

**PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP
PEMBENTUKAN SIKAP MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**



SKRIPSI

*Diajukan Kepada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau
Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh
Gelar Sarjana Strata (S1) Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)*

Oleh:

M.FAHROZI
11443104404

PRODI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU

PEKANBARU

2021

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta mili

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
كلية الدعوة و الاتصال
FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas KM.15 No. 155 Tuah Madani Tampan - Pekanbaru 28293 PO Box. 1004 Telp. 0761-562051
Fax. 0761-562052 Web.www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@Pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN UJIAN MUNAQASYAH

Yang bertandatangan dibawah ini adalah Penguji Pada Ujian Munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : **M FAHROZI**
NIM : 11443104404
Judul : **Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi pada:

Hari : Selasa
Tanggal : 16 Juni 2020

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Bimbingan Konseling Islam di Fakultas Dakwah dan komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

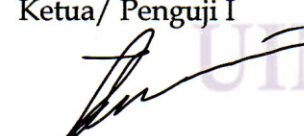
Rekanbaru, 8 Februari 2021

Dekan,


Dr. Nurdin, MA
NIP. 19660620 200604 1 015

Tim Penguji

Ketua/ Penguji I


Yantos, S.IP, M.Si
Nip. 197110122 200701 1 016

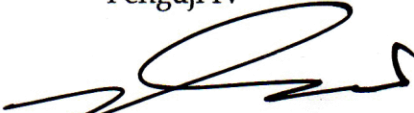
Penguji III


Dr. Elfiandri, M.Si
NIK. 19700312 199703 1 006

Sekretaris/ Penguji II


Dr. Kodarni, S.ST,M.Pd
NIP. 130 311 014

Penguji IV


Dewi Sukartik, M.Sc
NIP. 130 311 019

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Tidak diperkenankan untuk menyalin atau mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
2. Tidak diperkenankan untuk mengutip hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
3. Tidak diperkenankan untuk mengutip atau menyalin sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



PERSETUJUAN PEMBIMBING

**PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP
PEMBENTUKAN SIKAP MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM
NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU”**

Disusun oleh

Nama : M.Fahrozi
Nim : 11443104404

Setelah membaca, meneliti dan memberikan petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku dosen pembimbing menyetujui bahwa kripsi saudara **M.Fahrozi, NIM 11443104404** dengan judul **“Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”**.

Untuk diajukan pada munaqasah fakultas dakwah dan komunikasi uin suska riau.

Dosen Pembimbing Skripsi
Pembimbing I

Pekanbaru, 15 Mei 2020
Pembimbing II

Rudhi Martha Nugraha, S. Sn., M.Ds
NIP. 19790526 200912 1 002

H. Darusman, M.Ag
NIP. 19700813 199703 1 001

Mengetahui,

Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 19691118 199603 2 001

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mengemukakan sumber.
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta milik UIN Suska Riau



Pekanbaru, 15 Mei 2020

Hak Cipta Dilindungi Undang-undang
 © Hak cipta milik UIN Suska Riau
 Dosen Pembimbing Skripsi : Nota Dinas
 Nomor : -
 Lampiran :
 Hal : **Pengajuan Ujian Munaqasah**
 a.n M.Fahrozi

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Setelah kami mengadakan pemeriksaan atau perubahan seperlunya guna kesempurnaan skripsi ini, maka kami sebagai pembimbing skripsi saudara **M.Fahrozi, NIM. 11443104404** dengan judul "**Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**" telah dapat diajukan untuk mengikuti ujian Munaqasah guna memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S. I.Kom) Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Harapan kami semoga dalam waktu dekat, yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidan ujian Munaqasah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian surat pengujian ini kami buat, atas perhatiannya kami ucapkan terimakasih.

Wassalamua'alaikum Wr. Wb.

Pembimbing I

Pembimbing II

Yudhi Martha Nugraha, S. Sn., M.Ds
 NIP. 197903262009121002

H. Darusman, M.Ag
 NIP. 19700813 199703 1 001

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



PERNYATAAN ORISINALITAS

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : M Fahrozi
Nim : 11443104404
Jurusan : Ilmu Komunikasi
Judul : Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Adalah benar bahwa skripsi ini hasil kerja saya sendiri dan didalamnya tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan di suatu perguruan tinggi di lembaga pendidikan lainnya. Pengetahuan yang diperoleh dari hasil penerbitan maupun belum/tidak diterbitkan, sumbernya dijelaskan di dalam tulisan dan daftar pustaka.

Apabila dikemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

UIN SUSKA RIAU

Pekanbaru, 9 Febuari 2021



M FAHROZI

NIM. 11443104404

Hak cipta Dilindungi Undang-Undang

Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI

كلية الدعوة و علم الاتصال

FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATION

Jl. H.R. Soebrantas No. 155 KM. 18 Simpang Baru Panam Pekanbaru 28293 PO. Box. 1004 Telp. 0761-562223
Fax. 0761-562052 Web. www.uin-suska.ac.id, E-mail: iain-sq@pekanbaru-indo.net.id

PENGESAHAN

Proposal dengan judul **“Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”** yang diajukan oleh saudara:

Nama : M Fahrozi
Nim : 11443104404
Jurusan : Ilmu Komunikasi

Telah diseminarkan pada:
Hari / tanggal : Senin, 13 Agustus 2018
Pukul : 08.00 Wib
Tempat : Ruang Munaqasah 1

Dengan ini diterima untuk penulisan skripsi selanjutnya sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pekanbaru, 15 Agustus 2018

Penguji,

Darmawati, M.I.Kom

NIK. 130 417 026

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRAK

Nama : M.FAHROZI

NIM : 11443104404

Judul : **PENGARUH KONTEN VLOG DALAM YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN SIKAP MAHASISWA JURUSAN ILMU KOMUNIKASI FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Sejak kehadiran youtube, lambat laun mulai banyak bermunculan pembuat Vlog di Indonesia, sebagai konten yang mudah dibuat dan bebas untuk berekspresi, Vlog menjadi sarana yang kreatif bagi para Vlogger maupun penontonnya. Namun, muncul tren-tren kontroversial yang berpotensi menjadi pengaruh buruk bagi penonton, beberapa Vlogger mengekspresikan dirinya terlalu bebas dan cenderung secara negatif. Untuk mengetahui Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa program Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Penelitian ini berjenis kuantitatif, dengan menggunakan kuesioner untuk mendapatkan data. Jumlah populasi adalah sebanyak 377 Mahasiswa Ilmu Komunikasi dan sampel diambil sesuai dengan jumlah 79 responden. Pengujian hubungan antara konten vlog di Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan uji korelasi *Product Moment*. Sedangkan untuk pengujian pengaruh konten vlog di Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi menggunakan uji linier sederhana. Hasil uji korelasi *Product Moment* menunjukkan bahwa konten Vlog dalam Youtube (X) terdapat hubungan rendah terhadap pembentukan sikap (Y) dengan nilai koefisien korelasi 0,350. Dari hasil uji regresi linier sederhana diperoleh sig 0,002 yang berarti konten vlog di youtube (X) berpengaruh terhadap pembentukan sikap (Y) karena 0,002 lebih kecil dari 0,05. Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan bahwa pengaruh konten vlog di youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa program Ilmu Komunikasi angkatan 2016 Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau mempunyai pengaruh yang rendah sebesar 0,350 yaitu terletak pada interval 0,20 -0,399.

UIN SUSKA RIAU

Kata Kunci: *Pengaruh, Konten Vlog Di Youtube, Pembentukan Sikap.*

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

ABSTRACT

Name : M.FAHROZI

Student Reg. No : 11443104404

Title : THE EFFECT OF VLOG CONTENT OF YOUTUBE ON THE FORMATION OF COMMUNICATION STUDENT ATTITUDES FACULTY OF DAKWAH AND COMMUNICATIONS, SULTAN SYARIF KASIM RIAU STATE ISLAMIC UNIVERSITY

Since the presence of YouTube, the Vlog makers began to appear in Indonesia. It is easy to create and free to express. Vlog is a creative tool for Vloggers and their viewers. However, there are controversial trends that have the potential to be a bad influence on the audience. Some Vloggers express themselves too freely and tend to be negative. This thesis aims to find out the effect of Vlog content on Youtube on the formation of student attitudes in the Communication Science program, the Faculty of Da'wah and Communication at the Sultan Syarif Kasim State Islamic University, Riau. This research is a quantitative study using questionnaires to obtain data. The total population was 377 Communication Science students and samples were taken according to the number of 79 respondents. This thesis tests the relationship between vlog content on Youtube and the Formation of Attitudes of Communication Science Students using the Product Moment correlation test. Meanwhile, testing the effect of vlog content on Youtube on the Formation of Student Attitudes in Communication Studies uses a simple linear test. The results of the Product Moment correlation test show that the Vlog content on Youtube (X) has a low relationship to attitude formation (Y) with a correlation coefficient value of 0.350. From the results of the simple linear regression test, it was obtained sig 0.002, which means that the vlog content on YouTube (X) has an effect on attitude formation (Y) because 0.002 is less than 0.05. Based on the results of the study, it can be concluded that the effect of vlog content on YouTube on the formation of attitudes of students of the Communication Science program class of 2016, Faculty of Da'wah and Communication, State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau has a low influence about 0.350, which is located in the interval 0.20 -0.399

Keywords: *Effect, Vlog Content on Youtube, Attitude Formation.*

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Alhamdulillah Robbil'alamin, puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan karunia-Nya kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Konten Daily Vlog Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau”**

Penulisan Skripsi ini diperuntukkan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana (S1) pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Program Studi Ilmu Komunikasi, Konsentrasi Broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Dalam penulisan skripsi ini penulis menyadari bahwa masih banyak kelemahan dan kekurangan yang disebabkan keterbatasan dan pengalaman penulis, namun banyak pihak yang mendorong dan memberikan motivasi bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini. Teristimewa kepada orang tua tercinta Ayahanda Hasbi dan Ibunda Nuryani yang telah merawat, mengasihi, membesarkan, membimbing, dan selalu memberikan semangat dengan penuh kasih sayang dan pengorbanan baik secara moril maupun materil, serta doa dan dukungan untuk keberhasilan langkah penulis hingga saat ini, untuk itu skripsi ini dipersembahkan kepada kedua orang tua yang sangat penulis sayangi. Pada kesempatan ini dengan kerendahan hati dan penuh rasa hormat penulis mengucapkan terimakasih kepada:

Bapak Prof. Dr. H. Akhmad Mujahidin, S.Ag, M.Ag selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Bapak Dr. Drs. H. Surryan A. Jammah, M.A, Dr. H. Kusnadi M.Pd, dan Drs. H. Promadi, M.A, Ph.D selaku Wakil Rektor I, II, dan III Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Bapak Nurdin, M.A selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

4. Bapak Dr. Masduki, M.Ag, Dr. Toni Hartono, M.Si dan Dr. Azni, M.Ag selaku Wakil Dekan I, II, dan III Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

5. Ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bapak Yantos, S.IP, M.Si selaku Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

6. Bapak Yudhi Martha Nugraha, S.Sn., M.Ds dan H. Darusman, M.Ag, selaku pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kesempatan untuk memberikan pengarahan serta nasehat demi kesempurnaan skripsi ini.

7. Bapak Sudianto, M.Ikom, selaku pembimbing akademik yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, pikiran, kesempatan untuk memberikan pengarahan-pengarahan serta nasehat yang membangun demi kesempurnaan skripsi ini.

8. Seluruh Dosen Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan yang telah memberikan ilmunya kepada penulis, serta seluruh staff dan karyawan yang telah memberikan pelayanan kepada penulis selama perkuliahan.

9. Kepala Staff Perpustakaan Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau dan Kepala Staff Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, serta seluruh staff yang telah memberikan pelayanan dan menyediakan buku-buku yang menjadi referensi penulis selama perkuliahan.

10. Terima kasih kepada keluarga besar yaitu ayah Hasbi, ibu Nuryani dan kakak Herni Alfia, Adik Rafiqah Agustini dan Danisa Desi Aizura yang

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

telah memberikan do'a, dorongan dan semangat baik berupa moril maupun materil.

11. Terima kasih kepada teman-teman Ilmu Komunikasi H angkatan tahun 2014, teman-teman Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2015 konsentrasi Broadcasting C yang merupakan teman-teman seperjuangan yang telah memberikan semangat, motivasi, kepercayaan diri dan ilmu serta pengalaman yang berharga bagi penulis baik saat di dalam maupun di luar kampus.
12. Terima kasih kepada sahabat krik Rifda, Dini, Octha, Kori, Ria, Syadi, Nazrul, Arief, Balkar, Amirul yang telah menemani saya berproses sejauh ini dalam masa perkuliahan dan mempelajari segala hal tentang ilmu komunikasi.
13. Terimakasih kepada Adam Qadim dan Isnaini Amrus, teman yang pada akhirnya bisa menggerakkan saya untuk melanjutkan skripsi yang sudah tertunda cukup lama.
14. Terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Pekanbaru, 09 Februari 2020

