

**PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN LOGIN DALAM  
YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA  
LAMPUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah Dan Komunikasi  
Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta  
Untuk Memenuhi Sebagai Syarat-syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Strata I**

**Oleh :**

**HABIB HUSYEN ALHABSI**

**20102010079**

**Pembimbing:**

**Muhammad Diak Udin, M.Sos**

**NIP. 199881224 2020121 004**

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

**2024**

## HALAMAN PENGESAHAN



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-1535/Un.02/DD/PP.00.9/08/2024

Tugas Akhir dengan judul : PENGARUH INTENSITAS MENGAKSES KONTEN LOGIN DALAM YOUTUBE  
TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP SOSIAL MAHASISWA LAMPUNG

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : HABIB HUSYEN ALHABSI  
Nomor Induk Mahasiswa : 20102010079  
Telah diujikan pada : Jumat, 23 Agustus 2024  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

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

#### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang  
Muhammad Diak Udin, M.Sos.  
SIGNED

Valid ID: 66d1233bcb2c7



Penguji I  
Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.Si  
SIGNED

Valid ID: 66d06ba738624



Penguji II  
Dian Eka Permanasari, S.Ds., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 66d015f139722



Yogyakarta, 23 Agustus 2024  
UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi  
Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.  
SIGNED

Valid ID: 66d12441aa58a

## SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI



KEMENTERIAN AGAMA  
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 saya selaku pembimbing berpendapat bahwa skripsi Saudara:

Nama : Habib Husyen Alhabsi  
NIM : 20102010079  
Judul Skripsi : Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Login dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Lampung

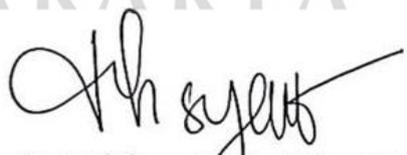
Sudah dapat diajukan kepada Fakultas Dakwah Jurusan/Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu dalam bidang sosial.

Dengan ini saya berharap agar skripsi tersebut di atas dapat segera dimunaqosyahkan. Atas perhatiannya saya ucapkan terimakasih.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Pembimbing, Mengetahui:  
Ketua Prodi,

  
Muhammad Diak Udin, M.Sos  
NIP 1998812242020121004

  
Nanang Mizwar Hasyim, S.Sos., M.Si  
NIP 19840307 201101 1 013

## PERNYATAAN KEASLIAN

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Habib Husyen Alhabsi  
NIM : 20102010079  
Jenjang : Sarjana (S1)  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Konsentrasi : Broadcasting

Menyatakan bahwa skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah skripsi ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,

STATE ISLAMIC U  
SUNAN KA  
YOGYAKARTA



**Habib Husyen Alhabsi**

NIM: 20102010079

## PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

*Assalamu'alaikum warahamtullahi wabarakatuh*

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : Habib Husyen Alhabsi  
NIM : 20102010079  
Jenjang : Sarjana (S1)  
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam  
Konsentrasi : Broadcasting

Menyatakan bahwa naskah skripsi ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi, Jika di kemudian hari terbukti bahwa naskah skripsi ini melakukan plagiasi, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,



Habib Husyen Alhabsi

NIM: 20102010079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Rasa syukur kepada Allah SWT atas rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Skripsi ini saya persembahkan kepada kedua orang tua saya Bapak Maeng Ismail dan Ibu Zuryati Bapak dan Ibu tersayang yang selalu mendoakan untuk kebaikan anak-anaknya, selalu memberikan kasih sayang, cinta, dukungan, dan motivasi. Menjadi suatu kebanggaan memiliki orang tua yang mendukung anaknya untuk mencapai cita-cita. Terima kasih Bapak dan Ibu telah membuktikan kepada dunia bahwa bisa menjadi orang tua yang baik dan menjadikan seluruh anaknya sarjana.



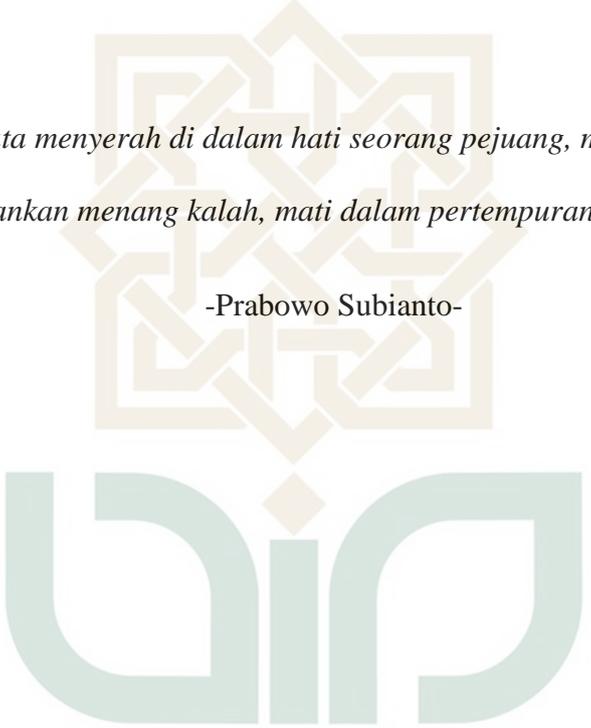
## MOTTO

*"Sesibuk apapun kamu, jangan pernah ninggalin sholat"*

-Emak-

*"Tidak ada kata menyerah di dalam hati seorang pejuang, menang kalah biasa,  
jangan menang kalah, mati dalam pertempuran kita siap".*

-Prabowo Subianto-



STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## KATA PENGANTAR

*Alhamdulillah*, dengan nama Allah yang Maha Pengasih lagi Maha Penyayang. Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam. Keselamatan dan kesejahteraan atas semulia-mulianya Nabi dan Rasul junjungan Kita Nabi Muhammad SAW., beserta keluarga, kerabat, sahabat, dan pengikut beliau sampai akhir zaman. Puji Syukur kehadirat Allah SWT yang atas izin-Nya, penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Login Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Lampung”.

Penulis menyadari dalam penyusunan skripsi ini tidak dapat terselesaikan dengan baik tanpa do’a, motivasi, dan bantuan dari berbagai pihak, baik dukungan yang bersifat moril maupun materil. Oleh karena itu, penulis mengucapkan terima kasih kepada berbagai pihak yang telah membantu atas terselesaikannya skripsi ini:

1. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Prof. Noorhaidi, M.A, M.Phil., Ph.D.
2. Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. Prof. Dr. Hj. Marhumah, M.Pd.
3. Nanang Nizwar Hasyim, S.Sos., M.Si., selaku Ketua Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
4. Dra. Hj. Evi Septiani Tavip Hayati, M.SI., selaku Dosen Penasehat Akademik, atas arahan dan nasehat yang berharga yang telah diberikan kepada penulis selama perjalanan kuliah. Keberadaan beliau sebagai penasehat akademik telah memberikan pencerahan dan bimbingan yang sangat berarti bagi penulis dalam menghadapi berbagai tantangan akademis.

5. Muhammad Diak Udin, M.Sos., selaku Dosen Pembimbing Skripsi atas desdikasi, waktu, ilmu, arahan, dan dukungan yang luar biasa selama proses penulisan skripsi ini. Kehadiran beliau sebagai pembimbing telah menjadi sumber inspirasi dan motivasi bagi penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
6. Seluruh Dosen Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam yang telah memberikan sumbangan ilmu yang sangat berharga dalam membentuk perjalanan akademis penulis selama menempuh perkuliahan.
7. Kepada kedua orang tua tercinta tersayang teristimewa, Bapak Maeng Ismail dan Ibu Zuryati, yang biasa saya sebut papa dan emak, laki-laki dan perempuan hebat yang sudah membesarkan dan mendidik anak-anaknya hingga mendapatkan gelar sarjana serta selalu menjadi penyemangat. Saya persembahkan karya tulis sederhana ini untuk papa dan emak. Terimakasih sudah melahirkan, merawat dan membesarkan saya dengan penuh cinta, selalu berjuang untuk kehidupan saya, menjadi tulang punggung keluarga hingga akhirnya saya bisa tumbuh dewasa dan bisa berada diposisi saat ini. Terimakasih untuk semua doa dan dukungan papa dan emak sehat selalu dan hiduplah lebih lama lagi. Papa dan emak harus selalu ada disetiap perjalanan dan pencapaian hidup saya.
8. Kakak laki-laki, Firhan Hutabarat, S.Kom., kakak perempuan saya Mike Djoefha, S.H., yang selalu memberikan dukungan yang hampir serupa dengan kedua orang tua penulis hingga saat ini.
9. Kepada seseorang yang pernah bersama saya, terima kasih untuk patah hati yang diberikan saat proses penyusunan skripsi yang sekarang bisa menjadi pengingat untuk saya sehingga dapat membuktikan bahwa anda akan tetap menjadi alasan saya untuk terus berproses menjadi pribadi yang lebih baik. Terima kasih telah menjadi bagian menyenangkan dan menyakitkan dari proses pendewasaan penulis.
10. Kepada sahabat saya Tami, Bagas, Yusnizar, Riski, Hendri, Davit, Sadat, Riska, yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan memberi doa dukungannya.

