusia dalam menerima pesan yang disajikan oleh media massa. Beberapa hal yang ikut mempengaruhi proses

---

<sup>25</sup> *Ibid.*, hlm. 215.

penerimaan pesan seseorang, misalnya *selektif exposure*. *Selective Exposure* sebenarnya adalah gejala kunci yang sering dikaitkan dengan efek terbatas, tetapi bukti yang di lapangan justru sering bertolak belakang<sup>26</sup>.

Model efek moderat ini sebenarnya mempunyai implikasi positif bagi pengembangan studi media massa. Bagi para praktisi komunikasi, akan menggugah kesadaran baru bahwa sebelum sebuah pesan disiarkan perlu direncanakan dan diformat secara matang dan lebih baik. ini artinya, efek yang dimiliki media massa, tetapi penerimaan efek itu juga dipengaruhi faktor lain diantaranya tingkat pendidikan, lingkungan sosial, kebutuhan, dan sistem nilai yang dianutnya. Sederhananya, semakin tinggi tingkat pendidikan individu, semakin selektif menerima pesan-pesan yang berasal dari media massa<sup>27</sup>.

Teori yang tepat yang dapat menggambarkannya adalah teori kebudayaan atau *cultural theories*. Ditambahkan menurut Stanley Baran dan Dennis Davis bahwa pengalaman terhadap kenyataan merupakan suatu konstruksi sosial yang berlangsung terus menerus, jadi bukan sesuatu yang hanya dikirimkan begitu saja ke publik. Masyarakat tidak hanya bersikap pasif, namun juga berperan aktif mengolah informasi tersebut, membentuknya dan hanya menyimpan informasi yang memang memenuhi kebutuhannya secara kultural<sup>28</sup>.

---

<sup>26</sup> *Ibid.*, hlm. 226.

<sup>27</sup> *Ibid.*, hlm. 227.

<sup>28</sup> Nina Himawanti dan Mutiara Isya, *Mass Media Effect*, (Yogyakarta:Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Mercu Buana,2016) hlm. 15

Pada penelitian ini, peneliti hanya akan menggunakan satu teori efek media saja yaitu teori efek moderat yang dirasa relevan dalam perkembangan pengetahuan dan pengalaman khalayak dan juga perkembangan media massa sekarang ini.

#### 4. **Uses and Gratification**

Waktu ke waktu, teori komunikasi mengalami perkembangan. Begitu juga dengan teori dampak media yang sangat berpengaruh pada khalayak. Salah satunya teori yang paling populer dari bidang komunikasi massa adalah *uses and gratification*. Teori *uses and gratification* merupakan salah satu teori yang mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan khalayak mencari, menggunakan dan memberi tanggapan terhadap isu media secara berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial dan psikologi masing-masing individu<sup>29</sup>. Sebagaimana yang kita ketahui, kebutuhan manusia memiliki motif yang berbeda sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan lingkungan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Perbedaan tersebut tentunya berpengaruh terhadap pemilihan konsumsi media. Hal ini sesuai dengan salah satu asumsi dari teori *uses and gratification* yaitu<sup>30</sup>:

- a. Khalayak adalah pihak aktif dan pengguna media yang mereka lakukan berorientasi pada tujuan.

---

<sup>29</sup> Rahma Novita Alim Putri, *Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma'arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 15.

<sup>30</sup> Morissan, Corry Wardhani, dan Farid Hamid U, *Teori Komunikasi Massa* (Bogor: Ghalia Indonesia, 2010), hlm. 78–80.

- b. Inisiatif untuk mendapatkan kepuasan media ditentukan oleh audiensi
- c. Media berkompetensi dengan sumber kebutuhan kepuasan yang lain
- d. Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak
- e. Nilai isi media ditentukan oleh audiens

Khalayak aktif menurut teori ini tentu berbanding terbalik dengan teori Peluru yang mengasumsikan bahwa khalayak pasif terhadap terpaan media. Menurut teori *uses and gratification*, khalayak bersifat aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Bagaimana audiens memilih media yang mereka inginkan, khalayak secara aktif memilih dan memiliki kebutuhan dan keinginan yang berbeda-beda dalam mengkonsumsi media.