Penulis,

M.Fahrozi

NIM. 11443104404

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

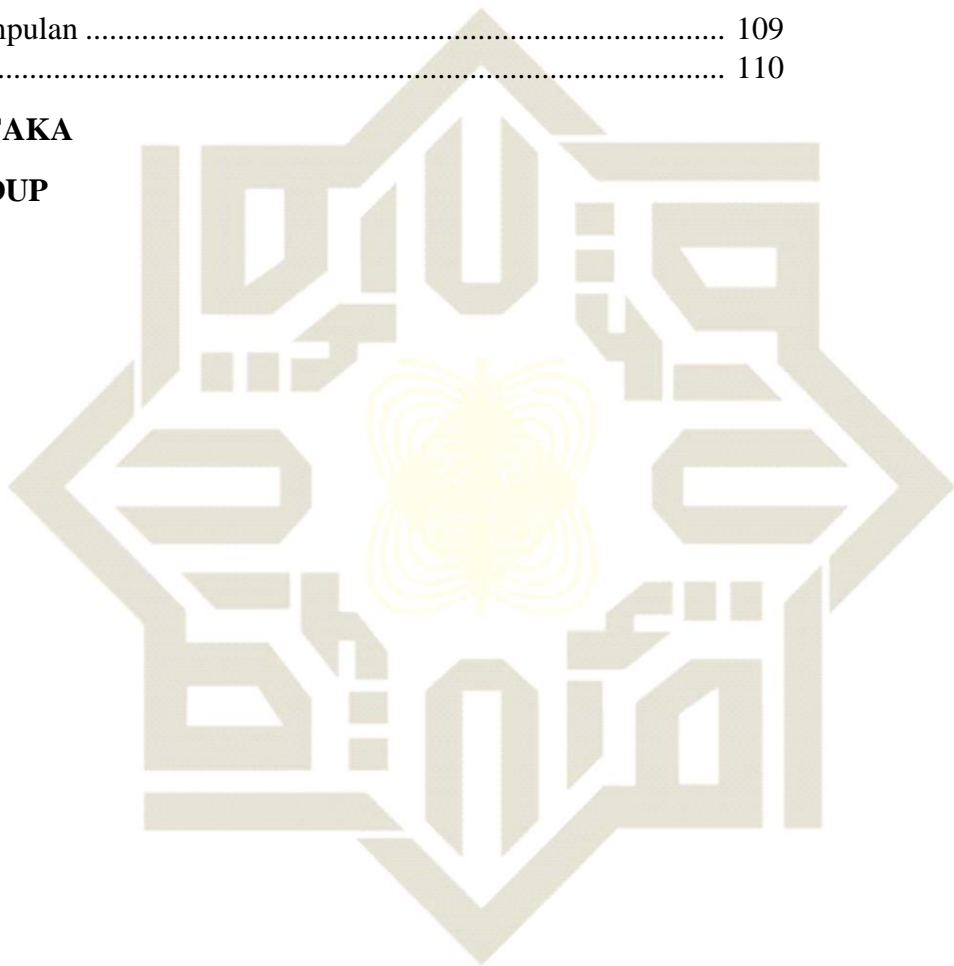
DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	iii
DAFTAR ISI	vi
DAFTAR TABEL	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Permasalahan	6
D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	9
A. Landasan Teori	9
1. Konten Vlog	9
2. Youtube	12
3. Pengertian Sikap	13
4. Teori S-O-R	19
5. Komunikasi Massa	22
B. Kajian Terdahulu	30
C. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel	32
1. Definisi Konseptual	32
2. Definisi Operasional Variabel	33
D. Hipotesis	41
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	43
A. Jenis dan Pendekatan Penelitian	43
B. Lokasi dan Waktu Penelitian	44
C. Populasi dan Sampel	44
D. Teknik Pengumpulan Data	45
E. Uji Validitas	46
F. Teknik Analisis Data	47
BAB IV GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN	51
A. Sejarah berdirinya Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Suska Riau	51
B. Visi, Misi dan Tujuan Ilmu Komunikasi	54
C. Sasaran Ilmu Komunikasi	55
D. Kompetensi Konsentrasi Ilmu Komunikasi	55

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

E. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi....	56
BAB V HASIL PENELITIAN	60
A. Hasil Penelitian	60
B. Pembahasan.....	90
C. Analisis Data	98
BAB VI PENUTUP	109
A. Kesimpulan	109
B. Saran.....	110

DAFTAR PUSTAKA
RIWAYAT HIDUP



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Distribusi Responden Penelitian Berdasarkan Jenis Kelamin	60
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Usia	61
Tabel 5.3	Tanggapan Reponden Menonton Konten Vlog diyoutube.....	62
Tabel 5.4	Tanggapan Responden Menonton Konten Vlog Dalam Youtube Minimal 3 Kali Dalam Seminggu	63
Tabel 5.5	Tanggapan Responden Mengenai Tema Pada Masing-masing Vlog Sesuai Dengan Kebutuhan Sehari-hari.....	64
Tabel 5.6	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog Di Youtube Menyampaikan Informasi Secara Terarah	65
Tabel 5.7	Tanggapan Responden Mengenai Penampilan Konten Vlog Di Youtube Dengan Visual Yang Ringan Juga Mengarahkan Ke Hal Lebih Baik.....	66
Tabel 5.8	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Menggunakan Audio Sesuai Yang Diinginkan.....	67
Tabel 5.9	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Lebih Dari 30 Menit Sehari.....	68
Tabel 5.10	Tanggapan Responden Mengenai Durasi Lebih Dari 30 Menit Cerita Atau Pesan Dalam Konten Vlog di Youtube Telah Tersampaikan	69
Tabel 5.11	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog Dalam Youtube Berisikan Berbagai Macam Pengetahuan.....	70
Tabel 5.12	Tanggapan Responden Mengenai Pengemasan Konten Vlog Di Youtube Sesuai Kualitas Gambar HD.....	71
Tabel 5.13	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Menggunakan Gaya Bahasa Yang Ringan.....	72
Tabel 5.14	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Memaparkan Isi Pesan Dengan Santai	73
Tabel 5.15	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Membahas Topik Yang Berbeda-Beda	74

- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.16	Tanggapan Responden Mengenai Konten Vlog di Youtube Menggunakan Berbagai Macam Kolaborasi.....	75
Tabel 5.17	Tanggapan Responden Mengenai Mendapatkan Berbagai Macam Informasi Setelah Menonton Konten Vlog di Youtube	76
Tabel 5.18	Tanggapan Responden Mengetahui Konten Vlog Di Youtube Setelah Menonton 3 Kali Dalam Seminggu.....	77
Tabel 5.19	Tanggapan Responden Melihat Tema Yang Baru Dalam Konten Vlog Di Youtube	78
Tabel 5.20	Tanggapan Responden Menerima Informasi Yang Disampaikan Dalam Konten Vlog Di Youtube.....	79
Tabel 5.21	Tanggapan Responden Melihat Konten Vlog Di Youtube Mengarahkan Kepada Hal Yang Lebih Baik	80
Tabel 5.22	Tanggapan Responden Mengenai Audio Yang Digunakan Para Konten Vlog Di Youtube Sangat Nyaman Dan Sesuai Yang Diinginkan.....	81
Tabel 5.23	Tanggapan Responden Mengenai Menonton Konten Vlog Di Youtube Menjadi Kebiasaan Saya Minimal 30 Menit Dalam Sehari.....	82
Tabel 5.24	Tanggapan Responden Mengenai Mengambil Cerita Atau Pesan Yang Disampaikan Dalam Konten Vlog Di Youtube Saat Menontonnya.....	83
Tabel 5.25	Tanggapan Responden Mengenai Berbagai Macam Pengetahuan Yang Saya Dapat Untuk Merubah Ke Arah Yang Lebih Baik Setelah Menonton Konten Vlog Di Youtube	84
Tabel 5.26	Tanggapan Responden Mengenai Video Yang Dikemas Didalam Konten Vlog Dengan Kualitas Gambar HD Membuat Saya Tidak Terganggu Saat Menontonnya	85



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.27	Tanggapan Responden Memahami Gaya Bahasa Yang Disampaikan Dalam Konten Vlog Di Youtube	86
Tabel 5.28	Tanggapan Responden Memahami Maksud Serta Tujuan Dalam Pesan Konten Vlog Di Youtube	87
Tabel 5.29	Tanggapan Responden Mengenai Menonton Setiap Topik Dalam Konten Vlog Di Youtube	88
Tabel 5.30	Tanggapan Responden Mengenai Mendapatkan Berbagai Macam Informasi Tentang Kolaborasi Setelah Menonton Konten Vlog Di Youtube	89
Tabel 5.31	Uji Validitas Konten Vlog Dalam Youtube Variabel X	90
Tabel 5.32	Uji Validitas Pembentukan Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Variabel Y.....	93
Tabel 5.33	Uji reabilitas Variabel X (Konten Vlog Dalam Youtube)	95
Tabel 5.34	Uji reabilitas variabel Y (Pembentukan Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi)	96
Tabel 5.35	Hubungan Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Kognitif (Y1)	98
Tabel 5.36	Hubungan Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Afeksi (Y2)	99
Tabel 5.37	Hubungan Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Konasi (Y3)	100
Tabel 5.38	Pengaruh Sigma Variabel Konten Vlog Di Youtube (X) Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi (Y).....	101
Tabel 5.39	Regresi Linear Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Kognitif (Y1)	102
Tabel 5.40	Regresi Linear Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Afeksi (Y2)	103
Tabel 5.41	Regresi Linear Konten Vlog Di Youtube (X) terhadap Pembentukan Sikap Dalam Indikator Konasi (Y3)	104
Tabel 5.42	Variables Entered/Removed.....	105
Tabel 5.43	Model Summary.....	105

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 5.44	Anova	106
Tabel 5.45	Coefficients	106



UIN SUSKA RIAU

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.¹ Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi pada kehidupan setiap manusia baik komunikasi itu dilakukan antarindividu bahkan menggunakan media komunikasi massa atau biasa disebut dengan media massa.

Seiring berjalannya waktu, komunikasi massa berkembang dengan cepat, dahulu orang-orang menggunakan radio, koran dan tv sebagai media komunikasi massa, dan pada saat ini berkembang menggunakan media internet, yang lebih dikenal dengan *Old Media* dan *New Media*, Komunikasi bermedia menggunakan media baru dalam bentuk internet dan media sosial mulai menggeser posisi media lama dalam penyampaian informasi. Media sosial bisa diakses kapan dan dimana saja dan memiliki sumber tanpa batas membuat posisinya menjadi lebih mendominasi. Misalnya, media televisi yang menyampaikan informasi secara audio-visual mulai bersaing dengan kehadiran Youtube.

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang bisa diunggah oleh individu, berbagai macam konten video mulai dari Musik, Film, Berita dan Informasi, Olahraga, Gaya hidup, Gaming, dan Vlog. Vlog atau Video Blog merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video yang berisi cerita, opini dan cerita sehari-hari. Sejak kemunculan youtube sebagai *New Media* pada tahun 2005 sampai saat ini vlog semakin populer deseluruh dunia tidak terkecuali di indonesia.

Vlog tidak bisa dikategorikan dalam konten yang bersifat memberi pendidikan melainkan lebih kepada memberi informasi baik yang bersifat umum seperti tempat-tempat baru atau tren busana baru atau bisa juga informasi bersifat pribadi karena Vlog biasa ditampilkan dalam bentuk video yang berisi tentang,

¹ Ahmad Sultra Rustan, Nurhakki Hakki, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Yogyakarta: Deepublish,2017)



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

kegiatan sehari-hari, pendapat mengenai sesuatu dan curahan hati (curhat) mengenai sesuatu. Ada 250 top channel di Indonesia dan yang menempati urutan pertama dari 250 channel terbaik adalah milik Raditya Dika yang juga memiliki channel youtube berbasis Vlog dengan jumlah video ditonton sebanyak lebih dari 400 juta kali.²

Sejak kehadiran youtube, lambat laun mulai banyak bermunculan pembuat Vlog atau lebih dikenal dengan sebutan Vlogger di Indonesia. Pembuatan Vlog yang relatif mudah, hanya mengandalkan alat perekam dan bicara mengenai keseharian pribadi sudah tergolong sebagai Vlog. Nama-nama yang sudah tidak asing lagi sebagai vlogger di Indonesia seperti Chandraliow, Bayu Skak, Reza Arap Oktavian sampai Presiden Republik Indonesia ke 7, Joko Widodo sudah memiliki akun Youtube sendiri yang berisi Vlog beliau sendiri dan kegiatannya sebagai seorang Presiden.

Semakin maraknya Vlogger di Indonesia juga membuat persaingan meraih tontonan terbanyak semakin tinggi karena itu beragam macam cara dilakukan oleh Vlogger untuk membuat video mereka semakin menarik seperti berlibur ke tempat wisata, makan di restoran terbaru, bergaya busana unik sampai akhirnya definisi menarik mulai beranjak ke sisi negatif. Vlog pada awalnya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan pendapat kepada publik. Menurut artikel dari Educase Learning Initiative mengenai VideoBlogging berikut ini adalah kelebihan dari Vlog:

- a. Mudah dibuat.
- b. Lebih dinamis daripada konten berbasis teks.
- c. Mengembangkan opsi berkomunikasi.
- d. Berpotensi menjadi sarana komersil yang mutakhir.
- e. Bisa menjadi sarana mengekspresikan diri.

Kelebihan yang terakhir tersebut, yakni menjadi sarana mengekspresikan diri di dunia maya menjadi tujuan yang utama dalam pembuatan Vlog. Namun

² “Top 250 Youtubers in Indonesia Sorted by Rank”, diakses dari <https://socialblade.com/youtube/top/country/id>, pada tanggal 30 Mei 2018 pukul 06.53 WIB



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

lama-kelamaan, hasil yang ada akhirnya, beberapa Vlogger mengekspresikan dirinya terlalu ‘bebas’ dan cenderung secara ‘negatif’ sehingga muncul tren seperti:

- a. penggunaan kata kasar atau makian dalam video yang menjadi penarik perhatian,
- b. tren gaya hidup berbudaya barat yang bebas mulai dari gaya “pacaran” yang vulgar seperti ciuman, berlibur berdua di hotel sampai gaya busana yang seksi sampai mendapat teguran dari pihak Komisi Perlindungan Anak Indonesia (KPAI).

Vlogger- vlogger yang mendapat teguran dari KPAI antara lain bernama Karin Novilda yang memiliki lebih dari 480 ribu pelanggan di akun Youtube nya dan Anya Geraldine yang memiliki 72 ribu pelanggan di akun Youtube nya. Video mereka sempat viral di dunia maya karena mengandung unsur-unsur yang dinilai negatif seperti tren yang dijelaskan di atas. Bahkan ada juga kalimat yang muncul dari salah satu video klip milik Vlogger ini yang berbunyi “Tidak apa nakal,yang penting masih dalam batas wajar.” yang mencapai 26 juta tayangan dan menuai kontroversi karena Vlog mereka dianggap menjadi tolak ukur cara hidup anak-anak muda di Indonesia.

Berdasarkan kasus tersebut, maka timbul permasalahan antara apa yang ada dalam konten Vlog terhadap sikap penonton terutama anak muda. Harapannya, sebagai konten yang mudah dibuat dan bebas untuk berekspresi, Vlog menjadi sarana yang kreatif bagi para Vlogger maupun penontonya. Namun, kenyataannya, muncul tren-tren kontroversial yang berpotensi menjadi pengaruh buruk bagi penonton. Vlog mereka ini dianggap menyalahi norma-norma yang ada di Indonesia karena menunjukkan budaya “kebarat-baratan” yang bebas yang tidak diterima dalam budaya timur. Apalagi, para Vlogger umumnya adalah anak muda sehingga menargetkan penonton yakni anak muda juga.

Maraknya Vlog di media sosial menjadi tontonan rutin para anak muda. Fenomena ini juga muncul dalam kalangan mahasiswa, lebih khususnya mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Vlog sudah menjadi pembicaraan dan tren yang marak. Hal ini tampak dari penggunaan Youtube di kalangan mahasiswa yang memilih untuk menonton Vlog lebih dari pada konten yang lain dan menontonnya secara berkala sesuai dengan jadwal unggahan video para Vlogger. Selain itu, beberapa mahasiswa juga memiliki akun Youtube dan mengunggah Vlog mereka sendiri, membuat mereka menjadi seorang Vlogger juga.