11. Kepada sahabat di Kost Bara Putra, Achmad Dimyati, Zaki Aulia Al Akhwan, Muhammad Ilham, Mustajib, Sigit Setiawan, Rizky Arif, Yusuf Arifin, Rahmat Abdillah, Widad, Bushairi dll, yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan meminjamkan fasilitas dalam penulisan skripsi ini.
12. Habib Husyen Alhabsi, saya sendiri yang sudah mau berjuang, bersabar dan bertahan sampai di titik penyelesaian skripsi ini.

Penulis berharap semoga skripsi ini bermanfaat dan dapat menjadi sumbangan pengetahuan dalam bidang Komunikasi Penyiaran Islam, baik secara teoritis, akademis, maupun praktis.

Yogyakarta, 16 Agustus 2024

Saya yang menyatakan,

**Habib Husyen Alhabsi**

NIM: 20102010079

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## ABSTRAK

**Habib Husyen Alhabsi, 20102010079.** Pengaruh Intensitas Mengakses Konten Login Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Mahasiswa Lampung Progam Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

YouTube adalah situs berbagai video yang paling populer saat ini. YouTube memiliki beberapa jenis konten video yang disediakan seperti, berisi informasi seputar tips dan trik, musik, edukasi komedi, film, berita, bahkan dakwah. Sebagai contoh, akun Deddy Corbuzier bertema Login yang memiliki fokus utama konten tentang Toleransi beragama. Konten Login memiliki dinamika tersendiri tentang bagaimana pengguna YouTube khususnya objek yang dipilih yaitu Mahasiswa Lampung dengan perilaku sosial dan apakah mereka merasa bahwa konten yang dimuat di YouTube tersebut dapat mempengaruhi perilaku sosial mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh intensitas mengakses konten login di YouTube terhadap pembentukan sikap sosial mahasiswa Lampung. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif dengan pendekatan survei. Sampel penelitian adalah mahasiswa aktif di perguruan tinggi yang ada di Lampung. Dengan teknik pengambilan sampel menggunakan metode *Accidental Sampling*, dan diperoleh responden sebanyak 100 responden. Teori yang mendasari penelitian ini adalah teori SOR. Analisis data dilakukan menggunakan uji regresi linear sederhana dengan bantuan IBM SPSS versi 29. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh antara intensitas mengakses konten login dalam YouTube terhadap pembentukan sikap sosial Mahasiswa Lampung. Nilai korelasi (R) sebesar 0.882, dan nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0.777, yang mengandung pengertian bahwa pengaruh intensitas mengakses terhadap sikap sosial adalah sebesar 77.7%. Dimana nilai tersebut masuk dalam kategori kuat. Sementara tingkat intensitas mengakses berada dalam kategori kuat, dan sikap sosial berada dalam kategori baik.

**Kata Kunci : Intensitas Mengakses, Perilaku Sosial, Konten Login.**

## **ABSTRACT**

**Habib Husyen Alhabsi, 20102010079.** *The Effect of Intensity of Accessing Login Content on the Formation of Social Attitudes of Lampung Students, Communication and Islamic Broadcasting Study Program, Faculty of Da'wah and Communication. Sunan Kalijaga State Islamic University Yogyakarta.*

*YouTube is the most popular video site today. YouTube has several types of video content provided such as, containing information about tips and tricks, music, comedy education, movies, news, and even da'wah. For example, Deddy Corbuzier's Login-themed account has a main focus of content on religious tolerance. Login content has its own dynamics about how YouTube users, especially the chosen object, namely Lampung students with social behavior and whether they feel that the content loaded on YouTube can influence their social behavior. This study aims to examine the effect of the intensity of accessing login content on YouTube on the formation of social attitudes of Lampung students. The research method used is quantitative with a survey approach. The research sample was active students at universities in Lampung. With the sampling technique using the Random Sampling method, and obtained 100 respondents. The theory underlying this research is SOR theory. Data analysis was carried out using a simple linear regression test with the help of IBM SPSS version 29. The results showed an influence between the intensity of accessing login content in YouTube on the formation of social attitudes of Lampung students. The correlation value (R) is 0.882, and the coefficient of determination (R Square) is 0.777, which implies that the effect of access intensity on social attitudes is 77.7%. Where this value is in the strong category. While the level of access intensity is in the strong category, and social attitudes are in the good category.*

**Keywords:** *Access Intensity, Social Behavior, Login Content.*

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN PENGESAHAN</b> .....	ii
<b>SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI</b> .....	iii
<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	iv
<b>PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI</b> .....	v
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	vi
<b>MOTTO</b> .....	vii
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	viii
<b>ABSTRAK</b> .....	xi
<b>ABSTRACT</b> .....	xii
<b>DAFTAR ISI</b> .....	xiii
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xv
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xvi
<b>DAFTAR RUMUS</b> .....	xvii
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah.....	9
C. Tujuan Penelitian.....	9
D. Manfaat Penelitian.....	9
E. Kajian Pustaka.....	10
F. Kerangka Teori.....	12
G. Hipotesis.....	31
H. Sistematika Pembahasan.....	32
<b>BAB II METODE PENELITIAN</b> .....	33
A. Jenis Penelitian.....	33
B. Definisi Konseptual.....	33
C. Definisi Operasional.....	34
D. Populasi dan Sampel.....	35
E. Instrumen Penelitian.....	38
F. Uji Instrumen.....	39
E. Analisis Data.....	45

<b>BAB III GAMBARAN UMUM</b> .....	52
A. Profil Konten Login Dalam YouTube .....	52
B. Analisis Konten Login Dalam YouTube.....	53
C. Profil Pengakses.....	54
<b>BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN</b> .....	56
A. Deskripsi Data Penelitian.....	56
B. Interpretasi Hasil Penelitian.....	76
C. Diskusi Hasil Penelitian.....	80
<b>BAB V PENUTUP</b> .....	87
A. Kesimpulan .....	87
B. Saran .....	88
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	89
<b>LAMPIRAN</b> .....	91
<b>DAFTAR RIWAYAT HIDUP</b> .....	120

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Definisi Operasional	35
Tabel 2. 2 Kriteria Pemaknaan Korelasi Instrumen Dalam Uji Validitas	41
Tabel 2. 3 Hasil Uji Validitas Variabel Intensitas	41
Tabel 2. 4 Hasil Uji Validitas Variabel Sikap Sosial	43
Tabel 2. 5 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Intesitas	45
Tabel 2. 6 Hasil Uji Reliabilitas Variabel Sikap Sosial	45
Tabel 3. 1 Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	54
Tabel 3. 2 Jumlah Responden Berdasarkan Usia	54
Tabel 3. 3 Jumlah Responden Berdasarkan Perguruan Tinggi	55
Tabel 4. 1 Motivasi dalam Intensitas Mengakses	57
Tabel 4. 2 Durasi dalam Intensitas Mengakses	58
Tabel 4. 3 Frekuensi dalam Intensitas Mengakses	59
Tabel 4. 4 Presentasi dalam Intensitas Mengakses	60
Tabel 4. 5 Arah Sikap dalam Intensitas Mengakses	61
Tabel 4. 6 Minat dalam Intensitas Mengakses	62
Tabel 4. 7 Intesitas Mengakses	62
Tabel 4. 8 Aspek Kognatif	64
Tabel 4. 9 Aspek Afektif	65
Tabel 4. 10 Aspek Konatif	65
Tabel 4. 11 Sikap Sosial	66
Tabel 4. 12 Analisis Statistik	69
Tabel 4. 13 Tabel Multikolinearitas	70
Tabel 4. 14 Hasil Uji Regresi Sederhana	73
Tabel 4. 15 Hasil Uji t	72
Tabel 4. 16 Hasil Uji Koefisien Determinasi	73
Tabel 4. 17 Kategori Korelasi	80

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1. 1 Sosial Media Pilihan dalam Mencari Informasi 2  
Gambar 1. 2 Konten YouTube Pilihan Mahasiswa 4  
Gambar 3. 1 Profil Konten Login 53  
Gambar 4. 1 Analisis Grafik 68  
Gambar 4. 2 Hasil Uji Heterokedastisitas 72