Teori *Uses and gratification* adalah teori sosiologi tentang penggunaan media massa oleh khalayak yang merupakan teks, atau gambar baik yang berbunyi maupun bergerak berupa tulisan atau visual yang disiarkan ( istilah sekarang : di *posting*, di *share* atau di *forward*) dan mereka yang melakukan itu mendapatkan keuntungan sejumlah kepuasan. Dalam artian lain teori memusatkan perhatian pada bagaimana khalayak menggunakan media, lebih dari bagaimana media mempengaruhi khalayak<sup>31</sup>.

---

<sup>31</sup> Ludwig Suparno, : “Uses and Gratifications Theory dalam Media Sosial WA (WhatsApp)”, *Jurnal Communicology*, vol 5: 2 (Desember, 2017), hlm 2

## 5. Hubungan Menonton Dengan Literasi Media

Literasi media merupakan salah satu aspek yang harus dimiliki khalayak ketika mengonsumsi sebuah media. Melek akan media akan membantu khalayak dalam memandang secara objektif antara realita dan apa yang media katakan.

Youtube merupakan media sosial yang masuk pada kategori yang banyak di akses oleh khalayak. Keunikan dari youtube adalah bersifat seperti televisi yang bisa di akses oleh khalayak luas. Hanya dengan bermodalkan kuota internet dan mengunduh aplikasi Youtube, maka khalayak sudah bisa berselancar mengakses apapun di dalamnya. Tidak hanya itu, Youtube juga bisa menjadi ladang mencari penghasilan bagi yang mempunyai *subscriber* dan *viewer* banyak. Karena hal ini Youtube menjadi media sosial favorit yang banyak diakses oleh khalayak.

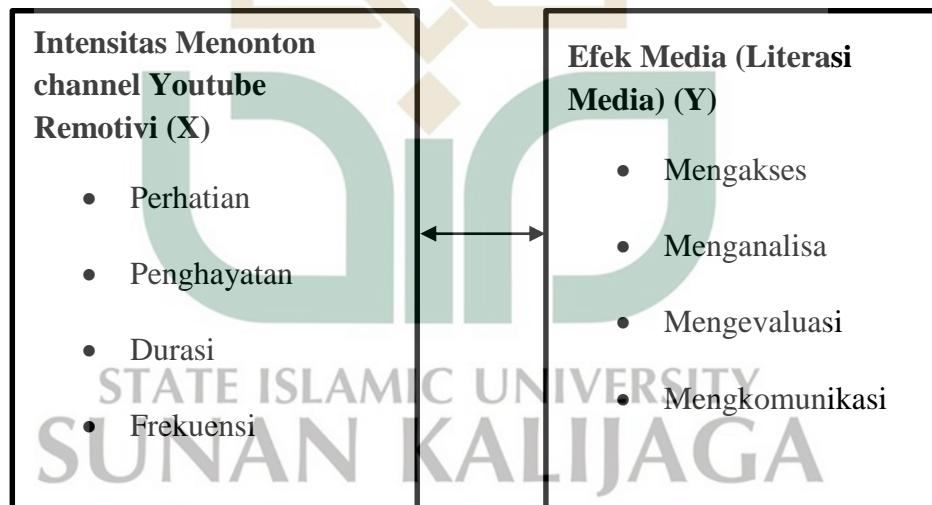
Kekerapan (*intens*) dalam menonton dapat mempengaruhi perilaku khalayak. Setiap media yang digunakan akan memberikan dampak baik atau dampak positif maupun negatif bagi perilaku khalayak. Termasuk video-video yang ada di Youtube sesuai dengan kebutuhan mengkonsumsi media tersebut.

Perubahan Perilaku yang dimaksud pada penelitian ini adalah pemahaman literasi media. Literasi media bisa disederhanakan sebagai melek media, hal ini penting dimiliki oleh khalayak karena realitas media sekarang tidak bisa terlepas dari banyak kepentingan. Demi terciptanya pengolahan pesan yang objektif dari khalayak yang menonton, dibutuhkan kekritisan dan pengetahuan dalam mencerna pesan yang diterima. Dalam penelitian ini ada empat indikator literasi media yang bisa di ukur dari khalayak, yaitu Mengakses, Menganalisa, Mengevaluasi, dan Mengkomunikasikan.