Mahasiswa dianggap sebagai anak muda yang berpendidikan tinggi. Jadi, untuk menonton Vlog harusnya tidak akan mudah menerima hal-hal yang dinilai negatif dan menyaring tontonan yang ada. Terutama mahasiswa yang mempelajari mengenai komunikasi bermedia. Karena itu penelitian akan dilakukan pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Selain aktif menggunakan media sosial terutama Youtube dan karena mereka menuntut ilmu dalam bidang komunikasi maka akan dilihat pengaruh apa yang terjadi dari konten berbasis Vlog di Youtube yang mengandung unsur baik positif maupun negatif dari cara pandang seseorang yang mempelajari mengenai komunikasi bermedia. Maka, penelitian yang akan dilakukan penulis adalah mencari tahu **“Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.”**

B. Penegasan Istilah

Untuk mempermudah serta menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran serta pengertian terhadap istilah atau kata-kata yang ada dalam penelitian ini, maka perlu dijelaskan mengenai hal-hal yang nantinya akan menjadi pegangan dalam penelitian, adapun penegasan istilah dapat dijelaskan sebagai berikut:

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Pengaruh.
Pengaruh adalah daya yang ada atau timbul dari sesuatu yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang.³
2. Konten.
Konten merupakan berbagai segala bentuk konten atau isi dalam sebuah media di dunia teknologi yang ada pada saat ini seperti blog, wiki, forum diskusi, chatting, tweet, gambar digital, video hingga berbagai bentuk konten media lainnya yang terbentuk melalui buatan dari para pengguna sistem atau layanan online yang seringkali dilakukan lewat sebuah situs media sosial.⁴
3. Video Blog (Vlog)
Video-Blogging, atau bisa disingkat vlogging merupakan suatu bentuk kegiatan blogging dengan menggunakan medium video di atas penggunaan teks atau audio sebagai sumber media utama.⁵
4. Youtube
Youtube adalah sebuah portal website yang menyediakan layanan video sharing. User yang telah mendaftar bisa meng-upload video miliknya ke server Youtube agar dapat dilihat oleh khalayak internet di seluruh dunia.⁶
5. Sikap
sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai.⁷

³ Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1995)

⁴ Wikipedia "Konten Media", diakses dari https://id.m.wikipedia.org/wiki/konten_media pada tanggal 19 Maret 2018 pukul 23.15.

⁵ Wikipedia "Video Blog", diakses dari https://id.wikipedia.org/wiki/video_blog pada 30 mei 2018 pukul 07.00.

⁶ Kindarto Asdani, *Belajar Sendiri Youtube* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hlm.1

⁷ Rakhmat Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.39



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian dari latar belakang dapat diidentifikasi bahwa adanya beberapa dampak dari Konten Vlog dalam Youtube seperti memberikan pengaruh positif dan negatif terhadap pembentukan sikap.

Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan dalam mempelajari sejauh mana pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap.

2. Batasan Masalah

Untuk menghindari rang lingkup yang luas, maka penulis membatasi masalah yang akan diteliti. Penelitian ini hanya sebatas pada Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Pengaruh disini yang dimaksud adalah ada atau tidaknya pembentukan sikap yang terjadi setelah menonton tayangan Vlog dalam Youtube.

3. Rumusan Masalah

Melihat fenomena membuat dan menonton vlog menjadi tren dikalangan remaja hingga dewasa, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

Bagaimana pengaruh konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau?

D. Tujuan dan kegunaan penelitian

1. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

2. Kegunaan Penelitian

- a. Penelitian ini dibuat sebagai referensi bagi para peneliti lain 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.
- b. Penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca 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.

E. Sistematika Penulisan

Untuk memudahkan pembaca memahami dan menelusuri tulisan ini, maka penulis menyusun sistematika penulisan dalam beberapa bab dan sub-sub bab yang merupakan satu kesatuan yang tak terpisahkan:

BAB I : PENDAHULUAN

Pendahuluan berisi Latar belakang permasalahan, penegasan istilah, permasalahan, tujuan dan kegunaan penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini menjelaskan tentang tinjauan pustaka, Teori, kajian terdahulu, definisi konseptual dan operasionalisasi variabel dan hipotesis

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Menjelaskan tentang jenis dan pendekatan penelitian, lokasi dan waktu penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, uji validitas dan teknik analisis data.

BAB IV : GAMBARAN UMUM

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

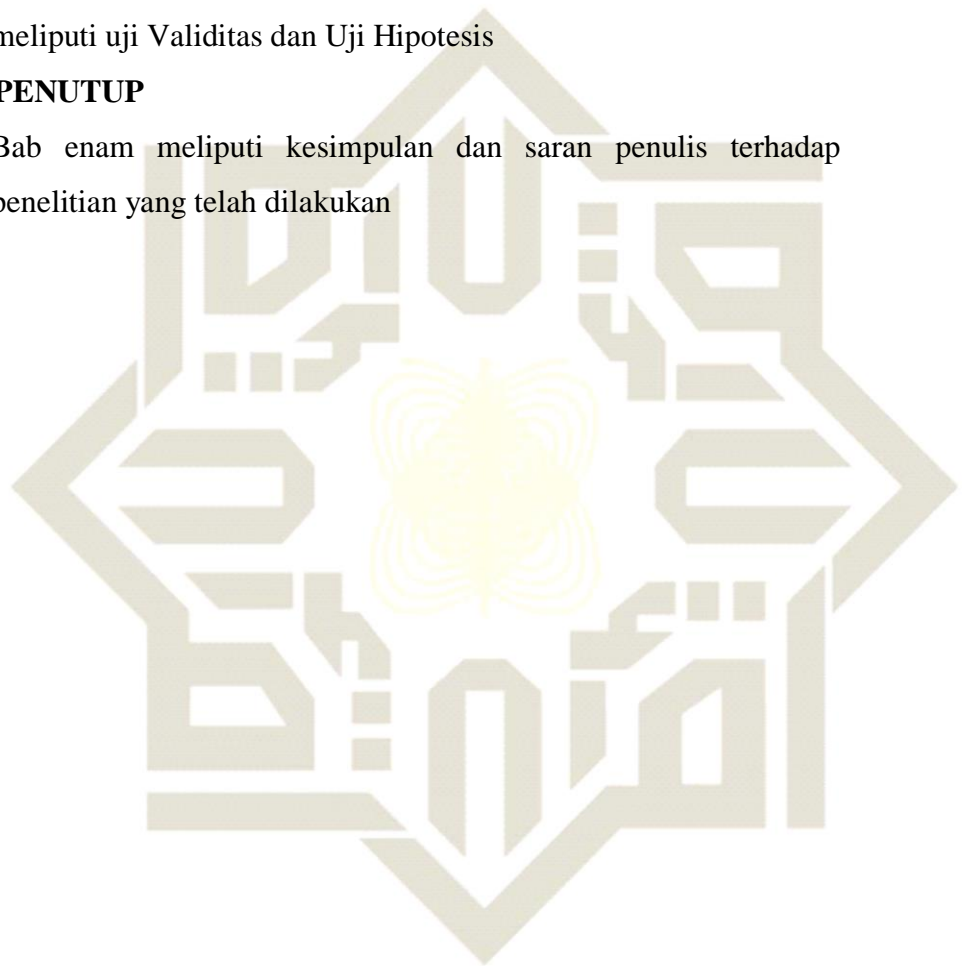
Gambaran umum berisi tentang, gambaran umum lokasi penelitian yaitu program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA Riau, Sejarah program studi Ilmu Komunikasi, Visi-Misi dan Struktur program studi .

BAB V : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab lima merupakan bab penyajian data dan analisis data yang meliputi uji Validitas dan Uji Hipotesis

BAB VI : PENUTUP

Bab enam meliputi kesimpulan dan saran penulis terhadap penelitian yang telah dilakukan



UIN SUSKA RIAU

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

Teori menurut Richard West dan Lynn H. Turner adalah sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan-hubungan konsep tersebut yang berguna membantu kita untuk memahami sebuah fenomena.⁸

1. Konten Vlog

a. Definisi Vlog

Vlog merupakan salah satu bentuk *Content* video yang dominan ada di *Youtube*. Video yang dikategorikan sebagai vlog biasanya berbentuk monolog yang direkam menggunakan *webcam* dan teknik penyuntingan yang relatif sederhana. Pada tahun 2000 seseorang bernama Adam Kontras mengunggah sebuah video bersamaan dengan sebuah tulisan dalam blog yang menginformasikan rekan dan keluarganya tentang kepindahannya ke Los Angeles demi mengejar bisnis pertunjukan, menandai postingan pertama yang nantinya akan menjadi Vlog terlama sepanjang sejarah. Di bulan November tahun yang sama, Adrian Miles mengunggah video yang mengganti tulisan dalam sebuah gambar diam dan menyebut istilah Vlog sebagai video blognya. Tahun 2004, Steve Garfield membuat sendiri video blognya dan mendeklarasi tahun tersebut adalah “tahun video blog”.⁹

Media yang dapat digunakan para vlogger dalam mengunggah konten video mereka, tentu bermacam-macam. Sebenarnya ketika seseorang sudah aktif di blog dengan menggunakan salah satu pelantar blogging seperti Tumblr, Blogspot, Wordpress, dll, mereka dapat mengunggah konten video juga disana karena memang terdapat fitur yang memungkinkan untuk melakukannya. Namun sekarang

⁸ Richard West, Lynn H. Turner, *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2014), 49.

⁹ David, Eribka Ruthellia, dkk. *Pengaruh Content Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. E-Journal Acna Diurna Volume VI No.1. Universitas Sam Ratulangi, 2017.

ada juga pelantar lain yang dikhususkan untuk mengunggah video saja, seperti YouTube.

Video blog menawarkan pengalaman situs yang lebih kaya dibandingkan dengan blog dalam bentuk teks, karena ia mengkombinasikan video, suara, gambar, dan teks. Selain itu juga video blog meningkatkan kandungan informasi serta emosi, yang dibagi melalui videonya. Media seperti ini membuat para penggunanya menjadi lebih bisa mengeksplorasi berbagai cara baru dalam berkomunikasi, dimana kebanyakan pengguna yakin bahwa video akan menghasilkan ekspresi yang lebih alami daripada tulisan. Vlog pada awalnya menjadi sarana untuk mengekspresikan diri dan pendapat kepada publik. Menurut artikel dari Educase Learning Initiative mengenai Video Blog berikut ini adalah kelebihan dari Vlog:

- b. Mudah dibuat.
- c. Lebih dinamis daripada konten berbasis teks.
- d. Mengembangkan opsi berkomunikasi.
- e. Berpotensi menjadi sarana komersial yang mutakhir.
- f. Bisa menjadi sarana mengekspresikan diri.

Konten Vlog dalam Youtube adalah sebuah isi dan penyampaian pesan video yang membahas tentang kegiatan sehari-hari seseorang yang menunjukkan kredibilitas, daya tarik dan kekuasaannya sebagai Vlogger dimana isi dan penyampaian pesan video harus menarik, dapat dimengerti dan diterima penonton. Vlog akan memberikan kesan inspiratif bagi penikmatnya. Namun sebaliknya, jika pembuatan vlog kurang mengindahkan efek negatif maka akan memunculkan perilaku menyimpang. Misalnya vlog yang sebagian besar isinya berupa pameran gaya hedonisme para remaja.¹⁰

Konten dalam vlog itu bisa memang yang sesuai dengan kepribadian dan passion vlogger, atau memang memutuskan tema tertentu yang dia inginkan untuk diketahui dan disebarakan kepada banyak orang dalam bentuk video. Berbicara tujuan, sebetulnya bisa berbeda-beda, ada yang bertujuan untuk sekedar sharing,

¹⁰ Ariesta Dwi Hartanti, *Pengaruh Video Bloggitasav Terhadap Minat Siswa Untuk Melanjutkan Studi Ke Jerman (Survey Pada Siswa Kelas 12 Sman 1 Serang)*, Konsenterasi Marketing Komunikasiprogram Studi Ilmu Komunikasifakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik universitas Sultan Agengtirtayasa, 2018.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

berbagi informasi, dan bahkan *getting revenue* atau mendapatkan penghasilan dengan menjadikannya sebagai ladang bisnis atau pekerjaan.

b. Pesan Dalam Vlog

Pesan-pesan dalam video blog dapat terlihat menggunakan fungsi dari komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Effendy, yakni:

1. *To Entertain* (menghibur), dilakukan oleh komunikator untuk memberikan hiburan kepada khalayak.
2. *To Inform* (penyampaian informasi), untuk menyampaikan suatu informasi dari komunikator kepada komunikan agar khalayak atau publik menjadi lebih tahu.
3. *To Educate* (mendidik), dilakukan oleh komunikator atau penyampai pesan untuk menyampaikan pengetahuan baru terhadap khalayak atau publik yang membuat publik menjadi terdidik lebih cerdas.
4. *To Influence* (mempengaruhi), komunikator dapat mempengaruhi komunikan, maksudnya komunikator ingin agar pendengarnya percaya bahwa fakta atau informasi yang disampaikan akurat dan pantas untuk diketahui.

Setelah pesan berhasil disalurkan melalui video blog maka akan timbul respon atau feedback atau timbal balik dari khalayak, sehingga ini sesuai dengan tujuan komunikasi. Menurut Effendy dalam bukunya “Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek” tujuan komunikasi meliputi:¹¹

1. *To Change The Attitude*, yang berarti mengubah sikap adalah bagian dari komunikasi. Pesan dapat mengubah sikap komunikan atau pendengarnya melalui pesan yang disampaikan dari komunikator, sehingga sikap komunikan dapat sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator.
2. *To Change The Behavior* (mengubah perilaku). Dengan adanya komunikasi, diharapkan dapat merubah perilaku, tentunya perilaku komunikan agar sesuai dengan apa yang diharapkan komunikator.

¹¹ Effendy, Onong Uchjana. 1998. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, (Bandung PT. Remaja Rosda Karya, 1998), hal 55.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

3. *To Change The Opinion* (mengubah opini atau pendapat), maksudnya adalah dengan adanya pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan terjadi adanya perubahan opini/pandangan/mengenai suatu hal yang sesuai dengan yang diharapkan oleh komunikator.

4. *To Change The Society* (mengubah masyarakat). Dalam hal ini cakupannya lebih luas, diharapkan dengan komunikasi tersebut dapat merubah pola hidup masyarakat sesuai dengan keinginan komunikator.