## DAFTAR RUMUS

Rumus 1. 1 Uji Regresi Sederhana 48

Rumus 1. 2 Rumus Koefisien Determinasi 50

Rumus 2. 1 Penentuan Sampel 37



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

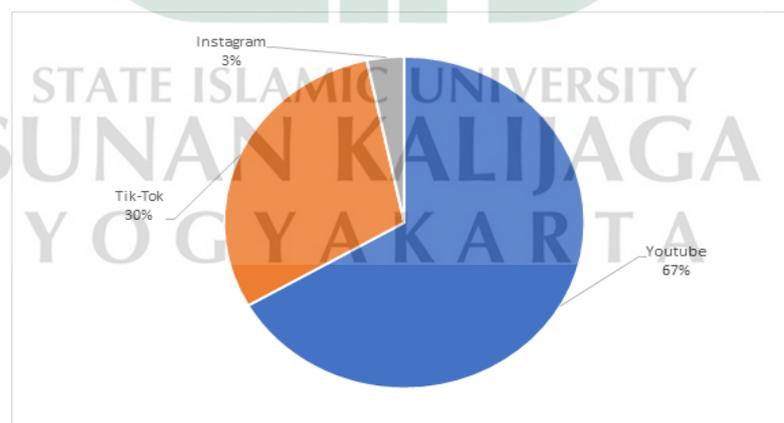
YouTube adalah situs berbagai video yang paling populer saat ini. Tentu saja video tidak dengan sendirinya menjadi bahan pembelajaran yang siap pakai. Perencanaan yang matang sesuai dengan tujuan pembelajaran dan pengintegrasian video-video yang tersedia di YouTube sebagai sarana pendukung akan mengoptimalkan capaian pembelajaran karena sesuai dengan gaya belajar dan minat generasi digital.<sup>1</sup> YouTube menjadi salah satu media pembelajaran dalam generasi digital juga sebagai media online yang cukup besar dan populer di masyarakat dalam mencari informasi mengenai agama.

Melalui perkembangan YouTube memiliki konten yang menarik, yang membuat masyarakat tertarik menggunakan dan mengaksesnya. Banyak dari mereka menggunakan YouTube untuk memenuhi kebutuhan mereka mulai dari hiburan, informasi, pelajaran, serta menambahkan wawasan yang luas. YouTube dapat mudah diakses melalui telepon genggam atau komputer yang bisa masyarakat nikmati setiap saat. Hal tersebut dapat membuat masyarakat mempunyai sikap positif dan negatif.

---

<sup>1</sup> Burke, S.C., Snyder, S., Rager, R.C., "An Assessment of Faculty Usage of YouTube as a Teaching Resource". *The Internet Journal of Allied Health Sciences and Practice*, vol. 7:1 (2009), available online at <http://ijahsp.nova.edu>.

Sikap menjadi suatu perilaku seseorang ke orang lain yang disadari yang terdiri dari komponen kultivasi Sikap seseorang dapat berubah terkait apa yang orang itu lihat serta dia dapatkan dari sosok seorang public figur di YouTube. Karena pada dasarnya YouTube, platform video online populer, memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap audiensnya. Konten yang Anda tonton di YouTube dapat memengaruhi cara penonton memandang, percaya, dan berperilaku dalam berbagai aspek kehidupan. Berikut adalah beberapa penjelasan tentang bagaimana konten YouTube mempengaruhi sikap pemirsa. YouTube memiliki beberapa jenis konten video yang disediakan seperti, berisi informasi seputar tips dan trik, musik, edukasi komedi, film, berita, bahkan dakwah. Yang dimana dengan adanya YouTube dapat memberikan pengaruh yang besar bagi para penonton terhadap sikap dan perilaku di kehidupan sehari-hari. Berdasarkan kegiatan pra penelitian yang telah dilakukan, masyarakat memilih media sosial YouTube menjadi pilihan dalam proses mencari informasi mengenai agama seperti yang dijelaskan pada gambar berikut:



**Gambar 1. 1 Sosial Media Pilihan dalam Mencari Informasi**

*Sumber : Kuisisioner Penelitian (2024)*

Berdasarkan dengan data di atas bahwa YouTube menjadi pilihan dalam proses mencari informasi mengenai agama yang paling sering digunakan dengan data sebesar 67% menempati posisi paling banyak dan diikuti oleh Tik-Tok yang menjadi pilihan kedua sebesar 30%. YouTube merupakan *platform* yang paling banyak diakses masyarakat. Bahkan hasil riset jumlah pengguna YouTube di Indonesia mencapai 139 juta per Oktober 2023. Dimana jumlah tersebut hampir sebanding 50% dengan keseluruhan penduduk di Indonesia, dan hal itu menjadi faktor pengguna YouTube Indonesia menduduki urutan keempat terbanyak di dunia.<sup>2</sup> Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan YouTube sangat disukai oleh masyarakat.

Popularitas YouTube yang meluas di seluruh dunia, menjadikan fenomenanya semakin mengakar dalam penggunaan internet oleh masyarakat. Berdasarkan hal ini, banyak individu yang beragama Islam memanfaatkan platform YouTube sebagai sarana untuk menyebarkan ajaran-ajaran Islam melalui video dan konten yang diunggah di saluran mereka. Salah satu channel YouTube yang memiliki popularitas tinggi di Indonesia adalah channel dari Deddy Corbuzier, channel ini memiliki berbagai macam konten yang menarik salah satu konten yang terkenal adalah konten Login dengan menggandeng Habib Husein Ja'far Al Hadar dan Onadio Leonardo menjadi pembawa acara menjadikan konten ini menjadi salah satu konten yang menarik perhatian di Indonesia selain karena perbedaan agama

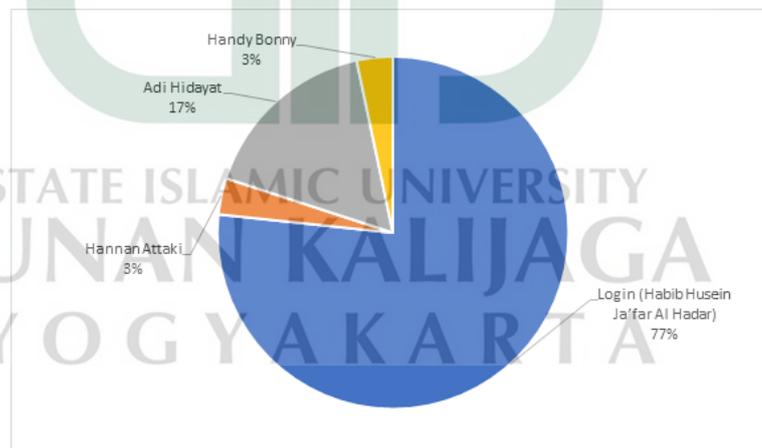
---

<sup>2</sup>Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-YouTube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> “Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada awal 2023” pada tanggal 07 Desember 2023 Pukul 01:15 WIB.

dari pembawa acara nya juga karena konten-konten toleransi yang dibawakan pada Login.

Kajian tentang pengaruh konten YouTube terhadap perilaku sosial telah dilakukan oleh beberapa peneliti terdahulu. Penelitian terdahulu pertama adalah penelitian yang dilakukan oleh Fitria Zana Kumala pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Penggunaan YouTube Terhadap Minat dan Motivasi Belajar Matematika”. Secara garis besar, penelitian ini menunjukkan bahwa video YouTube berpengaruh positif signifikan terhadap minat dan motivasi belajar siswa dalam pembelajaran matematika online.<sup>3</sup>

Berdasarkan hasil pra penelitian yang telah dilakukan bahwa konten Login juga menjadi pilihan yang paling banyak dipilih oleh mahasiswa di Lampung sebagai konten dakwah yang paling disukai yang dapat dilihat pada gambar berikut:



**Gambar 1. 2 Konten YouTube Pilihan Mahasiswa**

*Sumber : Kuesioner Penelitian (2024)*

<sup>3</sup> Kumala, F. Z. Pengaruh penggunaan youtube terhadap minat dan motivasi belajar matematika. JP3M (Jurnal Penelitian Pendidikan dan Pengajaran Matematika, 2021)

Berdasarkan dengan gambar di atas konten login mendapatkan 77% dari keseluruhan sampel pra riset sebanyak 30 responden yang paling banyak dipilih menjadi konten dakwah yang disukai. Konten ini biasanya menampilkan narasumber yang memiliki agama yang berbeda duduk dalam satu ruangan dan melakukan diskusi peserta menyampaikan persepsi dari masing-masing orang. Dengan pembawaan yang santai tetapi juga tegas Habib ja'far dan Onad dapat bertukar pikiran dengan berbagai pemuka agama yang berbeda namun menjadi keunikan tersendiri karena selama durasi dari konten tersebut tidak ada perdebatan diantara mereka.