Perubahan perilaku yang dilakukan oleh khalayak muncul sebagai efek media massa dari menonton video yang ada di channel Youtube Remotivi. Terbentuknya dampak adanya pemahaman literasi media didasarkan pada indikator intensitas menonton yaitu, perhatian, penghayatan,durasi, dan frekuensi ketika menonton tayangan video di channel Youtube Remotivi.

Dalam hal ini, peneliti ingin mengetahui hubungan dari intensitas menonton channel Youtube Remotivi dan pemahaman literasi media kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar.

Table 1. Kerangka Berpikir : Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar



Variabel diatas menunjukkan bahwa semakin tinggi frekuensi dan durasi seseorang dalam menonton channel Youtube Remotivi akan semakin tinggi pula Literasi media seseorang, dan semakin rendah atau jarangnya seseorang dalam mengakses channel youtube remotivi maka akan semakin rendah efek media yang ditimbulkan, dalam hal ini Literasi Media.

## F. Hipotesis

Adanya hipotesis dalam penelitian memberikan kemudahan bagi peneliti. *Pertama*, hipotesis memberikan arah penelitian yang akan dilaksanakan agar memiliki kejelasan atau titik fokus. *Kedua*, mencegah peneliti untuk melakukan penelitian coba-coba. *Ketiga*, membantu peneliti untuk menghindari berbagai variabel yang meragukan. *Keempat*, hipotesis memungkinkan peneliti untuk melakukan kuantifikasi variabel<sup>32</sup>. Di antara hipotesis dalam penelitian ini adalah:

**Ho (Hipotesis Nol):** Tidak ada hubungan antara intensitas menonton youtube channel *Remotivi* dan pemahaman literasi media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar

**Ha (Hipotesis Alternatif):** Ada hubungan antara intensitas menonton youtube channel *Remotivi* dan pemahaman literasi media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar

## G. Sistematika Pembahasan

Untuk mempermudah penjelasan penelitian ini, peneliti membagi sistematika pembahasan dalam beberapa bab, yaitu

Bab I merupakan awal dari penelitian pada skripsi ini. BAB I berisi tentang latar belakang mengapa penulis mengambil judul ini untuk diteliti, rrumusan masalah yang menerangkan tentang hal apa saja yang menjadi acuan dalam penelitian ini, tujuan penelitian untuk mengetahui jawaban yang akan diperoleh dari

---

<sup>32</sup> Morissan, *Metode Penelitian Survei* (Jakarta: Prenada Media Group, 2012), hlm. 18–9.

setiap rumusan masalah yang telah dibuat, manfaat atau kegunaan penelitian yang menjelaskan tentang kegunaan dari penelitian ini untuk kedepannya, kajian pustaka yang berisi tentang penelitian yang telah dilakukan sebelum penelitian ini untuk menjadi referensi dan gambaran penulis untuk melakukan penelitian, kerangka teori yang menjelaskan tentang teori teori yang penulis buat sebagai landasan dari penelitian yang dibuat, hipotesis penelitian dan sistematika pembahasan yang menjelaskan perkiraan hasil yang akan diperoleh serta bagaimana pembahasan yang akan dilakukan. Bab pertama ini akan menjadi acuan awal dari seluruh penelitian yang akan dilakukan dan menggambarkan metodologi penelitian serta kerangka berpikir pada Bab berikutnya.

Bab II penulis akan membahas tentang metodologi pemikiran diawali dengan jenis penelitian dan format penelitian, lalu mendefinisikan variabel yang penulis ambil supaya mempermudah peneliti mendapatkan data yang diperlukan lalu variabel didefinisikan secara operasional supaya data yang diperoleh dapat diolah dan mendapatkan data yang lebih akurat, berikutnya menentukan populasi penelitian agar penelitian terfokus pada hal yang peneliti ambil, serta menentukan instrument penelitian, teknik pengumpulan data hingga validitas dan reliabilitas juga cara untuk menganalisis data yang ada.

Bab III berisi tentang Pemaparan gambaran umum terdiri dari dua poin yaitu, tentang channel YouTube Remotivi dan Kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar sebagai subyek yang akan diteliti.

Bab IV berisi tentang hasil analisis data yang telah diperoleh dari responden yang terdiri atas deskripsi data variabel berdasarkan metodologi penelitian yang telah ditetapkan.