2. Youtube

Youtube adalah sebuah New Media. New Media adalah media komunikasi yang mengacu pada konten yang bisa diakses kapan saja, dimana saja, pada setiap perangkat digital, memiliki kemampuan untuk dilakukannya interaksi antara pemberi dan penerima informasi, serta dimungkinkannya partisipasi kreatif dari berbagai pihak.¹²

Youtube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. Youtube merupakan salah satu media sosial terlaris kedua dunia setelah facebook. Youtube adalah sebuah situs web video sharing yang menyediakan berbagai macam video yang dapat digunakan untuk menonton dan mengunggah video secara gratis. Awalnya youtube tidak dikembangkan oleh google, kemudian youtube diakuisisi oleh google sehingga bergabung dengan fitur google yang lain, sama seperti blogger yang merupakan hasil akuisisian google. Situs ini memungkinkan pengguna mengunggah, menonton, dan berbagi video. Perusahaan ini berkantor pusat di San Bruno, California, dan memakai teknologi Adobe Flash Video dan HTML5 untuk menampilkan berbagai macam konten video buatan pengguna, termasuk klip film, klip TV, dan video musik. Selain itu ada pula konten amatir seperti blog video, video orisinil pendek, dan video pendidikan.¹³

¹² Kushendrawati, Selu Margaretha, Tesis: Hiperrealitas dalam Media Massa, Suatu Kajian Filsafat Jean Baudrillard. Program Pasca Sarjana Ilmu Pengetahuan Budaya, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, 2010, hlm. 140

¹³ <https://id.wikipedia.org/wiki/YouTube> diakses pada tanggal 30 Mei 2018 pukul 06.00 WIB



© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau
 Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Youtube adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video ke segala penjuru dunia melalui suatu web. Kehadiran YouTube membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki lahan untuk mempublikasikan karyanya. YouTube mudah dipergunakan, tidak memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan gadget yang kompatibel.

Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah viewers akan bertambah. Viewers banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis. Youtube memang sangat populer. Fenomenanya dapat dikatakan mirip blog. Apabila blog merupakan buku harian online, Youtube adalah video harian online atau Vlog (Video Log).¹⁴

3. Pengertian Sikap

Sikap dalam arti yang sempit adalah pandangan atau kecenderungan mental. Sikap (attitude) adalah suatu kecenderungan untuk mereaksi suatu hal, orang atau benda dengan suka, tidak suka atau acuh tak acuh.¹⁵ Secord & Backman mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya.¹⁶ Ketiga komponen tersebut secara bersama mengorganisasikan sikap individu dan dikenal dengan nama skema triadik, disebut juga pendekatan tricomponent.

¹⁴ Kindarto Asdani, *Belajar Sendiri Youtube* (Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008), hlm. 2

¹⁵ M Alisuf Sabri, *Psikologi Pendidikan berdasarkan Kurikulum Nasional*, (Jakarta : Pedoman Ilmu Raya, 2010), hlm. 83.

¹⁶ Azwar, Saifuddin, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*, (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2012), hlm. 5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Haksia Hamik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Perwujudan atau terjadinya sikap seseorang itu dapat di pengaruhi oleh faktor pengetahuan, kebiasaan, dan keyakinan. karena itu untuk membentuk dan membangkitkan suatu sikap yang positif untuk menghilangkan suatu sikap yang negatif dapat dilakukan dengan memberitahukan atau menginformasikan faedah atau kegunaan dengan membiasakan atau dengan dasar keyakinan.

Beberapa hal yang bisa disimpulkan dari definisi sikap adalah : Pertama, sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu sesuai objek sikap. Kedua, sikap mempunyai daya pendorong atau motivasi. Ketiga, sikap relatif lebih menetap. Keempat, sikap mengandung aspek evaluatif : artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan (*Likes and Dislikes*). Kelima, sikap timbul dari pengalaman, tidak dibawa dari lahir tetapi merupakan hasil belajar. Oleh karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.¹⁷

a. Komponen- komponen Sikap

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 sering kali merupakan stereotipe atau sesuatu yang telah terpolakan dalam pikirannya. Komponen kognitif dari sikap ini tidak selalu akurat. Kadang-kadang kepercayaan justru timbul tanpa adanya informasi yang tepat mengenai suatu objek. Kebutuhan emosional bahkan sering merupakan determinan utama bagi terbentuknya kepercayaan.

Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan pengetahuan, pandangan, pemahaman, kepercayaan maupun keyakinan terhadap objek sikap. Bentuk pengetahuan dan pemahaman Setelah menonton vlog dapat menambah pengetahuan mengenai bagaimana kita memahami situasi dan kondisi yang terjadi didalam kehidupan

¹⁷ Rakhmat Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2015), hlm.39



masyarakat. Dan juga bentuk pengetahuan serta pemahaman bagaimana cara mengedit video serta hal-hal lain yang akan dilakukan setelah mengambil objek. Dengan menggunakan akal dan pikiran yang reflektif, masyarakat merasa mampu memecahkan masalah yang dihadapi.

Komponen Afeksi

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.

Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan apa yang dirasakan siswa terhadap objek. Komponen ini digunakan untuk mengetahui apa yang dirasakan siswa ketika menghadapi objek. Perasaan mahasiswa terhadap objek dapat muncul karena faktor kognisi maupun faktor-faktor tertentu. Seseorang mahasiswa merasa senang atau tidak senang, suka atau tidak suka terhadap sesuatu yang mereka lihat. Dengan demikian komponen afeksi merupakan perasaan yang dimiliki oleh seseorang terhadap suatu objek.

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. Kecenderungan berperilaku secara konsisten, selaras dengan kepercayaan dan perasaan ini membentuk sikap individual.¹⁸

Komponen ini sangat berkaitan dengan komponen kognisi dimana komponen ini langsung bertindak dengan perbuatan atau sikap yang dilihat seperti contoh komponen kognisi dimana kita harus pandai dalam bertindak

¹⁸ Azwar, Saifudin. *Sikap Manusia*, (Yogyakarta: Liberty,1988), hlm 21.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

untuk memahami situasi kondisi yang dialami dilingkungan kita. Meliputi saling tolong menolong, menyelesaikan masalah bersama-sama, dan berperilaku yang baik. Dalam hal ini mengenai bentuk konasi yang diambil yaitu bagaimana perilaku atau cara kerja kita dalam pembuatan video dokumentasi dalam suatu acara.

Jadi, Konasi merupakan kecenderungan seseorang untuk bertindak maupun bertingkah laku dengan cara-cara tertentu terhadap suatu objek berdasarkan pengetahuan maupun perasaannya terhadap objek.¹⁹

b. Pembentukan Sikap

Sikap sosial terbentuk oleh adanya interaksi sosial. Dalam interaksi sosial itu, individu membentuk pola sikap tertentu terhadap objek psikologis yang dihadapinya. Berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap itu antara lain: pengalaman pribadi, kebudayaan, media massa, lembaga pendidikan atau lembaga agama, faktor emosi dalam diri individu.²⁰

1. Pengalaman Pribadi

Tak ada pengalaman sama' sekali dengan objek psikologis cenderung akan membentuk sikap negatif terhadap objek tersebut. Sebaliknya pengalaman dengan objek psikologis menimbulkan adanya tanggapan dan penghayatan. Penghayatan ini membentuk sikap seseorang, tetapi apakah sikap itu positif atau negatif rasiah tergantung pada berbagai faktor yang lain.

Untuk dapat menyadari dasar pembentukan sikap, pengalaman pribadi harus melalui kesan yang kuat. Oleh karena itu sikap akan mudah terbentuk jika faktor emosional terlibat dalam pengalaman pribadi. Pengalaman pribadi ini sifatnya terkait dalam kehidupan seseorang.

Dalam Pendidikan Kewiraan, apabila kita ingin membentuk sikap positif terhadap nilai-nilai kewiraan maka pengalaman pribadi tersebut kiranya perlu dimunculkan. Penayangan film-film yang menggambarkan perjuangan dalam

¹⁹ Eko Putro Widoyoko, *Penilaian Hasil Pembelajaran di Sekolah*, (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004), hlm. 38-39

²⁰ Azwar, Saifudin, hlm 24



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

merebut dan mengisi kemerdekaan, kiranya merupakan salah satu alternatif untuk memberikan respon psikologis yang diharapkan menimbulkan penghayatan terhadap peristiwa-peristiwa tersebut sehingga kemungkinan dapat terbentuk sikap positif terhadapnya.

Pengaruh orang lain yang dianggap penting (significant other). Orang-orang yang kita anggap penting dalam hidup kita misalnya orang tua, teman, dan guru/dosen, dapat mempengaruhi sikap kita. Kita cenderung bersikap sama dengan sikap orang-orang yang kita anggap penting bagi diri kita. Kecenderungan ini timbul karena adanya motivasi untuk berinteraksi dan untuk menghindari konflik.

2. Pengaruh Kebudayaan

Kebudayaan sangat berpengaruh pada pembentukan sikap. Apabila kita hidup dalam budaya yang menjunjung tinggi nilai-nilai religius, maka sikap positif terhadap nilai-nilai religius kemungkinan besar akan terbentuk. Demikian juga apabila kita hidup dalam masyarakat yang menjunjung tinggi sifat-sifat ksatria dan penuh dedikasi dalam membangun dan membela negara, maka sikap positif terhadap sifat-sifat tersebut juga terbentuk.

3. Media Massa

Informasi yang disampaikan melalui berbagai sarana informasi yang berbentuk media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan lain-lain memberikan landasan kognitif bagi terbentuknya sikap. Apabila pesan-pesan yang disampaikan itu cukup sugestif, akan memberi dasar afektif dalam terbentuknya sikap.

Dalam menanggapi berbagai informasi diperlukan sikap kritis. Oleh karena itu sikap kritis perlu dikembangkan lewat proses belajarmengajar. Strategi pemecahan masalah, lebih-lebih masalah yang dilematis, dapat memacu timbulnya kebiasaan berfikir kritis. Kemampuan berfikir kritis inilah yang dapat membentuk kepribadian yang kuat, yang mampu melindungi diri dari pengaruh informasi yang bersifat negatif. Hal ini sangat relevan untuk pembentukan pribadi menghadapi arus globalisasi.

4. Lembaga Pendidikan Dan Lembaga Agama



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Lembaga pendidikan demikian juga lembaga agama berfungsi menanamkan konsep moral dalam diri individu. Ajaran moral yang diterima di lembaga pendidikan dan lembaga agama sering kali menjadi determinan tunggal yang menentukan sikap. Sebagai contoh, menurut ajaran agama (Islam) SDSB termasuk judi dan judi merupakan perbuatan yang terlarang. Mereka yang tidak melihat hubungan antara SDSB dengan ajaran agama, kebanyakan bersikap menerimanya sebelum terbukti SDSB berdampak negatif. Sedangkan mereka yang meyakini bahwa SDSB bertentangan dengan ajaran agama bersikap menolak tanpa adanya keraguan.

Dari kenyataan tersebut, apabila kita dapat menghubungkan nilai-nilai yang dikembarkan lewat jalur pendidikan dengan ajaran agama akan mempermudah pembentukan sikap positif terhadap nilai-nilai tersebut, yang diharapkan juga akan terwujud dalam tindakan sehari-hari.

c. Faktor-faktor Pembentukan Sikap

Sikap manusia tidak terbentuk sejak manusia dilahirkan. Sikap manusia terbentuk melalui proses sosial yang terjadi selama hidupnya, dimana individu mendapatkan informasi dan pengalaman. Proses tersebut dapat berlangsung di dalam lingkungan keluarga, sekolah maupun masyarakat. Saat terjadi proses sosial terjadi hubungan timbal balik antara individu dan sekitarnya. Pembentukan sikap seorang individu juga dipengaruhi oleh adanya interaksi dengan sekitarnya melalui proses yang kompleks. menguraikan faktor-faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap seorang individu yang berasal dari faktor internal dan eksternal.

1) Faktor Internal

Faktor internal pembentuk sikap adalah pemilihan terhadap objek yang akan disikapi oleh individu, tidak semua objek yang ada disekitarnya itu disikapi. Objek yang disikapi secara mendalam adalah objek yang sudah melekat dalam diri individu. Individu sebelumnya sudah mendapatkan informasi dan pengalaman mengenai objek, atau objek tersebut merupakan



sesuatu yang dibutuhkan, diinginkan atau disenangi oleh individu kemudian hal tersebut dapat menentukan sikap yang muncul, positif maupun negatif.

2) Faktor Eksternal

Faktor eksternal mencakup dua pokok yang membentuk sikap manusia, yaitu:

- a) Interaksi kelompok, pada saat individu berada dalam suatu kelompok pastikan terjadi interaksi. Masing-masing individu dalam kelompok tersebut mempunyai karakteristik perilaku. Berbagai perbedaan tersebut kemudian memberikan informasi, atau keteladanan yang diikuti sehingga membentuk sikap.
- b) Komunikasi, melalui komunikasi akan memberikan informasi. Informasi dapat memberikan sugesti, motivasi dan kepercayaan. Informasi yang cenderung diarahkan negatif akan membentuk sikap yang negatif, sedangkan informasi yang memotivasi dan menyenangkan akan menimbulkan perubahan atau pembentukan sikap positif.²¹

Jadi, dapat disimpulkan bahwa pembentukan sikap dipengaruhi oleh berbagai faktor, yaitu faktor internal dan eksternal. Faktor internal berupa pengalaman pribadi dan keadaan emosional. Pengalaman terhadap suatu objek yang memberikan kesan menyenangkan atau baik akan membentuk sikap positif, pengalaman yang kurang menyenangkan akan membentuk sikap negatif. Sedangkan faktor emosional, lebih pada kondisi secara psikologis seorang individu, perasaan tertarik, senang, dan perasaan membutuhkan akan membentuk sikap positif, sedangkan perasaan benci, acuh, dan tidak percaya akan membentuk sikap negatif. Sedangkan faktor eksternal pembentuk sikap, mencakup pengaruh komunikasi, interaksi kelompok, dan pengaruh kebudayaan.

4. Teori S-O-R

Dalam penelitian ini model yang digunakan adalah model S-O-R (Stimulus, Organism, Respon). Teori SOR sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-

²¹ Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*, (Bandung: PT. Refika Aditama, IKAPI, 2004), hlm 166-173.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Response. Objek materialnya adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen : sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.

Menurut model ini, organism menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan.

Asumsi dasar dari model ini adalah : media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Stimulus Response Theory atau S-R theory. Model ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan proses aksi-reaksi. Artinya model ini mengasumsi bahwa kata-kata verbal, isyarat non verbal, simbol-simbol tertentu akan merangsang orang lain memberikan respon dengan cara tertentu. Pola S-O-R ini dapat berlangsung secara positif atau negatif; misal jika orang tersenyum akan dibalas tersenyum ini merupakan reaksi positif, namun jika tersenyum dibalas dengan palangan muka maka ini merupakan reaksi negatif. Model inilah yang kemudian mempengaruhi suatu teori klasik komunikasi yaitu Hypodermic needle atau teori jarum suntik. Asumsi dari teori inipun tidak jauh berbeda dengan model S-O-R, yakni bahwa media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula. Jadi unsur model ini adalah :

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikan (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)

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 dalam menelaah sikap yang baru ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pengertian dan penerimaan.