Salah satu video yang menyita perhatian dari konten login adalah video yang berjudul "6 Pemuka Agama Jadi Satu di Lebaran (<https://www.youtube.com/watch?v=5ACmPpEPWks>)" menghadirkan momen yang unik dan inspiratif di mana enam tokoh agama dari berbagai kepercayaan berkumpul untuk merayakan Hari Raya Idul Fitri bersama. Video ini bukan hanya menampilkan keragaman agama yang ada di Indonesia, tetapi juga menekankan pentingnya persatuan dan kerukunan antar umat beragama. Dengan disaksikan oleh ribuan orang melalui platform YouTube, video ini menunjukkan bagaimana konten-konten di media sosial dapat berperan dalam membentuk sikap sosial, khususnya dalam memperkuat toleransi dan menghargai perbedaan. Melalui akses yang konsisten terhadap konten yang mendorong toleransi dan persatuan, mahasiswa dapat lebih mudah terpapar pada pesan-pesan positif yang pada akhirnya dapat membentuk sikap sosial mereka, seperti menghargai perbedaan,

meningkatkan empati, dan memperkuat solidaritas antar kelompok yang berbeda. Video ini menampilkan percakapan antara Habib Ja'far dan Onad dengan enam pemuka agama dari berbagai latar belakang. Mereka membahas tentang toleransi, keyakinan, dan perbedaan agama. Video ini juga membahas tentang pentingnya kebersamaan dan saling menghormati. Beberapa poin penting dari video ini yaitu Toleransi adalah bagian dari ajaran Islam. Semua agama mengajarkan tentang cinta dan kasih sayang. Kita harus menghormati keyakinan orang lain, meskipun kita tidak setuju dengan mereka. Kita harus bekerja sama untuk menciptakan masyarakat yang lebih baik. Kita harus berdoa untuk kebaikan semua orang. Video ini adalah contoh yang baik tentang bagaimana kita dapat hidup bersama dalam harmoni, meskipun kita memiliki perbedaan agama. Video ini juga menunjukkan bahwa kita dapat belajar dari satu sama lain dan saling menghormati. Apa yang terjadi dalam konten YouTube login berhubungan dengan perilaku, dimana merupakan respon terhadap stimulus yang berasal dari luar. Dakwah merupakan proses komunikasi, yang membimbing orang lain agar menerima ajaran Islam dengan penuh kesadaran<sup>4</sup>. Pada proses dakwah atau komunikasi mengandung unsur Stimulus, Organism, and Respond yang disingkat dengan S-O-R<sup>5</sup>.

Konsep S-O-R yang dikembangkan oleh Hovland, Janis dan Kelly pertama kalinya bahkan telah berkembang menjadi teori kredibilitas komunikator. Teori ini menjelaskan bahwa semakin tinggi kredibilitas komunikator, maka semakin tinggi pula kemungkinannya untuk mempengaruhi perubahan perilaku khalayak, karena

---

<sup>4</sup> Amin, S. M., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009).

<sup>5</sup> Hovland, C.I., Janis, I.L., dan Kelley. *Communication and persuasion*, (New Haven : Yale University Press, 1953).

penerimaan informasi maupun gagasan oleh khalayak tidak terlepas dari kredibilitas yang mengatakannya<sup>6</sup>.

Pada komunikasi massa, juga dikenal adanya teori hipodermik jarum suntik (*Hypodermic Needle Theory*) atau teori peluru. Teori ini dikembangkan oleh Wilbur Schramm sebagai turunan dari teori S-O-R, bahwa sebuah media sangat kuat memberikan efek langsung dalam mempengaruhi individu. Disadari atau tidak, terpaaan media (*media exposure*) yang dilakukan akan dapat mempengaruhi pola pikir, persepsi, hingga perilaku individu. Dari konsep teori S-O-R kemungkinan hal ini dapat dipengaruhi oleh konten yang memiliki kredibilitas yang tinggi yakni konten login, Habib Husein Al-Jafar dan Onadio Leonardo membawa konten ini sehingga disukai oleh banyak khalayak termasuk mahasiswa sehingga dianggap dapat mempengaruhi tingkat religiusitas remaja.

Penulis memilih judul ini sebagai bahan penelitian karena maraknya pengguna YouTube, di Indonesia YouTube merupakan platform ketiga sering digunakan setelah Google, yang secara tidak langsung akan memberikan pengaruh atau dampak kepada pengguna YouTube. Mahasiswa Lampung dipilih sebagai subjek penelitian karena mereka mewakili kelompok yang dinamis dan beragam, serta memiliki akses yang baik terhadap berbagai sumber informasi dan teknologi, sehingga dapat memberikan wawasan yang komprehensif mengenai topik yang diteliti. Namun Setara Institute telah merilis Indeks Kota Toleran (IKT) 2023 yang menilai tingkat toleransi dan intoleransi di beberapa kota di Indonesia. Kota Bandar

---

<sup>6</sup> Epega, T. O. Factors Influencing The Perceived Credibility Of Public Relations Message Sources, 2008.

Lampung menduduki peringkat ke-9 kota skor toleransi terendah maka dari itu penelitian ini memberikan perspektif yang kaya dan beragam dalam penelitian ini<sup>7</sup>.

Tidak dapat dipungkiri hadirnya konten ini menimbulkan pro dan kontra yang ada pada masyarakat mengenai sikap Toleransi. Toleransi berasal dari bahasa latin menerima dengan sabar. Konten Login berdampak bagi penontonnya dikalangan mahasiswa karena menciptakan sebuah persepsi yang dapat membentuk berbagai sikap bagi penontonnya sehingga menimbulkan dampak sikap positif ataupun negatif ada pula karena konten tersebut menimbulkan inspirasi baru dan dapat pula menimbulkan sikap yang baik dan dapat mempengaruhi orang lain.

Melihat hal tersebut kemudian muncul pertanyaan seberapa besar pengaruh intensitas dalam mengakses konten "Login" di YouTube? dan seberapa besar perbedaan signifikan dalam sikap sosial mahasiswa Lampung sebelum dan setelah menonton konten "Login" di YouTube?. Hasil penelitian berikut ini bisa memberikan pendapat tentang keterpengaruhan konten YouTube terhadap penontonya antara lain mengenai sikap toleransi yang didapatkan, dengan demikian penelitian ini akan mengeksplorasi pengaruh konten YouTube, khususnya konten dakwah terhadap sikap dan perilaku masyarakat, dengan fokus pada aspek toleransi. Batasan dan Rumusan Masalah

---

<sup>7</sup> <https://kumparan.com/lampunggeh/bandar-lampung-masuk-10-kota-dengan-skor-toleransi-rendah-se-indonesia-230Sh8iX0y4/full>

## **B. Rumusan Masalah**

Dengan demikian untuk lebih memperjelas penelitian ini maka peneliti merumuskan masalah yaitu Adakah pengaruh intensitas mengakses konten "Login" dalam YouTube terhadap pembentukan sikap sosial mahasiswa di Lampung?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan batasan dan rumusan masalah di atas, maka tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui pengaruh intensitas mengakses konten "Login" dalam YouTube terhadap pembentukan sikap sosial mahasiswa di Lampung.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman untuk mengembangkan atau meningkatkan penelitian lainnya dalam ilmu komunikasi di lingkungan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, khususnya tentang terpaan media yang memiliki peran dalam mengubah perilaku seseorang.

### **2. Manfaat Praktis**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan nantinya kepada para pengguna media sosial dapat dengan bijak menggunakan media sosial sebagai media untuk menyebarkan pesan serta nilai-nilai islam.

## E. Kajian Pustaka

Kajian pustaka memiliki kegunaan sebagai landasan teoritis dalam sebuah penelitian. Dalam Proposal penelitian ini, penulis tidak mengesampingkan penelitian yang sebelumnya. Hal ini untuk menguji keterkaitan penelitian yang akan dilaksanakan. Berikut ini penulis menemukan beberapa penelitian terdahulu yang serupa dengan penelitian yang akan dilaksanakan.

Pertama, penelitian yang ditulis oleh Eribka, dkk pada tahun 2017 dengan judul Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. Dari hasil penelitian tersebut menyebutkan bahwa terdapat pengaruh konten vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik<sup>8</sup>.

Kedua, penelitian yang ditulis oleh Setiamenda pada tahun 2021 dengan judul “Pengaruh Konten Vlog YouTube terhadap Pembentukan Sikap Komunikasi Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia”. Pada penelitian ini dijelaskan mengenai fenomena tontonan konten vlog khususnya di kalangan mahasiswa Ekonomi dan Ilmu Sosial di Universitas Sari Mutiara

---

<sup>8</sup> David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1).

Indonesia. Dari hasil penelitian tersebut terdapat hubungan yang kuat mengenai pengaruh konten vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa<sup>9</sup>

Ketiga, penelitian yang ditulis oleh Muhammad Rozi pada tahun 2021 yang berjudul “Pengaruh Konten Vlog Dalam YouTube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”. Pada penelitian ini membahas mengenai pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Dari hasil penelitian tersebut terdapat pengaruh yang signifikan dari konten vlog terhadap pembentukan sikap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau<sup>10</sup>.