Bab V berisi kesimpulan dari penelitian yang telah dilakukan dan diketahui hasilnya serta saran yang diberikan oleh penulis untuk penelitian berikutnya yang memiliki kesamaan dengan penelitian ini.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dengan judul “Hubungan Menonton Channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media pada Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar” ini, diperoleh kesimpulan, yaitu :

1. Tingkat intensitas menonton channel Youtube Remotivi pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar masuk dalam kategori tinggi. Penghayatan dan durasi masuk dalam kategori tinggi, sedangkan perhatian dan frekuensi masuk dalam kategori sedang. Hal ini berarti bahwa kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar cukup intens dalam menonton channel Youtube Remotivi.
2. Pemahaman literasi media kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar setelah menonton channel youtube Remotivi masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti kader PII mampu memahami video yang diberikan oleh Remotivi, sehingga responden dapat mengkomunikasikan apa yang diterima kepada orang lain dan dalam bentuk apapun.
3. Terdapat hubungan antara menonton channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Hal ini berarti Hipotesis Alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis Nol (H0) ditolak yang artinya bahwa tingginya intensitas menonton channel youtube Remotivi Indonesia

mempengaruhi pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Hal tersebut dilihat dari nilai yang didapat sebesar 0,47 dengan nilai perbedaan kuadrat yakni 2387. Tingkat signifikansi yang dipilih yakni 5% pada table distribusi nilai  $\rho$  dengan N 30 yakni 0,364. Karena 0,47 lebih besar dari 0,364 maka hubungannya dinyatakan signifikan. Dan dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hubungan keeratan kedua variabel dinyatakan cukup.

## B. Saran

Beberapa saran yang dapat penulis sampaikan berdasarkan analisis yang telah dilakukan :

1. Untuk Channel Youtube Remotivi agar dapat meningkatkan kreatifitas video sehingga literasi media dapat dipahami dan menarik perhatian semua kalangan.
2. Untuk masyarakat umum dapat memahami bagaimana literasi media itu sangat diperlukan pada saat ini. Di dunia yang serba digital, masyarakat harus dapat menerapkan filterisasi dalam bermedia, sehingga terhindar dari pengaruh negatif dari media.
3. Untuk peneliti atau akademisi berikutnya hendaknya memperhatikan variabel-variabel yang lebih bervariasi, sehingga referensi terkait literasi media dapat menjangkau banyak massa.
4. Peneliti selanjutnya agar memilih tempat penelitian yang bukan termasuk internal dari peneliti.

## DAFTAR PUSTAKA

Anggaan Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Muktamar Nasional Pelajar Islam Indonesia ke-XXX, 2017

Arnus, Sri Hadijah, *Literasi Media: Cerdas Dan Bijak Menikmati Konten Media Baru*, vol. 10:1, 2017.

David, Eribka Ruthellia, Mariam Sondakh, dan Stefi Harilana, “Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi”, *e-jurnal Acta Diurna*, vol. VI:1, 2017.

Djaelani, Anton Timur, *Darmabakti Pelajar Islam Indonesia Tafsir Asasi (PII)*, Yogyakarta: Omera Pustaka, 2020

Effendi, Sofian dan Tukiran, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2014

Endarmoko, *Tesaurus Bahasa Indonesia*, ttp; tp, tt.

EQ, Zainal Mustafa, *Mengurai Variabel Hingga Instrumenasi*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2009

Fitryarini, Inda, “Literasi Media Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman”, *Jurnal Komunikasi*, vol. 8 No.1, 2016,

Ginarti, Rahayu, *Hubungan Intensitas Menonton Sinetron Remaja Terhadap Kesadaran Literasi Media oleh Remaja (Studi pada Siswa MAN Wonokromo)*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Hamidi, *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi : Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian*, cet. 3, Malang: UMM Pers, 2010.

Hasanah, Ika Nur, *Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @remaja.islam dengan Berbusana Muslim pada Mahasiswi PGSD UST Yogyakarta Angkatan 2016*, Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2019

Hermawan, Herry, *Literasi Media: Kesadaran dan Analisis*, Yogyakarta: Calpulis, 2017.