Respon atau perubahan sikap bergantung pada proses terhadap individu. Stimulus yang merupakan pesan yang disampaikan kepada komunikan dapat



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

diterima atau ditolak, komunikasi yang terjadi dapat berjalan apabila komunikan memberikan perhatian terhadap stimulus yang disampaikan kepadanya. Sampai pada proses komunikan tersebut memikirkannya sehingga timbul pengertian dan penerimaan atau mungkin sebaliknya. Perubahan sikap dapat terjadi berupa perubahan kognitif, afektif atau behavioral.

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

1. Stimulus yang dimaksud adalah pesan yang disampaikan Vlog dalam Youtube.
2. Organisme yang dimaksud adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN SUSKA RIAU.
3. Respon yang dimaksud adalah opini khalayak penonton Vlog di kalangan mahasiswa.

Hosland, et al (1953) mengatakan bahwa proses perubahan perilaku pada hakekatnya sama dengan proses belajar. Proses perubahan perilaku tersebut menggambarkan proses belajar pada individu yang terdiri dari :

Stimulus (rangsang) yang diberikan pada organisme dapat diterima atau ditolak. Apabila stimulus tersebut tidak diterima atau ditolak berarti stimulus itu tidak efektif mempengaruhi perhatian individu dan berhenti disini. Tetapi bila stimulus diterima oleh organisme berarti ada perhatian dari individu dan stimulus tersebut efektif. Apabila stimulus telah mendapat perhatian dari organisme (diterima) maka ia mengerti stimulus ini dilanjutkan kepada proses berikutnya.

Setelah itu organisme mengolah stimulus tersebut sehingga terjadi kesediaan untuk bertindak demi stimulus yang telah diterimanya (bersikap). Akhirnya dengan dukungan fasilitas serta dorongan dari lingkungan maka stimulus tersebut mempunyai efek tindakan dari individu tersebut (perubahan perilaku).

Selanjutnya teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsang) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme ini, faktor reinforcement memegang peranan

penting. Stimulus atau pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap.

Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (stimulus) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (sources) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat.²²

a. Komunikasi Massa

Secara etimologis, komunikasi berasal dari bahasa communication, dan kata communication berasal dari kata dalam bahasa latin communicatio. Kata Communicatio bersumber dari kata communis yang berarti sama. Menurut Rakhmat, Sama yang dimaksud adalah sama makna, yaitu komunikasi yang akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercakapkan. Kesamaan bahasa yang digunakan dalam percakapan itu belum tentu menimbulkan kesamaan makna. Dengan kata lain, mengerti bahasanya saja belum tentu mengerti makna yang dibawa oleh bahasa itu.²³

Pengertian komunikasi massa merujuk pada pendapat Tan dan Wright, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara masal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), secara heterogen, dan menimbulkan efek tertentu²⁴, yakni “komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang”.

²² Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: PT.Citra Aditya Bakti.2003)hlm.255

²³ Haris Sumadiria, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media,2014), hlm 3.

²⁴ Ardianto dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004), hlm.3



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Dari pengertian komunikasi massa yang telah dikemukakan, bahwa komunikasi massa itu harus menggunakan media massa dan jelas komunikasi antar manusia hanya bisa terjadi jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu, artinya komunikasi bisa terjadi kalau ada unsur-unsur komunikasi yaitu :

1. Sumber.
Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi.
2. Pesan
Pesan yang dimaksud adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima.
3. Media
Media yang dimaksud disini ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada media.
4. Penerima.
Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.
5. Pengaruh.
Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Tanggapan balik.
Ada yang beranggapan bahwa umpan balik sebenarnya adalah salah satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Akan tetapi, sebenarnya umpan balik bisa juga berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.
7. Lingkungan
Lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

b. Fungsi Komunikasi Massa

Ada beberapa fungsi komunikasi massa.²⁵

1. Informasi
2. Hiburan
3. Persuasif
4. Transmisi budaya
5. Mendorong kohesi sosial
6. Pengawasan
7. Korelasi
8. Pewarisan sosial
9. Melawan kekuasaan dan kekuatan represif
10. Menggugat hubungan trikonomi.

c. Efek Komunikasi Massa

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seseorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang diterimanya, komunikasi dapat berupa komunikasi internal merupakan sebuah komunikasi yang dilakukan sebuah individu terhadap dirinya sendiri mengenai apa yang hendak dilakukan.

Disisi lain terdapat juga sebuah komunikasi yang disebut dengan komunikasi yang ditujukan kepada khalayak dengan menggunakan media massa atau dapat juga komunikasi secara langsung seperti halnya pada seminar-seminar atau diskusi panel.

Menurut Steven M. Chaffle, Efek media massa dapat dilihat dari beberapa pendekatan. Pendekatan pertama yaitu efek media massa yang berkaitan dengan pesan atau media itu sendiri. Pendekatan kedua yaitu dengan melihat jenis

²⁵ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.66

perubahan sikap, perasaan dan perilaku atau dengan istilah lain dikenal dengan sebagai perubahan kognitif, afektif, dan behavioral.²⁶

1. Efek kognitif

Efek kognitif adalah akibat yang timbul pada diri komunikasi yang sifatnya informatif bagi dirinya. Efek kognitif ini membahas bagaimana media massa dapat membantu khalayak dalam mempelajari informasi yang bermanfaat dan mengembangkan keterampilan kognitifnya. Melalui media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang belum pernah kita kunjungi secara langsung. Efek proprsional kognitif adalah bagaimana media massa memberikan manfaat yang dikehendaknya oleh masyarakat atau audiens.

2. Efek afektif

Efek ini kadarnya lebih tinggi dari pada efek kognitif. Tujuan dari komunikasi massa bukan memberitahukan khalayak tentang sesuatu, tetapi lebih dari itu, khalayak dapat turut merasakan perasaan sedih, iba, terharu, gembira, marah, setelah menerima pesan dari media massa. Adapun faktor yang mempengaruhi intensitas rangsangan emosional pesan dari media massa adalah sebagai berikut:

1. Suasana emosional, respon individu terhadap sebuah film atau sinetron televisi akan dipengaruhi oleh emosional individu.
2. Skema kognitif, merupakan naskah yang ada dipikiran individu yang menjelaskan alur peristiwa.
3. Suasana terapan, adalah perasaan individu setelah menerima terpaan informasi dari media massa.

3. Efek behavioral

Efek behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk tindakan atau kegiatan. Dampak sosial media massa secara pasti mempengaruhi pemikiran dan tindakan khalayak, bukti sederhana terjadi pada seorang remaja laki-laki yang mengenakan topi seperti yang dipakai

²⁶ Nurudin, *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007), hlm.66

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

aktor dalam suatu tayangan komedi di televisi, anak-anak lainnya pun dengan segera menirunya. Budaya, sosial dan politik dipengaruhi media.²⁷

d. Konteks Media Baru

Saluran media dicirikan dengan banyaknya pilihan yang membingungkan-terdapat ratusan saluran televisi kabel dan program siaran sesuai permintaan yang dapat dijumpai setiap hari, belum lagi internet yang memiliki isi beraneka ragam tanpa batas. Media baru lebih memiliki interaksi didalamnya komunikator dengan komunikannya lebih bebas berkomunikasi dan berinteraksi. Rasmussen berpendapat bahwa media baru memiliki efek kualitatif yang berbeda terhadap integrasi sosial dalam jaringan masyarakat modern yang mengambil dari teori modernisasi Gidden pada tahun 1991. Kontribusi pokoknya adalah untuk menjembatani jurang lebar yang terbuka antara dunia publik dan privat, antara dunia kehidupan dan dunia sistem serta organisasi. Kontras dengan televisi, media baru dapat memainkan peranan langsung dalam proyek kehidupan individual. Mereka juga mempromosikan keragaman penggunaan dan partisipasi yang lebih besar. Singkatnya, media baru membantu merekatkan kembali individu setelah efek tercerai – berai akibat dari efek modernisasi.

Secara umum, media baru tidak hanya menjembatani perbedaan pada beberapa media, namun juga pada perbedaan mengenai batasan kegiatan komunikasi pribadi dengan batasan kegiatan publik. Karakternya yang berbentuk digital, memudahkan dalam berkomunikasi dan saling bertukar informasi. Media baru dan media lama sangatlah berbeda. Perbedaan tersebut dapat dilihat melalui pendekatan interaksi sosial dan integritas sosial media baru dan media lama.

Dalam bukunya, McQuail mengidentifikasi Lima kategori utama medi baru yang sama – sama memiliki kesamaan saluran tertentu dan kurang lebih dibedakan berdasarkan jenis penggunaan, konten, dan konteks seperti berikut ini:²⁸

²⁷ Ardian, Dkk, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*, (Bandung, Simbiosis Rckatama Media, 2014), hlm.58

²⁸ Werner J. Severin dan James W. Tankard, *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm 458 – 549.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Media komunikasi antar pribadi (*Interpersonal communication media*). Meliputi telepon (yang semakin mobile) dan surat elektronik (terutama untuk pekerjaan, tetapi semakin personal).

Media permainan interaktif (*Interactive play media*). Media ini terutama berbasis komputer dan *video game*, ditambah peralatan realitas virtual.

Media pencarian informasi (*information search media*). Ini adalah kategori yang luas, tetapi Internet/ WWW merupakan contoh yang paling penting, dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang ukuran, aktualitas, dan aksesibilitasnya belum pernah ada sebelumnya.

d. Media partisipasi kolektif (*collective participatory media*). Kategorinya khususnya meliputi penggunaan Internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan, dan pengalaman serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif (yang diperantarai komputer). Situs jejaring sosial termasuk di dalam kelompok ini.

e. Substitusi media penyiaran (*substitution of broadcasting media*). Acuan utamanya adalah penggunaan media untuk menerima atau mengunduh konten yang di masa lalu biasanya disiarkan atau disebar dengan metode lain yang serupa.

e. Media Sosial

Mandi bergh mendefinisikan media sosial sebagai "media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (*User generated content*)".²⁹ Manusia biasa yang saling membagi ide, bekerjasama dan berkolaborasi untuk menciptakan kreasi, berfikir, berdebat, menemukan orang yang bisa menjadi teman baik, menemukan pasangan dan membangun sebuah komunitas. Intinya, menggunakan media sosial menjadikan kita sebagai diri sendiri. Selain kecepatan informasi yang bisa diakses dalam hitungan detik, menjadi diri sendiri dalam media sosial adalah alasan mengapa media social berkembang pesat. Tak terkecuali, keinginan untuk aktualisasi diri dan kebutuhan menciptakan

²⁹ Nasrullah, Rulli. 2015 *.Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Siosioteknologi*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015), hlm 11.



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

personal branding. Teknologi-teknologi web baru memudahkan semua orang untuk membuat dan yang terpenting menyebarluaskan konten mereka sendiri. Post di Blog, tweet, atau video di YouTube dapat direproduksi dan dilihat oleh jutaan orang secara gratis.

1. Ciri- ciri Media Sosial

Media sosial mempunyai ciri - ciri sebagai berikut:

- 1) Pesan yang disampaikan tidak hanya untuk satu orang saja namun bias keberbagai banyak orang contohnya pesan melalui SMS ataupun internet.
- 2) Pesan yang disampaikan bebas, tanpa harus melalui suatu Gatekeeper.
- 3) Pesan yang disampaikan cenderung lebih cepat di banding media lainnya.
- 4) Penerima pesan yang menentukan waktu interaksi.

Dalam dunia virtual, masyarakat banyak yang menggunakan jejaring sosial. Media sosial dapat membuat penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi maupun hal lain dan dapat juga untuk merepresentasikan diri pengguna di dalam dunia virtual. Media sosial untuk bersosialisasi kepada pengguna lain untuk berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Media sosial berperang membangun hubungan jarak jauh karena media sosial memiliki jangkauan global. Media sosial juga dapat memberi dan mendapatkan informasi, melihat peluang pasar maupun sistem administrasi dan berbagai kegiatan lain.³⁰

Terpaan media tidak hanya menyangkut apakah seseorang secara fisik cukup dekat dengan kehadiran media massa, tetapi apakah seseorang itu benar-benar terbuka terhadap pesan-pesan media tersebut. Terpaan media merupakan kegiatan mendengarkan, melihat, dan membaca pesan media massa ataupun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut, yang dapat terjadi pada tingkat individu ataupun kelompok. Berikut penjelasan mengenai ukuran terpaan media tersebut:

³⁰ Ibid, hlm. 13.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Frekuensi

Frekuensi adalah Mengumpulkan data khalayak tentang menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan, atau tahunan. Jika itu adalah program mingguan, maka data yang dikumpulkan adalah berapa kali menonton sebuah tayangan dalam seminggu selama satu bulan.

2. Metode Penyajian

Telah kita ketahui bahwa utama tayangan menurut khalayak pada umumnya adalah untuk menghibur, selanjutnya adalah informasi. Dengan pesan informatif, selain melalui acara berita, dapat dikemas dalam bentuk wawancara, panel diskusi, reportase, obrolan, dan sejenisnya, bahkan dalam bentuk sandiwara sekalipun.

3. Durasi

Menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audience's share*).³¹ Dalam penelitian ini dapat diukur dari seberapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu video vlog.

4. Atensi

Atensi (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Indikator atensi dalam penelitian ini diukur dari faktor eksternal penarik perhatian dan faktor internal penaruh perhatian.³²

5. Orientasi

Program apa yang paling utama ditonton dalam menggunakan media. Ini merupakan indikator orientasi dalam penelitian ini dimana diukur dari program hiburan, pengetahuan, pendidikan dan olahraga.