Keempat, penelitian yang ditulis oleh Bofry, dkk pada tahun 2023 yang berjudul “YouTube Sebagai Sarana Komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Analisis Konten Channel YouTube Satu Porsen”. Pada penelitian ini membahas mengenai berbagai video yang dibagikan dengan menganalisis dengan menggunakan metode analisis. Dari penelitian tersebut dapat dilihat bahwa gagasan-gagasan dan insight yang bersifat Edukatif-Humanis yang menjadi pintu

---

<sup>9</sup> Ginting, S. (2021). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).

<sup>10</sup> Rozi, M. (2021). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).

Channel YouTube satu persen untuk mendorong para penonton termasuk kaum muda semakin cerdas dan kreatif dalam menjalani hidup<sup>11</sup>.

Berdasarkan penelitian di atas memiliki kesamaan topik mengenai pengaruh konten YouTube. Akan tetapi, peneliti yang dilakukan dalam penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang telah ada sebelumnya mulai dari lokasi yang berbeda, objek yang juga berbeda dan fokus pada penelitian ini adalah Sikap Sosial Berbentuk Toleransi.

## **F. Kerangka Teori**

### **1. YouTube**

YouTube adalah platform berbagi video online Amerika Serikat yang dimiliki oleh Google. YouTube memungkinkan orang untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Kontennya mencakup berbagai macam video, termasuk video musik, klip film, berita, vlog (blog video), dokumenter, dan banyak lagi. YouTube merupakan salah satu situs web paling populer di dunia, dan dikunjungi oleh milyaran orang setiap bulannya. YouTube adalah sebuah media di dalam internet yang menawarkan berbagai manfaat dan kemudahan komunikasi bagi masyarakat. Definisi bahwa “YouTube adalah situs web bervolume tinggi, platform siaran, arsip media dan jejaring sosial.” Di dalam perkembangannya YouTube memiliki beberapa fungsi sebagai media untuk berekspresi, media untuk

---

<sup>11</sup> Bofry, A., et al. (2023). YouTube sebagai sarana komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Analisis konten channel YouTube Satu Persen. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).

mendapatkan informasi, memberikan berbagai peluang dan media untuk berkarya.<sup>12</sup>

Dari pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa YouTube adalah platform berbagi video online yang dimiliki oleh google yang memungkinkan pengguna dalam mengunggah, menonton dan berbagai jenis video. Konten yang tersedia meliputi video musik, film, berita, vlog, dokumenter dan lain sebagainya.

#### a. Fitur-Fitur pada YouTube

Fitur-fitur yang ada dalam YouTube, di antaranya sebagai berikut<sup>13</sup>:

##### 1) Mencari video

Situs ini adalah kumpulan berbagai macam video yang telah diunggah, jelas bahwa YouTube terdapat berbagai macam video. Penggunanya dapat mencari berbagai macam video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.

##### 2) Memutar video

Setelah penggunanya mendapatkan video yang diinginkan, hanya dengan mengkliknya penonton dapat langsung memutar video tersebut, tentu saja agar video lancar saat diputar koneksi internet sangat penting demi kelancaran saat menontonnya.

##### 3) Mengunggah (mengupload) video

---

<sup>12</sup> Burgess, J., & Green, J. (*YouTube: Online video and participatory culture*) John Wiley & Sons, 2018.

<sup>13</sup> Yoanita, M. R., dkk. Analisis fitur-fitur yang mempengaruhi jumlah subscribers youtube menggunakan algoritma Naive Bayes classifier. SMATIKA JURNAL: STIKI Informatika Jurnal, vol.10: 01, (2020).

Akun penonton yang sudah terdaftar dengan YouTube, mereka dapat mengunggah videonya ke dalam akunnya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin besar videonya maka semakin mempengaruhi lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.

4) Mengunduh (mendownload) video

Video yang ada dalam YouTube dapat juga bisa didownload penonton, dan gratis. Ada banyak cara seperti meng copy alamat URL yang ada dalam video tersebut lalu di pastekan ke dalam situs seperti [www.savefrom.net](http://www.savefrom.net). Banyak cara penggunaannya dapat mendownload video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di Google.

5) Melihat dampak sosial dari YouTube

Yang terjadi di Indonesia terlihat dari munculnya artis dadakan. Seperti contohnya, Briptu Norman dengan melipsing lagu Chaiyya Chaiyya, lalu Shinta dan Jojo dengan lipsingan lagu Keong Racun. Video mereka menjadi perbincangan karena memiliki keunikan tersendiri sehingga menjadi trending topik saat itu.

6) Berlangganan (Subscribe)

Fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (subscribe) video terbaru dari akun yang sudah kita klik tombol subscribe nya. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada dalam email penggunaannya.

## 7) Live Streaming (Siaran Langsung)

Fitur *live streaming* ini adalah fitur yang dimiliki internet bagi pemilik konten maupun pengguna yang sudah memiliki akun YouTube tentunya sangat berguna.

### b. Kategori

YouTube memiliki banyak sekali jenis video, mulai dari video tingkah laku pribadi penggunanya sampai dengan video-video yang jarang kita lihat di televisi<sup>14</sup>. Secara umum kategori dalam YouTube adalah sebagai berikut:

- 1) *Autos & Vehicles* (Otomotif dan Kendaraan)
- 2) *Comedy* (Komedi)
- 3) *Entertainment* (Hiburan)
- 4) *Film & Animation* (Film dan Animasi)
- 5) *Gadgets & Games* (Peralatan dan Permainan)
- 6) *Music* (Musik)
- 7) *News & Politics* (Berita dan Politik)
- 8) *People & Blog* (Orang dan Blog)
- 9) *Pets & Animals* (Binatang dan Binatang Peliharaan)
- 10) *Sports* (Olahraga)
- 11) *Travel and Places* (Perjalanan dan Tempat)

---

<sup>14</sup> Apriadi Tamburaka, Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).hal 84.

Berbagai macam kategori yang telah disebutkan pengguna bisa saja memilih sesuai dengan kehendaknya tanpa memikirkan video apa yang ingin dilihat dalam kategori. Hal ini dikarenakan YouTube menyediakan kolom di mesin pencarian yang berguna untuk mencari video yang sedang ingin ditonton oleh penggunanya. Jika video tidak ditemukan, maka YouTube biasanya menyarankan video yang hampir mendekati kata pencarian yang sedang ditelusuri.

a. Fungsi YouTube

Fungsi YouTube Pada umumnya media sosial seperti YouTube memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut<sup>15</sup>:

- 1) Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
- 2) Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana Information, Sharing, dan Comment.
- 3) Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk update teknologi informasi.

---

<sup>15</sup> Abraham A, *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011), hlm. 37.

- 4) Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
- 5) Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelijen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana Citizen Journalism.
- 6) Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya.

b. Pengguna YouTube

Dilansir dari keterangan pers YouTube pada halaman resminya, statistik pengguna YouTube sebagai berikut<sup>16</sup>:

- 1.) Lebih dari satu miliar pengguna, hampir sepertiga dari semua pengguna internet, dan setiap hari pengguna tersebut menonton miliaran jam video dan menghasilkan miliaran kali penayangan.
- 2.) Secara keseluruhan, bahkan YouTube pada perangkat seluler saja telah menjangkau pengguna berusia 18-34 tahun dan 18-49 tahun daripada jaringan televisi kabel mana pun di Amerika Serikat.
- 3.) YouTube telah meluncurkan versi lokalnya di lebih dari 88 negara, dan dapat diakses dalam total 76 bahasa (yang mencakup 95% dari populasi internet).

---

<sup>16</sup> <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/press/>, diakses tanggal 11 Juni 2024.