Himawanti, Nina dan Mutiara Isya, *Mass Media Effect*, Yogyakarta: Universitas Mercu Buana,2016

<https://muamala.net/kategori-umur-menurut-who/>, diakses pada Rabu,4 Maret 2020

<https://slideplayer.info/slide/13268237/>,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

<https://pengertiandefinisi.com/pengertian-analisa-menurut-ahli/>,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

<https://www.literasipublik.com/pengertian-literasi-media>,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

<https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/>,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

Indrawan, Rulli dan Poppy Yaniawati, *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Campuran untuk Manajemen,Pembangunan, dan Pendidikan*, cet. 2, Bandung: Refika Aditama, 2016.

Juditha, Christiany, “Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste”, *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 15 No. 1, 2017, hlm. 47–62.

Kasiram, Moh, *Metodologi Penelitian Kualitatif-Kuantitatif*, Malang: UIN-Maliki Press, 2010.

Khanifan, Ahmad, *Pelajar Islam Indonesia (PII) di Jawa Timur 1965-1987: Studi Tentang Peranan Organanisasi Kader*, Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2016.

Kusmayadi, Ika Merdekawati, Sandi Jaya Saputra, dan Justito Adiprasetyo, “Pentingnya Literasi Media”, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2 No.3, 2018.

Latief, Khatib A, *Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman*, Eprint, Repository Ar-raniry.ac.id

Morissan, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: Prenada Media Group, 2012.

Morissan, Corry Wardhani, dan Farid Hamid U, *Teori Komunikasi Massa*, Bogor: Ghilia Indonesia, 2010.

Muthmainah, Aditsa Amalia, *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru Oleh Remotivi Tahun 2017*, 2018, <http://repository.ums.ac.id/handle/123456789/21549>, diakses pada 30 November 2018.

Nanda, Pradika Ismi Putri, *Hubungan Intensitas Menonton dengan Persepsi Terhadap Isi Pesan pada Sinetron “Dunia Terbalik” Studi pada Ibu-Ibu Kampung Janturan*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Novianti, Dewi dan Siti Fatonah, “Model Literasi Media di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Pada Kec. Gondomanan Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul Di Yogyakarta )”, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14 No. 2, 2016, hlm. 101–13.

Nurarifiyani, Frida, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Iklan Kosmetik dengan Minat Membeli pada Mahasiswa Perguruan Tinggi Swasta*, Naskah Publikasi, Yogyakarta: Fakultas Psikologi, UMY, 2016

Nurudin dan Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Nuryani, Evi, *Hubungan Intensitas Mengakses Facebook dengan Motivasi Belajar Siswa SMA Negeri 2 Tenggarong Seberang*, eJournal Ilmu Komunikasi Vol 2 No.3, 2014

*Profil Remotivi*, <https://www.remotivi.or.id/profil>, diakses pada 26 November 2019.

Rahma Novita Alim Putri, *Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma'arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Ratsja, Wilga Secsio, R. Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S, “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja”, *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3 No.1, tt., hlm. 1–154.

Riduwan, *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penelitian*, Bandung: Alfabeta, 2013

Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di Trans TV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswa Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Sinambela, Lijan Poltak, *Metode Penelitian Kuantitatif*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2014.

Singarimbun, Masri, *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2012.

Siregar, Syofian, *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*, Jakarta: Prenada Media Group, 2013.

Sudijono, Anas, *Pengantar Evaluasi Pendidikan*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 1996.

Sugiyono, *Metodologi Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2009.

Suparno, Ludwig, *Uses and Gratifications Theory dalam Media Sosial WA (WhatsApp)*, Jurnal Communicology, vol 5:2 2017

Suryadi, Israwati, “Kajian Perilaku Menonton Tayangan Televisi dan Pendidikan Literasi Media Pada Remaja (Studi di SMP Madani, Kota Palu)”, *Jurnal Acadeca Fisip Untad*, vol. 05 No 01, 2013,

Tt., <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2017/09/13/inilah-media-sosial-dengan-pengguna-aktif-terbesar-di-indonesia>, diakses pada 3 Desember 2018.

Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Campuran*, cet. 1, Jakarta: Kencana, 2014.

Zendrato, Vusvi Eka Sari, Muhajirin, dan Kiki Cahaya Setiawan, “Hubungan antara Perilaku Menonton Sinetron Percintaan Perlaku Pacaran pada Siswa-Siswi Yayasan Islamiyah di SMA Ethika Palembang”, *Jurnal Psikologi Islam*, vol. 2 No. 2, 2016, <http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/psikis/article/view/1188>, diakses pada 18 Desember 2019.