³¹ Elvinaro Ardianto & Lukiati Komala Erdinaya. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya. 2004), hlm 164

³² alaludin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. (Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2001), hlm 52



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

6. Kajian Terdahulu

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

a. Abuzar Gofari (Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) Pengaruh Menonton Tayangan Drama Korea di Indosiar Terhadap Perilaku Imitasi di Kalangan Remaja RW 06 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru. Adapun yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu mengetahui adanya pengaruh menonton tayangan drama korea di Indosiar terhadap perilaku imitasi remaja. Pengaruh negatif televisi lewat sikap hidup konsumtif mencengkeram remaja, mereka mempelajari apa yang mereka lihat pada tayangan sinetron dan film, yang mengisahkan hidup mewah tanpa disertai latar belakang yang memadai tentang kerja keras dan jujur untuk mencapai kesuksesan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori the Mathematical Theory of Communication yang dicetuskan oleh Shannon dan Weaver. Pendekatan yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif dengan tujuan untuk mengetahui tingkat pengaruh menonton tayangan drama korea terhadap perilaku imitasi remaja. Hasil penelitian ini adalah bahwa tayangan drama korea berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku imitasi dikalangan remaja. Dapat disimpulkan bahwa adanya keterkaitan teori yang ada dan hasil-hasil penelitian tentang perilaku imitasi. Pendekatan yang dilakukan oleh Abuzar Gofari yaitu pendekatan kuantitatif sama dengan yang penulis lakukan, akan tetapi Abuzar Gofari memilih populasi dan sampel Remaja RW 06 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru, sedangkan populasi dan sampel yang penulis pilih yaitu Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN SUSKA RIAU. Perbedaan penelitian kajian terdahulu dengan yang penulis lakukan saat ini juga terlihat dari teori yang digunakan, kajian terdahulu menggunakan teori Mathematical, sedangkan penulis menggunakan teori jarum hipodermik, pada penelitiannya, Abuzar Gofari mengukur pengaruh tayangan drama korea terhadap perilaku imitasi remaja, sedangkan peneliti mengukur pengaruh tayangan konten vlog dalam youtube terhadap

pembentukan sikap mahasiswa jurusan ilmu komunikasi UIN SUSKA RIAU.³³

- b. Hermansyah “Pengaruh Tayangan FTV di SCTV Terhadap Akhlak Siswa di SMA 09 Pekanbaru”, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014. Dalam kajian ini yang menjadi permasalahan pada penelitian ini adalah dapat disimpulkan bahwa pengaruh Tayangan FTV di SCTV terhadap Akhlak Siswa di SMA 09 Pekanbaru, Jl.Semeru 12 Pekanbaru. Metodologi pada penelitian ini adalah mencakup lokasi penelitian di SMAN 09 Pekanbaru. Subjek siswa kelas XI SMAN 09 Pekanbaru. Dan objeknya pengaruh tayangan FTV di SCTV terhadap akhlak siswa di SMAN 09 Pekanbaru. Sedangkan populasi dan sample penelitian adalah seluruh siswa kelas XI jurusan IPS (XI IPS 1, XI IPS 2, XI IPS 3). Dari 25 Siswa. Selanjutnya teknik pengumpulan data menggunakan observasi, angket dan dokumentasi setelah terkumpul data. Selanjutnya di teknik analisa data menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan persentase dengan menggunakan table. Dengan menggunakan teknik random sampling menggunakan rumus slovin yaitu dari jumlah populasi tersebut dengan tingkat kelonggaran ketidak telitian sebesar 100%. Setelah angket disebar dan data terkumpul, selanjutnya di analisa, maka hasil penelitian ini adalah sangat mempunyai pengaruh dengan jumlah nilai 90,09%.³⁴
- c. Putri Vindiyanasari, “Tema dan Pesan Dalam Video Blog (Analisis Isi Pada Video Blog Wirda Mansur Periode 3 Oktober 2015 – 7 Agustus 2017)”.

³³ Abuzar Gofari, Pengaruh Menonton Tayangan Drama Korea di Indosiar Terhadap Perilaku Imitasi di Kalangan Remaja RW 06 Kelurahan Tuah Karya Kecamatan Tampan Pekanbaru, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2013.

³⁴ Hermansyah, Pengaruh tayangan FTV di SCTV terhadap Akhlak Siswa di SMA 09 Pekanbaru, Skripsi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

7. Definisi Konseptual dan Operasional Variabel

a. Definisi Konseptual

1) Konten Vlog dalam Youtube

Konten Vlog dalam Youtube merupakan variabel X (*Independent*) dalam penelitian ini. Konten *Vlog* dalam *Youtube* adalah sebuah isi dan penyampaian pesan video yang membahas tentang kegiatan sehari-hari seseorang yang menunjukkan kredibilitas, daya tarik dan kekuasaannya sebagai *Vlogger* dimana isi dan penyampaian pesan video harus menarik, dapat dimengerti dan diterima penonton. Indikatornya dapat dijabarkan sebagai berikut:

- Frekuensi. Frekuensi adalah Mengumpulkan data khalayak tentang menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan, atau tahunan.
- Metode Penyajian pada umumnya adalah untuk menghibur, selanjutnya adalah informasi. Dengan pesan informatif, selain melalui acara berita, dapat dikemas dalam bentuk wawancara, panel diskusi, reportase, obrolan, dan sejenisnya, bahkan dalam bentuk sandiwara sekalipun.
- Durasi. Menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audience's share*).
- Atensi (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

2) Pembentukan Sikap

Secord & Backman mendefinisikan sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya.³⁵ Ketiga komponen tersebut secara bersama mengorganisasikan sikap individu dan dikenal dengan nama skema triadik, disebut juga pendekatan *tricomponent* antara lain:

³⁵ Azwar, Saifuddin, *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*, (Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2012), hlm.5



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- a) Komponen Kognisi. Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan pemahaman, kepercayaan maupun keyakinan terhadap objek sikap.
- b) Komponen Afeksi. Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan apa yang dirasakan siswa terhadap objek. Komponen ini digunakan untuk mengetahui apa yang dirasakan siswa ketika menghadapi objek. Perasaan mahasiswa terhadap objek dapat muncul karena faktor kognisi maupun faktor-faktor tertentu.
- c) Komponen Konasi. Komponen konasi atau kecenderungan bertindak (berperilaku) dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap. Perilaku seseorang dalam situasi tertentu dan dalam situasi menghadapi stimulus tertentu.

b. Operasional Variabel

Sebagai barometer dalam penelitian ini, penulis melanjutkan ke konsep operasional, supaya tidak terjadi kesalah pahaman dalam melanjutkan ke jenjang penulisan skripsi dan mempermudah penelitian ini. Untuk menjelaskan permasalahan yaitu pengaruh konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap Mahasiswa program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, penulis menggunakan indikator sebagai berikut:

- 1) Indikator Konten Vlog dalam Youtube
 - a. Frekuensi adalah Mengumpulkan data khalayak tentang menonton sebuah jenis tayangan televisi, apakah itu program harian, mingguan, bulanan, atau tahunan.
 1. Saya menonton konten vlog di Youtube.
 2. Saya menonton konten vlog dalam Youtube minimal 3 kali dalam seminggu.
 - b. Metode Penyajian pada umumnya adalah untuk menghibur, selanjutnya adalah informasi. Dengan pesan informatif, selain melalui acara berita, dapat



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

dikemas dalam bentuk wawancara, panel diskusi, reportase, obrolan, dan sejenisnya, bahkan dalam bentuk sandiwara sekalipun.

1. Konten vlog di Youtube menyampaikan Informasi secara terarah.
2. Penampilan konten vlog di Youtube dengan visual yang ringan juga mengarahkan ke hal lebih baik.
3. Konten vlog di Youtube menggunakan audio sesuai yang diinginkan.

c. Durasi. Menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (*audience's share*).

1. Saya menonton konten vlog di Youtube lebih dari 30 menit dalam sehari.
2. Dengan durasi lebih dari 30 menit cerita atau pesan dalam konten vlog di Youtube telah tersampaikan.

d. Atensi (perhatian) adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah.

1. Dalam Pengemasan konten vlog di Youtube sesuai kualitas gambar HD.
2. Konten vlog di Youtube menggunakan gaya bahasa yang ringan.
3. Konten vlog di Youtube memaparkan isi pesan dengan santai.
4. Setiap konten vlog di Youtube membahas topik yang berbeda-beda.

e. Orientasi adalah Program apa yang paling utama ditonton.

1. Konten Vlog dalam youtube berisikan berbagai macam pengetahuan.
2. Konten vlog di Youtube menggunakan berbagai macam Kolaborasi.
3. Tema pada masing-masing vlog sesuai dengan kebutuhan sehari-hari

2) Indikator Pembentukan Sikap

a. Komponen Kognisi. Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan pemahaman, kepercayaan maupun keyakinan terhadap objek sikap.

1. Saya senang mendapatkan berbagai macam informasi setelah menonton konten vlog di Youtube.
2. Saya senang mengetahui Konten vlog di Youtube setelah menonton 3 kali dalam seminggu.



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- © Hak cipta milik UIN Suska Riau
3. Saya dapat memahami gaya bahasa yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube.
 4. Saya dapat memahami maksud serta tujuan dalam pesan konten vlog di Youtube.
 5. Saya sangat senang menonton setiap topik dalam konten vlog di Youtube.

b. **Komponen Afeksi.** Komponen ini merupakan bagian sikap mahasiswa yang timbul berdasarkan apa yang dirasakan siswa terhadap objek. Komponen ini digunakan untuk mengetahui apa yang dirasakan siswa ketika menghadapi objek. Perasaan mahasiswa terhadap objek dapat muncul karena faktor kognisi maupun faktor-faktor tertentu.

1. Saya suka melihat tema yang baru dalam konten vlog di Youtube.
2. Saya senang menerima Informasi yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube.
3. Saya senang melihat konten vlog di Youtube mengarahkan kepada hal yang lebih baik.
4. Audio yang digunakan para konten vlog di Youtube sangat nyaman dan sesuai yang diinginkan.
5. Saya senang dapat mengambil cerita atau pesan yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube saat menontonnya.

Komponen Konasi. Komponen konasi atau kecenderungan bertindak (berperilaku) dalam diri seseorang berkaitan dengan objek sikap. Perilaku seseorang dalam situasi tertentu dan dalam situasi menghadapi stimulus tertentu.

1. Menonton konten vlog di Youtube menjadi kebiasaan saya minimal 30 menit dalam sehari.
2. Berbagai macam pengetahuan yang saya dapat untuk merubah ke arah yang lebih baik setelah menonton konten vlog di Youtube.
3. Video yang dikemas didalam konten vlog dengan kualitas gambar HD membuat saya tidak terganggu saat menontonnya.
4. Saya dapat memahami gaya bahasa yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube.



Tabel 2.1
Konsep Operasional

Varibel	Indikator	Instrumen	Skala Pengukuran
V (X) Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube	Frekuensi (keseringan menonton Vlg)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menonton konten vlog di Youtube. 2. Saya menonton konten vlog dalam Youtube minimal 3 kali dalam seminggu. 	Skala likert
	Metode Penyajian (Bersifat informatif dan menghibur)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten vlog di Youtube menyampaikan Informasi secara terarah. 2. Penampilan konten vlog di Youtube dengan visual yang ringan juga mengarahkan ke hal lebih baik. 3. Konten vlog di Youtube menggunakan 	Skala likert

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



Ⓢ Hak cipta milik UIN Suska Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

		audio sesuai yang diinginkan	
	Durasi (Lamanya seseorang menonton Vlg satu kali menonton)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya menonton konten vlog di Youtube lebih dari 30 menit dalam sehari. 2. Dengan durasi lebih dari 30 menit cerita atau pesan dalam konten vlog di Youtube telah tersampaikan. 	Skala likert
	Atensi (perhatian seseorang dalam menonton vlog)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Dalam Pengemasan konten vlog di Youtube sesuai kualitas gambar HD. 2. Konten vlog di Youtube menggunakan gaya bahasa yang ringan. 3. Konten vlog di Youtube memaparkan isi pesan dengan santai. 	Skala likert



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		4. Setiap konten vlog di Youtube membahas topik yang berbeda-beda.	
	Orientasi (Program apa yang paling utama ditonton)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Konten Vlog dalam youtube berisikan berbagai macam pengetahuan. 2. Konten vlog di Youtube menggunakan berbagai macam Kolaborasi. 3. Tema pada masing-masing vlog sesuai dengan kebutuhan sehari-hari 	Skala Likert
V(Y) Pembentukan Sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi	Kognisi (berkaitan dengan pengaruh dalam bentuk pengetahuan)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya senang mendapatkan berbagai macam informasi setelah menonton konten vlog di Youtube. 2. Saya senang mengetahui 	



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		<p>Konten vlog di Youtube setelah menonton 3 kali dalam seminggu.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Saya dapat memahami gaya bahasa yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube. 4. Saya dapat memahami maksud serta tujuan dalam pesan konten vlog di Youtube. 5. Saya sangat senang menonton setiap topik dalam konten vlog di Youtube. 	
	<p>Afeksi (berkaitan dengan perasaan/perhatian audien terhadap suatu media/vlog</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Saya suka melihat tema yang baru dalam konten vlog di Youtube. 2. Saya senang menerima Informasi yang disampaikan dalam 	



Ⓢ Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	<p>konten vlog di Youtube.</p> <ol style="list-style-type: none"> 3. Saya senang melihat konten vlog di Youtube mengarahkan kepada hal yang lebih baik. 4. Audio yang digunakan para konten vlog di Youtube sangat nyaman dan sesuai yang diinginkan. 5. Saya senang dapat mengambil cerita atau pesan yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube saat menontonnya. 	
<p>Konasi (berkaitan dengan perilaku/sikap terhadap kontek Vlog</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menonton konten vlog di Youtube menjadi kebiasaan saya minimal 30 menit dalam sehari. 2. Berbagai macam pengetahuan yang saya dapat untuk merubah ke arah 	

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

		<p>yang lebih baik setelah menonton konten vlog di Youtube.</p> <p>3. Video yang dikemas didalam konten vlog dengan kualitas gambar HD membuat saya tidak terganggu saat menontonnya.</p> <p>4. Saya dapat memahami gaya bahasa yang disampaikan dalam konten vlog di Youtube.</p>	
--	--	--	--

4. Hipotesis

Hipotesis adalah pernyataan sementara yang masih lemah kebenarannya³⁶ Hipotesis berasal dari kata *hypo* dan *thesis*. *Hypo* berarti kurang dan *thesis* berarti pendapat. Dari kedua kata itu dapat diartikan bahwa hipotesis adalah pendapat yang kurang, maksudnya bahwa hipotesis ini merupakan pendapat atau pernyataan yang masih belum tentu kebenarannya, masih harus diuji lebih dulu dan karenanya bersifat sementara atau dugaan awal.³⁷

Berdasarkan latar belakang penelitian yang berjudul Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Universitas Islam Negeri

³⁶ Syofian Siregar, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group.2013),hlm.38

³⁷ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.28



Sultan Syarif Kasim Riau, Maka sebagai jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian ini adalah sebagai berikut:

Ha : Ada pengaruh yang signifikan antara menonton Konten Vlog dalam Youtube dengan Pembentukan Sikap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Ho : Tidak ada pengaruh yang signifikan antara menonton Konten Vlog dalam Youtube dengan Pembentukan Sikap Mahasiswa Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

©Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

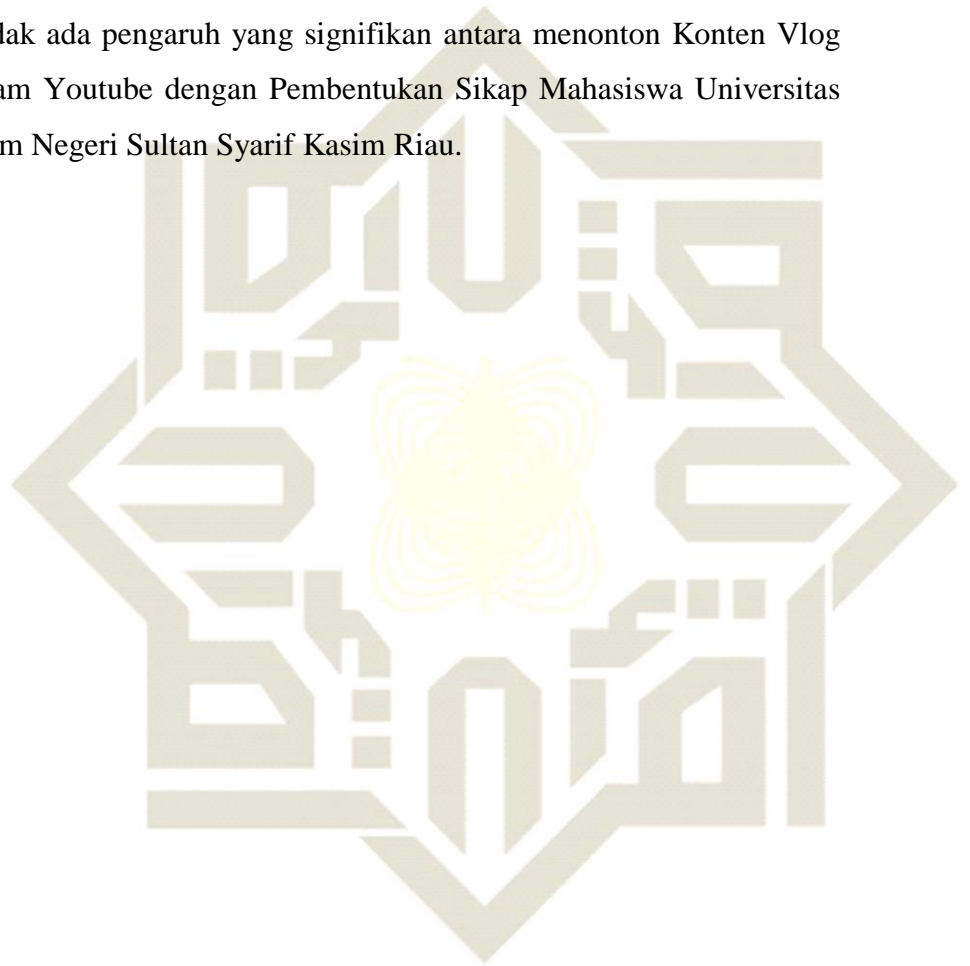
Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



UIN SUSKA RIAU

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumpukan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis dan pendekatan penelitian

Riset (Penelitian) berarti “*to search for, to find*”. Dalam bahasa latin riset berasal dari kata “re” yang artinya lagi dan “*cercier*” yang artinya mencari. Secara umum riset berarti “mencari informasi tentang sesuatu” (*looking for information about something*).³⁸ Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah riset yang menggambarkan atau menjelaskan suatu masalah yang hasilnya dapat digeneralisasikan. Dalam riset kuantitatif, periset dituntut bersikap objektif dan memisahkan diri dari data. Artinya, periset tidak boleh membuat batasan konsep maupun alat ukur data sekehendak hatinya sendiri. Semuanya harus objektif dengan diuji dahulu apakah batasan konsep dan alat ukurnya sudah memenuhi prinsip reliabilitas dan validitas.³⁹

Pada penelitian ini penulis menggunakan metode survey. Survey adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Secara umum metode survey terdiri dari dua jenis, yaitu *deskriptif dan eksplanatif* (analitik). Pada penelitian ini penulis menggunakan metode Deskriptif yaitu prosedur pemecahan masalah dengan cara menggambarkan objek penelitian pada saat keadaan sekarang berdasarkan fakta-fakta sebagaimana adanya. Penelitian ini menggunakan kuisioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu.⁴⁰

³⁸ Rachmat Kriyantono, *Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.1

³⁹ Ibid,55

⁴⁰ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.59



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

B. Lokasi dan waktu penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam negeri Sultan Syarif Kasim Riau yang akan dilaksanakan penelitiannya terhitung mulai dari bulan Januari 2018 sampai dengan selesai.

C. Populasi dan sampel

1. Populasi (*Population*)

Populasi (*Population*) secara etimologi dapat diartikan penduduk atau orang banyak yang memiliki sifat universal. Populasi adalah keseluruhan objek penelitian, mungkin berupa manusia, gejala-gejala, benda-benda, pola sikap, tingkah laku dan lain sebagainya yang menjadi objek penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek/subjek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari yang kemudian ditarik kesimpulannya.⁴¹

Dalam penelitian ini peneliti menjadikan Mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN SUSKA Riau angkatan 2016 yang berjumlah 377 orang sebagai populasi.

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati.⁴² Sampel diambil oleh peneliti karena jumlah karakteristik yang ada pada populasi sangat banyak. Berdasarkan pertimbangan waktu yang sempit dan dana yang terbatas, penelitian terhadap sebuah populasi cukup diambil sampelnya saja. Sampel dalam penelitian ini penulis mengambil rumus Slovin, yang mana rumusnya yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

⁴¹ Mahi M.Hikmat, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011),hlm.60

⁴² Rachamat Kriyantono, *Teknik PraktisRiset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2010), hlm.153

**Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat di tolerir⁴³

Dalam penelitian ini diketahui jumlah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016, yaitu 377 orang. Maka Jumlah sampel yang akan digunakan dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$n = \frac{377}{1+377(0.1)^2}$$

$$n = \frac{377}{4.77}$$

$$n = 79$$

$$n = 79.03 \text{ maka dibulatkan menjadi } 79 \text{ responden.}$$

Adapun teknik pengambilan sampel yang peneliti gunakan adalah proporsive sampling yaitu teknik mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu, yang dibuat periset berdasarkan tujuan periset.⁴⁴ Sampel yang diambil adalah mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016 yang mengetahui dan menonton konten vlog dalam youtube.

D. Teknik pengumpulan data

Pengumpulan data adalah suatu proses pengumpulan data primer dan sekunder, data yang dikumpulkan akan digunakan untuk pemecahan masalah yang sedang diteliti atau untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Teknik pengumpulan data dapat dilakukan dengan berbagai cara, tergantung dari jenis

⁴³ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.164

⁴⁴ Ibid, hlm, 153

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumpulkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

penelitian. Metode pengumpulan data yang umum digunakan dalam suatu penelitian adalah: observasi, wawancara, dan kuisioner.⁴⁵

Adapun metode yang dikumpulkan dalam pengumpulan data dalam penelitian ini adalah:

1. Obesrvasi

Teknik pengumpulan data dengan observasi digunakan bila, penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja, gejala-gejala alam dan bila responden yang diamati tidak terlalu besar.⁴⁶

2. Kuesioner atau Angket.

Angket (Kuesioner) merupakan daftar pertanyaan yang harus diisi responden. Angket (Kuesioner) bisa diisi saat periset datang sehingga pengisiannya didampingi periset. Tujuan penyebaran angket adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.⁴⁷ Angket kuesioner disebarakan kepada para responden yaitu mahasiswa ilmu komunikasi angkatan 2016 Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Uji validitas

1. Uji Validitas

Selain harus dapat diandalkan, suatu pengukuran harus pula memiliki validitas. Validitas mengacu pada seberapa jauh suatu ukuran empiris cukup menggambarkan arti sebenarnya dari konsep yang tengah diteliti.⁴⁸

Untuk menilai validitas kita dapat melakukan dengan dua cara, yaitu secara subjektif dengan menilai apakah sebuah definisi operasional telah sesuai dengan apa yang hendak diukur atau dengan cara membandingkan hasil

⁴⁵ Syofian Siregar, M.M, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana. 2013), hlm.117

⁴⁶ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta. 2014), hlm.145

⁴⁷ Arikunto, *Metodologi Penelitian* (Yogyakarta: Bina Aksara, 2006), hlm.116.

⁴⁸ Morissan, *Metode Penelitian Survei*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.103



definisi operasional itu dengan hasil ukuran lain, yang mungkin berkaitan atau mungkin juga tidak berkaitan.⁴⁹

Uji validitas diperoleh dengan mengkorelasi setiap skor indikator dengan total skor indikator variabel. Kemudian hasil korelasi dibandingkan dengan nilai kritis pada taraf signifikan 0,05.

Pengukuran dikatakan valid jika mengukur tujuannya dengan nyata dan benar. Berikut ini adalah kriteria pengujian validitas⁵⁰:

- a. Jika $r \text{ hitung} \geq r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid)
- b. Jika $r \text{ hitung} < r \text{ tabel}$ (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid).

2. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas merupakan alat uji untuk mengetahui tingkat kestabilan dan konsistensi responden dalam menjawab hal yang berkaitan dengan pertanyaan yang merupakan dimensi dari variable. Reliabilitas adalah mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan pengukur yang sama pula. Reliabilitas suatu variable dikatakan baik jika memiliki nilai Cronbach's Alpha $> 0,6$.

F. Teknik analisis data

Setelah data diperoleh, maka langkah berikutnya adalah pengolahan data dengan menggunakan aplikasi komputer yaitu program SPSS 16.0 (Statistical Product and Service Solutions). Pengolahan data ini bertujuan agar data mentah yang diperoleh bisa dianalisa dan kemudian memudahkan dalam mengambil kesimpulan atau menjawab permasalahan yang sedang dialami. analisa yang penulis

⁴⁹ Bambang Prasetyo, Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif* (Jakarta:PT.Rajagrafindo Persada.2011),hlm.99

⁵⁰ Priyatno Duwi, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS* (Yogyakarta: andi Offise,2010),hlm.16.

lakukan bertujuan untuk mempelajari masalah-masalah yang ada dan mengambil kesimpulan dari hasil penelitian.

Adapun metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah menggunakan uji statistik koefisien korelasi dengan menggunakan beberapa cara:

1. Analisis Korelasi Product Moment

Metode analisis korelasi product moment yaitu korelasi yang berguna untuk menentukan suatu besaran yang menyatakan bagaimana kuat lemahnya hubungan antar variabel yaitu satu variabel (X) “Konten Vlog Dalam Youtube” dengan satu variabel (Y) “Pembentukan Sikap”

Rumus atau teknik statistik ini digunakan untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala interval dengan interval lainnya. Teknik ini digunakan tanpa melihat apakah suatu variabel tertentu tergantung kepada variabel lainnya. Simbol korelasi *product moment* ditulis dengan huruf “r”.⁵¹

Berikut rumus korelasi pearsons (Product Moment):

$$r = \frac{N\sum XY - \sum X\sum Y}{\sqrt{N\sum X^2 - (\sum X)^2}[\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}$$

Keterangan:

- r = koefisien korelasi Pearsons Product Moment
- N = Jumlah individu dalam sampel
- X = angka mentah untuk variabel X
- Y = angka mentah untuk variabel Y

Adapun interpretasi terhadap nilai hasil analisis korelasi adalah.⁵²

⁵¹ Rachmat Kriyantono, *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010), hlm.175

⁵² Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*(Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Tabel 2**Interpretasi Koefisien Product Moment**

	Interpretasi
0.00-0.199	Sangat Rendah
0.20-0.399	Rendah
0.40-0.599	Cukup Kuat
0.60-0.799	Kuat
0.80-1.000	Sangat Kuat

Taraf signifikan yang digunakan adalah $\alpha = 0.05$. dapat dirumuskan sebagai berikut:

Signifikansi $> \alpha=0.05$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

Signifikansi $< \alpha=0.05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima

Atau

Jika $t \text{ hitung} \geq t_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak artinya signifikan dan $t \text{ hitung} \leq t_{\text{tabel}}$, H_0 diterima artinya tidak signifikan.⁵³

Analisis regresi linear sederhana

Rumus statistik yang penulis gunakan adalah analisis regresi linear sederhana. Kegunaan regresi dalam penelitian salah satunya adalah untuk meramalkan atau memprediksi variabel terikat (Y) apabila variabel bebas (X) diketahui.

Bentuk persamaan regresi linear sederhana sebagai berikut:

Rumus:

$$Y=a+bX$$

Dimana:

⁵³ Riduwan dan Sunarto, *Pengantar Statistika*(Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.81.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- Y = variabel tidak bebas (Subjek dalam variabel tak bebas/ dependen yang diprediksi)
- X = variabel bebas (subjek pada variabel independen yang mempunyai nilai tertentu)
- A = nilai intercept (konstan) atau harga Y bila X=0
- B = koefisien regresi, yaitu angka peningkatan atau penurunan variabel dependen yang disadarkan pada variabel independen. Bila b (+) maka naik, bila b (-) maka terjadi penurunan.⁵⁴

Nilai a dihitung dengan rumus:

$$a = \frac{\sum Y (\sum X^2) - \sum X \sum XY}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

Nilai b dihitung dengan rumus:

$$b = \frac{n \sum XY - \sum X \sum Y}{n \sum X^2 - (\sum X)^2}$$

⁵⁴ Rachmat Kriyantono, Teknik Praktis Riset Komunikasi, (Jakarta: Kencana, 2010), 184.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

A. Sejarah Singkat Berdirinya Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau

Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim (UIN SUSKA) Pekanbaru Riau merupakan pengembangan peningkatan status pendidikan dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru yang secara resmi dikukuhkan berdasarkan Peraturan Presiden RI Nomor 2 tahun 2005 tanggal 4 Januari 2005 tentang perubahan IAIN Sulthan Syarif Qasim Pekanbaru menjadi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dan diresmikan pada 9 Februari 2005 oleh Presiden RI, Susilo Bambang Yudhoyono sebagai tindak lanjut perubahan ini, Menteri Agama RI menetapkan Organisasi dan Tata UIN Suska Riau berdsarkan Peraturan Menteri Agama RI Nomor 8 Tahun 2005 tanggal 4 April 2005.⁵⁵ Institut Agama Islam Negeri Riau Sulthan Syarif Qasim (IAIN Susqa) Pekanbaru sebagai cikal bakal UIN SUSKA Riau, didirikan pada tanggal 19 September 1970. Terletak didua tempat, yang pertama Kampus Tuanku Tambusai di jalan K.H. Ahmad Dahlan No. 94 Sukajadi Pekanbaru dan tempat yang kedua adalah Kampus Raja Ali Haji di jalan Soebarantas Km 14,5 Simpang Baru, Tampan Pekanbaru. Pada awal berdirinya IAIN Susqa hanya memiliki tiga fakultas yaitu: Fakultas Tarbiyah, Fakultas Syariah, dan Fakultas Usuluddin. Masa selanjutnya IAIN Susqa terus berkembang dengan bertambahnya jumlah fakultas dan berbagai jurusan lainnya.⁵⁶

Pada tahun 1997 dibuka program Pasca Sarjana dan pada tahun 1998 didirikan fakultas Dakwah. Fakultas Dakwah UIN Suska Pekanbaru meskipun secara yudiris formal baru lahir pada tahun akademi 1998/1999, tetapi secara historis Fakultas ini telah berusia hampir seperempat abad, karena embrionya bermula dari jurusan Ilmu Dakwah yang ada pada Fakultas Usuluddin UIN Suska Pekanbaru.⁵⁷ Peningkatan status Jurusan Ilmu Dakwah menjadi sebuah

⁵⁵ Buku Panduan dan Informasi Akademik (Pekanbaru: UIN Suska Riau 2017), 1.