#### e. Kebijakan dan Keamanan

YouTube memiliki kebijakan dan keamanan saat menggunakan YouTube, pengguna dapat bergabung dengan seluruh komunitas dari seluruh dunia. Jutaan pengguna lain membutuhkan kepercayaan dan juga tanggung jawab. Konten yang ada dalam YouTube tentu tidak semuanya disukai karena melanggar ketentuan pedoman komunitas. Fitur pelaporan dapat digunakan untuk melaporkan konten-konten yang dianggap tidak pantas. Konten yang dilaporkan segera ditinjau oleh staf YouTube dengan seksama, 24 jam sehari dalam seminggu. YouTube mempunyai beberapa aturan umum yang telah ditetapkan agar pengguna terhindar dari masalah<sup>17</sup>. Berikut adalah beberapa aturan umum tersebut:

- 1) Konten seksual atau ketelanjangan
- 2) Konten yang merugikan atau berbahaya
- 3) Konten yang mengandung kebencian
- 4) Konten kekerasan atau vulgar
- 5) Pelecehan dan cyberbullying
- 6) Spam, metadata yang menyesatkan, dan scam
- 7) Ancaman
- 8) Hak Cipta
- 9) Privasi
- 10) Peniruan Identitas

---

<sup>17</sup> YouTube. (n.d.). Kebijakan komunitas. Diakses dari <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines>

11) Membahayakan anak

12) Kebijakan tambahan

## 2. Intensitas

“Intensitas” didefinisikan sebagai “pengeluaran energi” atau jumlah aktivitas yang dilaksanakan seseorang di jumlah waktu tertentu. Waktu keinginan awal untuk belajar sering kali menjadi kekuatan pendorong di balik kebiasaan menonton banyak orang.<sup>18</sup> Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, intensitas adalah keadaan tingkatan atau ukuran intensitasnya. Sedangkan intens sendiri berarti hebat atau sangat kuat, penuh semangat dan berapi-api<sup>19</sup>. Dapat disimpulkan bahwa intensitas sebagaimana didefinisikan oleh dalam skripsi Ariendra, merujuk pada “pengeluaran energi” atau jumlah aktivitas yang dilakukan seseorang dalam jangka waktu tertentu. Keinginan awal untuk belajar sering kali menjadi motivasi utama di balik kebiasaan menonton banyak orang.

Kata intensitas berasal dari Bahasa Inggris yaitu *intense* yang berarti semangat, giat.<sup>20</sup> Intensitas adalah kebulatan tenaga yang dikerahkan untuk suatu usaha”. Jadi intensitas secara sederhana dapat dirumuskan sebagai usaha yang dilakukan oleh seseorang dengan penuh semangat untuk mencapai tujuan.<sup>21</sup>

---

<sup>18</sup> Ariendra Dhanjaya, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Berita / Informasi di Televisi Terhadap Perilaku Prososial Remaja*, Skripsi (Malang: Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang, 2017), hlm. 8-9.

<sup>19</sup> Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 438.

<sup>20</sup> John M. Echols dan Hassan Shadily, “*Kamus Inggris Indonesia*”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997)

<sup>21</sup> Hazim, Nurkholif. *Teknologi Pembelajaran*. (Jakarta: UT PUSTEKKOM IPTPI, 2005)

Menurut Ajzen, intensitas merupakan suatu usaha seseorang dalam melakukan tindakan tertentu. Suatu tindakan yang dilakukan pada kurun waktu tertentu dan memiliki jumlah volume tindakan dikatakan memiliki intensitas. Terdapat 4 aspek mengenai intensitas<sup>22</sup>:

- a) “Berapa kali suatu tindakan diulang sebelum menjadi objek aplikasi disebut dengan frekuensi atau tingkat frekuensi. Variasi frekuensi dimungkinkan tergantung pada individu”.
- b) Durasi Durasi pertunjukan adalah jumlah waktu yang dihabiskan pemirsa untuk menontonnya. Durasi ini berkaitan dengan waktu individu dalam menonton video YouTube.
- c) Perhatian atau konsentrasi adalah kemampuan untuk memusatkan perhatian seseorang pada objek tertentu untuk tujuan tertentu. Jelas orang memanfaatkan sumber daya media mereka dengan baik.
- d) Penghayatan Ini mengacu pada proses pemahaman dan asimilasi informasi oleh individu, di mana informasi tersebut dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan baru bagi individu tersebut.

Perkataan intensitas sangat erat kaitannya dengan motivasi, antara keduanya tidak dapat dipisahkan. Intensitas merupakan realitas dari motivasi dalam rangka mencapai tujuan yang diharapkan yaitu peningkatan prestasi, sebab seseorang melakukan usaha dengan penuh semangat karena adanya motivasi sebagai pendorong pencapaian prestasi. Intensitas yang dimaksudkan pada penelitian ini

---

<sup>22</sup> Jalaludin Rakhmat. ”*Metode Penelitian Komunikasi Dilengkapi Dengan Contoh Analisis Statistik*”. Bandung; Remaja Rosdakarya, 2005. hlm 66.

adalah intensitas yang menggambarkan seberapa sering seseorang mengakses konten di dalam YouTube atau menonton. Intensitas menonton adalah kegiatan menonton sebuah tayangan yang diperhatikan secara intens. Intensitas menonton merupakan usaha seseorang untuk melakukan sebuah tindakan tertentu, seseorang tersebut tentunya memiliki jumlah pola tindakan dan perilaku yang cenderung sama, di dalam sebuah tindakan dan perilaku tersebut terdapat usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan sesuatu yang sesuai dengan kebutuhannya.

#### a. Indikator Intensitas

Intensitas memiliki beberapa indikator yaitu sebagai berikut<sup>23</sup>:

##### 1) Motivasi

Pengertian dasar motivasi adalah keadaan internal organisme (baik manusia maupun hewan) yang mendorongnya untuk melakukan sesuatu. Disini motivasi berarti pemasok daya untuk berbuat atau bertingkah laku secara terarah. Motivasi dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu motivasi intrinsik dan motivasi ekstrinsik. Motivasi intrinsik adalah keadaan yang berasal dari dalam diri individu yang dapat melakukan tindakan, termasuk didalamnya adalah perasaan menyukai materi dan kebutuhannya terhadap materi tersebut. Sedangkan motivasi ekstrinsik adalah hal atau keadaan yang mendorong untuk melakukan tindakan karena adanya rangsangan dari luar individu, pujian dan hadiah atau peraturan sekolah, suri tauladan orang tua, guru dan seterusnya,

---

<sup>23</sup> Ryan, R. M., & Deci, E. L. *Pendidikan dan Motivasi*. (Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar, 2000)

merupakan contoh konkrit motivasi ekstrinsik yang dapat mendorong siswa untuk belajar.

#### 2) Durasi

Kegiatan Durasi kegiatan yaitu berapa lamanya kemampuan penggunaan untuk melakukan kegiatan. Dari indikator ini dapat dipahami bahwa motivasi akan terlihat dari kemampuan seseorang menggunakan waktunya untuk melakukan kegiatan.

#### 3) Frekuensi

Kegiatan Frekuensi dapat diartikan dengan kekerapan atau kejarangan kerapnya, frekuensi yang dimaksud adalah seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periode waktu tertentu. Misalnya dengan seringnya siswa melakukan belajar baik disekolah maupun diluar sekolah.

#### 4) Presentasi

Presentasi yang dimaksud adalah gairah, keinginan atau harapan yang keras yaitu maksud, rencana, cita-cita atau sasaran, target dan idolanya yang hendak dicapai dengan kegiatan yang dilakukan. Ini bisa dilihat dari keinginan yang kuat bagi siswa untuk belajar.

#### 5) Arah sikap

Sikap sebagai suatu kesiapan pada diri seseorang untuk bertindak secara tertentu terhadap hal-hal yang bersifat positif maupun negatif. Dalam bentuknya yang negatif akan terdapat kecenderungan untuk menjauhi, menghindari, membenci, bahkan tidak menyukai objek tertentu. Sedangkan dalam bentuknya

yang positif kecenderungan tindakan adalah mendekati, menyenangkan, dan mengharapkan objek tertentu. Contohnya, apabila siswa menyenangkan materi tertentu maka dengan sendirinya siswa akan mempelajari dengan baik. Sedangkan apabila tidak menyukai materi tertentu maka siswa tidak akan mempelajari kesan acuh tak acuh.

#### 6) Minat

Minat timbul apabila individu tertarik pada sesuatu karena sesuai dengan kebutuhannya atau merasakan bahwa sesuatu yang akan digeluti memiliki makna bagi dirinya. Minat ini erat kaitannya dengan kepribadian dan selalu mengandung unsur afektif, kognitif, dan kemauan. Ini memberikan pengertian bahwa individu tertarik dan kecenderungan pada suatu objek secara terus menerus, hingga pengalaman psikisnya lainnya terabaikan.

### 3. Perilaku Sosial

Perilaku sosial menunjukkan kemampuan untuk menjadi orang yang bermasyarakat. Lebih lanjut lagi, perilaku sosial adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan perilaku umum yang ditunjukkan oleh individu dalam masyarakat, yang pada dasarnya sebagai respons terhadap apa yang dianggap dapat diterima atau tidak dapat diterima oleh kelompok sebaya seseorang. Perilaku sosial merupakan perilaku yang alami dan natural dan timbul secara spontan dalam interaksi.<sup>24</sup>

---

<sup>24</sup> Bimo Walgito. *Teori-teori Sosial*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 27.

Berdasarkan pengertian di atas perilaku sosial merujuk pada kemampuan individu untuk berinteraksi dan beradaptasi di dalam masyarakat. Perilaku sosial mencakup perilaku umum yang ditampilkan oleh individu sebagai respon terhadap norma-norma yang dianggap diterima atau tidak di dalam kelompok.



### **a. Indikator Perilaku Sosial**

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini untuk variabel perilaku sosial adalah sebagai berikut<sup>25</sup>:

#### 1) Komponen Kognisi

Komponen Kognitif berisi persepsi, kepercayaan, dan stereotipe yang dimiliki individu mengenai sesuatu. Persepsi dan kepercayaan seseorang mengenai objek sikap berwujud pandangan (opini) dan seringkali merupakan stereotip atau sesuatu yang telah terpolakan dalam pikirannya.

#### 2) Komponen Afektif

Komponen afektif melibatkan perasaan atau emosi. Reaksi emosional kita terhadap suatu objek akan membentuk sikap positif atau negatif terhadap objek tersebut. Reaksi emosional ini banyak ditentukan oleh kepercayaan terhadap suatu objek, yakni kepercayaan suatu objek baik atau tidak baik, bermanfaat atau tidak bermanfaat.

#### 3) Komponen Konasi

Komponen konatif atau kecenderungan bertindak (berperilaku) dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap. Perilaku seseorang dalam situasi tertentu dan dalam situasi menghadapi stimulus tertentu, banyak ditentukan oleh kepercayaan dan perasaannya terhadap stimulus tersebut.

---

<sup>25</sup> Sears, David O, Jonathan L. Freedman dan Letitia Anne Peplau, *Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 1994).

Kecenderungan berperilaku secara konsisten, selaras dengan kepercayaan dan perasaan ini membentuk sikap individual.

#### 4. Teori S.O.R

Teori S-O-R dikemukakan oleh Hovland, Janis dan Kelly pada tahun 1953 yang merupakan kepanjangan dari Stimulus (pesan) – Organism (komunikasikan/penerima) – Respons.<sup>26</sup> Teori S-O-R merupakan teori komunikasi sebagai singkatan dari stimulus- organism- response. Menurut teori ini, media massa amat perkasa dalam mempengaruhi penerima pesan, teori S-O-R ini menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan, yaitu khalayak. Namun respon sesungguhnya juga dimodifikasi oleh organisme (O) yang stimulus dan penerima menanggapi dengan menunjukkan respon sehingga dinamakan teori S-O-R<sup>27</sup>.

Teori S-O-R merupakan salah satu teori psikologi yang menjelaskan bahwa perilaku individu dibentuk oleh stimulus yang diterimanya. Teori ini menunjukkan bahwa stimulus mempengaruhi individu (organisme) dan menghasilkan respons atau perilaku. Asumsinya adalah bahwa perubahan perilaku individu tergantung pada kualitas stimulus yang diterimanya. Terdapat 3 unsur dalam model ini, antara lain :

---

<sup>26</sup> Noviri Syahdi, "Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu AS Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau", JOM FISIP, vol. 3:2 (2016), hlm. 2.

<sup>27</sup> Morissan, m.A, et al, 2010, teori komunikasi massa, p.t. ghalia Indonesia. hlm. 17.

- a. S (*Stimulus*) : Rangsangan, sebuah isi pesan dari komunikator yang ditujukan kepada komunikan.
- b. O (*Organisme*) : Komunikan, orang/ khalayak yang menjadi sasaran atau target penyampaian stimulus sehingga membentuk sikap positif.
- c. R (*Response*) : Respon, pesan tersebut dapat diterima khalayak sehingga diharapkan adanya perubahan sikap yang terjadi.

Menunjukkan bahwa perubahan sikap tergantung pada proses yang terjadi pada komunikan. Stimulus yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikan, proses berikutnya komunikan mengerti maka kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Menurut Skinner dalam Endang dan Elisabeth bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus teori ini disebut “S-O-R” atau Stimulus-Organisme-Respons.

Dalam proses perubahan sikap tampak bahwa sikap dapat berubah hanya jika stimulus yang menerpa melebihi semula. Prof. Dr. Mar'at dalam bukunya “Sikap Manusia, Perubahan serta Pengukurannya”, mengutip pendapat Hovland, Janis dan Kelley yang menyatakan bahwa proses dari perubahan sikap adalah serupa dengan proses belajar. Dalam mempelajari sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.<sup>28</sup> Dilihat dari

---

<sup>28</sup> Mar'at, *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982).

bentuk respons terhadap stimulus ini, maka perilaku dapat dibedakan menjadi dua:

1) Perilaku tertutup (*covert behavior*)

Perilaku tertutup adalah respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup (*convert*). Respons atau reaksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan, kesadaran, dan sikap yang terjadi pada orang yang menerima stimulus tersebut dan belum dapat diamati secara jelas oleh orang lain.

2) Perilaku terbuka (*overt behavior*)

Respons seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respons terhadap stimulus tersebut sudah jelas dalam bentuk tindakan atau praktik, yang dengan mudah dapat diamati atau dilihat oleh orang lain.

Berikut ini merupakan penjelasan mengenai unsur-unsur dalam model teori SOR yang kemudian timbul persepsi pada khalayak sasaran.

1) **Stimulus**

Stimulus adalah setiap bentuk fisik, visual, atau komunikasi verbal yang dapat mempengaruhi tanggapan individu. Ciri-ciri stimulus yang mempengaruhi khalayak dalam mempersepsikan objek:

- a) Unsur indrawi yang terdiri dari warna dan tulisan

- b) Unsur Struktural, meliputi penampilan pemberitaan dalam media online misalnya, gambar, isi pemberitaan dan cara penyajiannya.

Karakteristik penting yang turut menentukan persepsi khalayak pada stimulus adalah kemampuan membedakan stimulus dan kemampuan menggeneralisasi dari satu stimulus ke stimulus yang lainnya.

## 2) Organisme (Komunikan)

Komunikan pada komunikasi massa bersifat anonim dan heterogen. Pada komunikasi interpersonal, komunikator akan mengenal komunikannya, mengetahui identitasnya. Sedangkan dalam komunikasi massa, komunikator tidak bisa bertemu langsung dengan komunikannya dan tidak tahu bagaimana karakteristik serta jumlah dari komunikannya. Selain itu komunikannya juga bersifat heterogen. Karena terdiri dari berbagai jenis lapisan masyarakat, mulai dari masyarakat tingkat atas sampai masyarakat tingkat bawah, semuanya dikelompokkan berdasarkan faktor usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan, latar belakang budaya. Anita Taylor dan kawan-kawan berpendapat bahwa komunikan akan melakukan pemilihan pesan yang diterima dari media massa melalui mekanisme pemilihan sebagai berikut:

- a) Pemilihan terpaan (*selective exposure*) : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan-pesan yang konsisten atau sesuai dengan sikap dan kepentingannya.

b) Pemilihan perhatian (*selective attention*) : kecenderungannya hanya memperhatikan pesan-pesan yang menarik dan sensasional sesuai kebutuhannya.

c) Pemilihan persepsi (*selective perception*) : kecenderungannya hanya menginterpretasikan pesan-pesan yang konsisten atau sesuai sikap dan keyakinannya.

d) Pemilihan ingatan (*selective reminder*) : kecenderungannya hanya mau mengingat kembali mengenai pesan-pesan yang sesuai dengan sikap dan keyakinannya .

### **3) Response (Tanggapan)**

Pesan dalam media massa memiliki respon atau efek yang meliputi kognitif, afektif, dan behavioral.

a) Kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikan yang sifatnya informatif bagi dirinya. Media massa dapat mengubah citra khalayak tentang lingkungan mereka karena media massa memberikan rincian, analisis, dan tinjauan tentang berbagai peristiwa.

b) Afektif, efek ini kadarnya lebih tinggi daripada efek kognitif, efek ini lebih cenderung pada emosi. Tujuan dari komunikasi bukan hanya sekedar memberikan pesan kepada khalayak, tetapi juga agar khalayak bisa paham dengan pesan yang disampaikan sehingga menimbulkan efek yang diinginkan oleh komunikatornya. Sehingga diharapkan khalayak bisa turut merasakan bahagia, sedih, marah dan sebagainya.

Adapun keterkaitan model S-O-R dalam penelitian ini adalah :

- 1) Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan Login dalam YouTube.
- 2) Organisme yang dimaksud adalah mahasiswa di Kota Bandar Lampung.
- 3) Respon yang dimaksud adalah sikap sosial terhadap toleransi penonton konten Login di YouTube pada kalangan Mahasiswa di Kota Bandar Lampung.

### **G. Hipotesis**

Sebelum melakukan sebuah penelitian dengan metode kuantitatif, maka diperlukan adanya sebuah hipotesis. Hipotesis adalah taksiran terhadap parameter populasi yang dilihat melalui data-data sampel.<sup>29</sup> Hipotesis adalah jawaban yang bersifat sementara dari suatu penelitian yang akan dilakukan, hingga terbukti melalui data yang terkumpul setelah dilakukannya penelitian tersebut.<sup>30</sup> Dalam penelitian ini terdapat dua hipotesis, pertama hipotesis alternatif ( $H_a$ ) dan kedua, hipotesis Nol ( $H_0$ ). Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

**$H_a$ :** Terdapat pengaruh intensitas mengakses konten YouTube Login terhadap perilaku sosial mahasiswa Lampung.

**$H_0$ :** Tidak terdapat pengaruh intensitas mengakses konten YouTube Login terhadap perilaku sosial mahasiswa Lampung.

---

<sup>29</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)

<sup>30</sup> Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)

## **H. Sistematika Pembahasan**

**BAB I :** Membahas tentang latar belakang, batasan dan rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, kajian pustaka, kerangka teori, hipotesis dan sistematika pembahasan.

**BAB II :** Membahas tentang metode penelitian yang meliputi jenis penelitian, definisi konseptual, definisi operasional, populasi dan sampel, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, uji instrumen, analisis data

**BAB III :** Membahas tentang konten Login yang meliputi analisis konten-konten yang disajikan dalam konteks Toleransi, mahasiswa Lampung.

**BAB IV :** Membahas tentang penyajian data dan merupakan bab yang akan memaparkan hasil penelitian

**BAB V :** Merupakan bab terakhir sebagai penutup yang memuat kesimpulan dari hasil penelitian, sebagai jawaban dari permasalahan yang ada dalam penelitian.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan temuan dari penelitian yang telah disajikan dan pembahasan yang sudah diuraikan tentang Pengaruh Intensitas Mengakses konten Login dalam YouTube Terhadap Sikap Sosial Mahasiswa Lampung, yang telah dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara intensitas mengakses konten "Login" dalam YouTube dengan pembentukan sikap sosial mahasiswa di Lampung. Mahasiswa yang sering mengakses konten tersebut cenderung memiliki sikap sosial yang lebih positif dibandingkan dengan mereka yang jarang atau tidak mengaksesnya. Intensitas mengakses konten "Login" dalam YouTube memberikan kontribusi yang cukup besar terhadap pembentukan sikap sosial mahasiswa di Lampung. Konten tersebut mampu mempengaruhi cara pandang dan interaksi sosial mahasiswa, yang berdampak pada peningkatan toleransi, empati, dan kepekaan sosial mereka. Kategori tersebut menduduki angka sebanyak 66 responden dari 100 total keseluruhan atau sebesar 66.0% dalam kategori baik. dan sebanyak 22orang atau 22.0% pada kategori sangat baik. Mayoritas responden berada pada kategori baik. Ini mengindikasikan bahwa sebagian besar dari mereka memiliki sikap sosial yang baik terhadap toleransi beragama.

## **B. Saran**

Dengan mempertimbangkan temuan-temuan yang telah disajikan sebelumnya dalam penulisan tugas akhir ini, serta implikasi yang dapat diperoleh dari hasil penelitian ini, beberapa saran yang ingin penulis sajikan :

1. Para pengguna media sosial, khususnya mahasiswa, disarankan untuk lebih bijak dalam mengakses dan menyebarkan konten di media sosial. Media sosial harus dimanfaatkan sebagai sarana untuk menyebarkan pesan positif dan nilai-nilai Islam yang dapat membangun sikap sosial yang baik. Pengguna harus lebih selektif dalam memilih konten yang diakses dan dibagikan, memastikan bahwa informasi yang disebarkan bermanfaat dan tidak menyesatkan. Dengan demikian, media sosial dapat menjadi alat yang efektif untuk pendidikan dan pengembangan karakter yang positif.
2. Diharapkan bagi peneliti selanjutnya untuk dapat mengembangkan dan melakukan penelitian yang menggunakan variabel, metode, objek, dan subjek yang bervariasi. Misalnya, melalui analisis lebih lanjut diskala nasional faktor-faktor lain yang memengaruhi sikap sosial manusia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abraham A, *Sukses menjadi Artis dengan YouTube*, (Surabaya: Reform Media, 2011), hlm. 37.
- Amin, S. M., *Ilmu Dakwah*, (Jakarta: Amzah, 2009).
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), hlm. 84.
- Apriadi Tamburaka, *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013).hal 84.
- Ariendra Dhanjaya, *Hubungan Intensitas Menonton Tayangan Berita / Informasi di Televisi Terhadap Perilaku Prososial Remaja*, Skripsi (Malang: Fakultas Psikologi, Universitas Muhammadiyah Malang. 2017), hlm. 8-9.
- Arikunto, Suharsimi, *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Rineka Cipta, 2013)
- Bimo Walgito. *Teori-teori Sosial*. (Yogyakarta: CV. Andi Offset, 2011), hlm. 27.
- Bofry, A., et al. (2023). YouTube sebagai sarana komunikasi jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau: Analisis konten channel YouTube Satu Persen. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).
- Burke, S.C., Snyder, S., Rager, R.C., “An Assessment of Faculty Usage of YouTube as a Teaching Resource”. *The Internet Journal of Allied Health Sciences and Practice*, vol. 7:1 (2009), available online at <http://ijahsp.nova.edu>.
- Chou, H. T. G., & Edge, N. (2012). They are happier and having better lives than I am: The impact of using Facebook on perceptions of others' lives. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 15(2), 117-121. <https://doi.org/10.1089/cyber.2011.0324>
- David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *Acta Diurna*, 6(1).
- Departemen Pendidikan Nasional, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 2005), hlm. 438.
- Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-YouTube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023> “Pengguna YouTube di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada awal 2023” pada tanggal 07 Desember 2023 Pukul 01:15 WIB.
- Diakses dari <https://islamina.id/log-in-konten-ramadan-kelas-tinggi/2/>”Log In: Konten Ramadan Kelas Tinggi” pada tanggal 3 agustus 2024 Pukul 22:35 WIB.
- Epega, T. O. *Factors Influencing The Perceived Credibility Of Public Relations Message Sources*, 2008.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 25*. (Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro, 2018).

- Ginting, S. (2021). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).  
hal. 185
- Hazim, Nurkholif. *Teknologi Pembelajaran*. (Jakarta: UT PUSTEKKOM IPTPI, 2005)
- Hovland, C.I., Janis, I.L., dan Kelley. *Communication and persuasion*, (New Haven : Yale University Press, 1953).
- <https://kumparan.com/lampunggeh/bandar-lampung-masuk-10-kota-dengan-skor-toleransi-rendah-se-indonesia-230Sh8iX0y4/full>
- <https://www.YouTube.com/intl/id/yt/about/press/>, diakses tanggal 11 Juni 2024.
- Jin, B., & Phua, J. (2014). The effect of social comparison on social media on individuals' self-esteem and well-being: A meta-analysis. *Journal of Communication*, 64(2), 181-201. <https://doi.org/10.1111/jcom.12093>
- John M. Echols dan Hassan Shadily, “Kamus Inggris Indonesia”, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1997)
- Marfat, *Sikap Manusia Perubahan serta Pengukuran*, (Jakarta: Ghalia Indonesia, 1982).
- Morissan, m.A, et al, 2010, teori komunikasi massa, p.t. ghalia Indonesia. hlm. 17.
- Noviri Syahdi, “Pengaruh Terpaan Mobile Advertising Berupa SMS (Short Message Service) Operator Kartu AS Terhadap Sikap Pengguna Telepon Seluler Di Lingkungan Mahasiswa Universitas Riau”, *JOM FISIP*, vol. 3:2 (2016), hlm. 2.
- Rozi, M. (2021). Pengaruh konten vlog dalam YouTube terhadap pembentukan sikap mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. *Jurnal Teknologi, Kesehatan dan Ilmu Sosial (TEKESNOS)*, 3(1).
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). *Pendidikan dan Motivasi*. Yogyakarta: Penerbit Pustaka Pelajar.
- Sears, David O, Jonathan L. Freedman dan Letitia Anne Peplau, *Psikologi Sosial Edisi Kelima Jilid 2* (Jakarta: Erlangga, 1994).
- Sofar Silaen dan Yaya Heriyanto, *Pengantar Statistik Sosial* (Jakarta: IN Media, 2013), hlm. 139.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014)
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2014), hlm. 80.
- Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, ed. 2, (Bandung: Alfabeta, 2019)
- Tulus Winarsunu, *Statistika dalam Penelitian Psikologi dan Pendidikan*, (Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2006), Hal. 180
- Ulber Silalahi, “*Metode Penelitian Sosial Kuantitatif*” (Bandung: PT Refika Aditama, 2015), hlm. 115.
- Wiratna Sujarweni, *Spss Untuk Penelitian*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2014),
- YouTube. (n.d.). Kebijakan komunitas. Diakses dari <https://www.youtube.com/howyoutubeworks/policies/community-guidelines/>.