⁵⁶ Ibid, hlm. 1

⁵⁷ Ibid, hlm, 2



- Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang**
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Fakultas tersendiri sesungguhnya telah di rencanakan sejak lama. Dan usaha-usaha yang lebih intensif kearah itu telah dimulai sejak tahun akademik 1994/1995. Setahun kemudian yakni 1995/1996, Jurusan Ilmu Dakwah dimekarkan menjadi dua jurusan, yaitu Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI) dan Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI). Kedua Jurusan tersebut sampai dengan tahun akademi 1997/1998 telah berusia lebih kurang tiga tahun dan telah memiliki mahasiswa sebanyak 211 orang.

Pada tahun akademi 1996/ 1997 dilakukan penjenjangan dan konsultasi kepada Fakultas Komunikasi Universitas Padjajaran Bandung dalam rangka mempersiapkan dan memperluas jurusan pada fakultas dakwah yang akan didirikan, yang kemudian menghasilkan kesepakatan kerjasama antara IAIN Susqa Pekanbaru dan Unpad Bandung yang direalisir dalam bentuk penandatanganan naskah kesepakatan berupa MoU (Memorandum Of Understanding). Pada bulan Januari 1998 dengan nomor IN 13/R/HM.01/164/1998 yang pelaksanaan teknisnya dipercayakan pada Fakultas Usuluddin (pengasuh Ilmu Dakwah) dan Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung sebagai tindak lanjut dari MoU tersebut adalah disepakatinya pembukaan Program Studi Strata Satu (S1) Ilmu Komunikasi dan Diploma Tiga (D3) Pers & Grafika, untuk melengkapi dua jurusan yang sudah ada (PMI dan BPI) pada Fakultas Dakwah yang akan didirikan.⁵⁸

Program Studi Ilmu Komunikasi berdiri berdasarkan surat keputusan Direktur Jenral Pembinaan Kelembagaan Agama Islam Nomor: E/3/98 tentang Penyelenggaraan Program Studi Tadris Program Studi Bahasa Inggris dan program Studi Psikologi pada fakultas Tarbiyah, program Studi Komunikasi dan prohran Diploma2 (D2) program Studi Pers dan Grafika pada Fakultas Usuluddin IAIN Susqa Pekanbaru tanggal 6 Januari 1998.

Surat Rekomendasi Departemen Pendidikan Nasional Ditjen Pendidikan Tinggi Nomor: 2486/D/T/2001 tentang Rekomendasi pembukaan program-program Studi S1 pad IAIN dan STAIN dalam rangka Wider Mandate di

⁵⁸ Ibid, hlm, 2



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

tingkungan Departemen Agama tanggal 25 Juli 2001.⁵⁹ Pada tahun 2002/2003 Fakultas Dakwah merencanakan pula untuk membuka satu jurusan Program S1 yaitu Jurusan manajemen Dakwah dan Matematika. Pembukaan Jurusan Informatika dan Teknik Industri yang pada tahun Akademik 2002/2003 dilepas dari Fakultas Dakwah dan ditingkatkan menjadi Fakultas sendiri, yaitu Fakultas Sains dan Teknologi. Sebagai bagian menjadi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Sehingga pada tahun Akademik 2002/2003 Fakultas Dakwah mengasuh empat Jurusan Strata Satu (S1) yaitu:

1. Jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI)
2. Jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI)
3. Jurusan Ilmu Komunikasi (KOM)
4. Jurusan Manajemen Dakwah (MD)

Berdasarkan surat keputusan Badan Akreditasi tanggal 25 Desember 2007 Nasional Nomor:031/BAN-PT/Ak-X/S1/XII/2007 tentang status, peringkat dan hasil akreditasi Program Serjana di Perguruan Tinggi maka Program Studi Ilmu Komunikasi terakreditasi B selama 5 tahun dari tahun 2007 s/d 2012. Jurusan/Program Studi Ilmu Komunikasi pertama kali didirikan pada tahun 1998. Sebelumnya telah pula dilakukan seminar dan lokakarya (semiloka) tentang penyusunan kurikulum Jurusan Ilmu Komunikasi dan Program Studi Dakwah dan Ilmu Komunikasi. Semiloka tersebut dihadiri oleh dua tokoh dan pakar Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi dari Fakultas Ilmu Komunikasi Unpad Bandung yaitu; Dr. H. Dedi Mulyana, MA dan Drs, Elvinaro Enderianto, M.Si. Semiloka tersebut berhasil merumuskan kurikulum terpadu antara disiplin Ilmu Komunikasi dan Ilmu Keislaman yang merupakan ciri khas program studi Ilmu Komunikasi.

Ide bermula dari Prof. Dr. H. Amir Lutfi diaflikasikan di Fakultas Usuluddin, dekan Fakultas Usuluddin saat itu adalah Drs. Rokayah Saleh. Kemudian Jurusan Ilmu Dakwah Dipisah menjadi Fakultas sendiri dan

⁵⁹ Ibid, hlm, 2



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau
 State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

ditambah Jurusan Ilmu Komunikasi. Dekan dakwah dan ilmu komunikasi saat itu adalah Drs. Nuraini dengan ketua Jurusan Hidayat Syah. Seiring perkembangan Propinsi Riau, Kebutuhan serjana Komunikasi juga semakin meningkat. Pada tahun akademis 1998/1999 Jurusan Ilmu Komunikasi hanya menerima 40 orang mahasiswa yang terdiri dari satu lokal. Pada tahun Akademis 2006/2007 Jurusan Ilmu Komunikasi menerima mahasiswa sebanyak 160 orang yang terdiri dari 4 lokal. Pada tahun Akademisi 2007/2008 Jurusan Ilmu Komunikasi menerima mahasiswa baru sesuai dengan daya tampung Jurusan yaitu 151 orang terdiri dari 4 lokal yaitu lokal A,B,C dan D.

B. Visi, Misi dan Tujuan Ilmu Komunikasi

Visi

Menjadikan Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau sebagai suatu pusat pendidikan tinggi yang unggul dan kompetatif serta menghasilkan lulusan berkualitas sehingga memberikan kontribusi dalam membangun masyarakat dan mampu bersaing di pasar kerja global.⁶⁰

Misi

1. Mewujudkan kondisi dan lingkungan Fakultas Dakwah dan Ilmu komunikasi yang berakhlak, jujur, amanah, berlandaskan iman dan takwa.
2. Menetapkan program studi unggulan dengan mengimplementasikan proses belajar mengajar yang menerapkan manajemen dan system pembelajaran modern.
3. Mewujudkan suasana akademik bernilai unggul, konpetitif dan professional.
4. Melahirkan sumber daya manusia yang mandiri dan berkualitas dalam persaingan global (Panduan dan Informasi Akademik 2011-2012, 167).

⁶⁰ Ibid, hlm, 150



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

© Hak Cipta milik UIN Suska Riau
State Islamic University of Sumatra
Syarif Kasim Riau

Tujuan

Terciptanya civitas akademika Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi yang mampu menetapkan prinsip-prinsip Islami dalam konseptual, berbicara, bersikap, dan berperilaku.

Menciptakan dan mengembangkan ilmu pengetahuan dan teknologi sumber daya manusia, dalam upaya mengangkat marwah manusia islami ditengah-tengah masyarakat modern.⁶¹

C. Sasaran Ilmu Komunikasi

Sasaran Program studi Ilmu Komunikasi dalam penerimaan mahasiswa berdasarkan:

1. Minat Mahasiswa
2. Standar Nilai Kelulusan
3. Daya tampung penerimaan mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi pada Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi (Arsip Ilmu Komunikasi).

D. Kompetensi Konsentrasi Ilmu Komunikasi

Jurusan Ilmu Komunikasi menghasilkan serjana muslim yang cerdas, cakap, trampil dan berakhlak mulia dibidang Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi, kualifikasi diharapkan dapat memberdayakan posisi mereka untuk berdedikasi dan bekerja profesional dibidang Jurnalistik, Public Relation dan Broadcasting yang mampu berkarya dengan memberi kontribusi pada pengembangan keilmuan serta turut memberi sumbangan terhadap pemecahan berbagai masalah sosial yang terkait dengan bidang Ilmu Komunikasi serta memiliki kemampuan intelektual serta memiliki integritas moral Islam dalam mendukung misi dakwah Islamiyah. Jurusan Ilmu Komunikasi memiliki tiga konsentrasi yang akan dibagi pada semester V setelah diberikan dasa-dasar keseluruhan konsentrasi pada semester I/IV. Kompetensi masing-masing konsentrasi di Jurusan Ilmu Komunikasi:

⁶¹ Ibid, hlm, 151



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

1. Konsentrasi Jurnalistik
 - 1) Mampu dan menguasai bidang kewartawanan, teknik peliputan, editing, lay out dan perwajahan surat kabar.
 - 2) Mampu melaksanakan aktivitas profesi dan menerapkan kode etik kewartawanan, dan segala aturan yang terkait dengan etika kewartawanan.
 - 3) Mampu mengelola dan memanage penerbitan surat kabar dan majalah.
2. Konsentrasi Broadcasting
 - 1) Mampu dan menguasai bidang broadcasting, penyiaran, shooting, editing, dubbing dan lainnya.
 - 2) Mampu mengelola memanage produksi siaran radio.
 - 3) Mampu mengelola memanage produksi siaran televisi.
 - 4) Mampu dan cakap serta berkeayakan menciptakan karya-karya hiburan yang diperlukan sebagai hiburan, seperti film, komedi dan lainnya.
3. Konsentrasi Public Relation (Humas)
 - 1) Mampu dan menguasai bidang kehumasan, MC, keprotokoleran, perancangan, desain agenda dan lainnya.
 - 2) Mampu dan cakap merancang suatu event, seminar, expo, exhibition dan lainnya.

Tujuan ideal tersebut pada hakikatnya merupakan penjabaran operasional dari visi Jurusan Ilmu Komunikasi yakni sebagai lembaga untuk memajukan, pengembangan dan menerapkan ilmu-ilmu komunikasi melalui pendidikan, pengajaran, pengkajian serta pelayanan kepada masyarakat. Visi ini tidak saja mengisi tekad dan komitmen sivitas akademika Jurusan Ilmu Komunikasi dan juga menjadi amanat dan harapan UIN SUSKA Riau dalam memberikan nuansa khas pendidikan tinggi agama Islam (Arsip Ilmu Komunikasi).



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Posisi strategis Jurusan Ilmu Komunikasi tersebut ternyata tidak bisa dilepaskan dari sejarah perkembangan UIN SUSKA Riau sebagai lembaga 35 pendidikan tinggi. Menurut data yang ada, tiga tahun terakhir ini Jurusan Ilmu Komunikasi mengalami peningkatan yang sangat signifikan. Lebih dari 300% daya tampung Jurusan Ilmu Komunikasi. Dari sinilah lahir serjana-serjana muslim yang mempunyai peran penting dalam pembinaan dan pengembangan UIN SUSKA Riau menjadi pemimpin berbagai instansi pemerintahan seperti Humas Pemda Palalawan dan bekerja diberbagai media massa yang ada di Pekanbaru. Oleh karena itu tekad dan komitmen Jurusan Ilmu Komunikasi adalah menghasilkan serjana yang bermutu, yang mengembangkan, memajukan dan menerapkan ilmu komunikasi secara Akademik dan profesional dalam rangka penyiaran Islam mewujudkan sumber daya manusia bermoral Islam serta profesional dalam bidang komunikasi untuk kepentingan dakwah Islamiyah.

Untuk menjamin hal itu, Jurusan Ilmu Komunikasi memberikan apresiasi dan response yang wajar dan antisipatif terhadap kurikulum Nasional dengan membenahi dan mendesain kurikulum lokal yang dipandang relevan bagi kepentingan lembaga dan kebutuhan manusia maupun masyarakat. Untuk menjamin terselenggaranya kurikulum, Nasional maupun lokal, Jurusan Ilmu Komunikasi didukung oleh aset infrastruktur fisik, aset finansial, aset SDM, dan aset Informasi. (Arsip Ilmu Komunikasi)

E. Struktur Organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

Adapun dari segi kepemimpinan pada jurusan ilmu komunikasi sejak tahun Akademisi 1998/1999 sampai kini telah mengalami 7 kali pergantian. Pertama kali dipimpin oleh Dr. Hidayat Syah (1998- 2001), Suhaimi D, M.Si (2001-2003), Kemudian Nurdin A Halim, MA (2003/2005), Drs. Abdul Rahman (2005/2009) Dr. Nurdin A Halim, MA (2009-2013), Firdaus Elhadi, S.Sos, M.Soc,Sc (2013-2016), Mardiah Rubani, M.Si (2016-2017), Rafdeadi,

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

Sos.I.,MA (2017-2018) dan Dra. Atjih Sukaesih, M.Si (2018-Hingga sekarang) (Arsip Ilmu Komunikasi).

Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi adalah salah satu unsur pelaksanaan Akademik Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, yang melaksanakan sebagian tugas dari fungsi UIN yang berada dibawah Rektor. Susunan organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi terdiri dari:⁶²

Tabel 4.1. Susunan organisasi Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi

No	Nama Jabatan	Nama Pejabat
1	Dekan	Dr. Nurdin, MA
2	Wakil Dekan Bidang Akademik dan Pengembangan Lembaga	Dr. Masduki, M.Ag
3.	Wakil Dekan Bidang Administrasi Umum, Perencanaan dan Keuangan	Dr. Toni Hartono, M.Si
4.	Wakil Dekan Bidang Kemahasiswaan dan Kerjasama	Dr. Azni, S.Ag, M.Ag
5.	Kepala Bagian Tata Usaha	Yanti Dasmiyarni, S.Kom., M.M
6.	Kepala Subbagian Administrasi Umum dan Keuangan	Febriati, ST., M.M
7.	Kepala Subbagian Akademik, Kemahasiswaan dan Alumni	Srihartatik, S.Pd.I., M.A
8	Ketua KPM	Dr. Titi Antin, S.Sos., M.Si

⁶² Buku Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska Riau 2018-2019. 57



Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penerbitan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

9	Sekretaris KPM	Dr.Kodarni, S.ST., M.Pd
PROGRAM STUDI		
1.	Pengembangan Masyarakat Islam Ketua Sekretaris	Dr. Aslati, M.Ag Muhlasin, S.Ag.,M.Pd.I
2.	Bimbingan Konseling Islam Ketua Sekretaris	Listiawati Susanti, S.Ag.,M.A Rosmita,M.Ag
3.	Ilmu Komunikasi Ketua Sekretaris	Dra. Atjih Sukaesih, M.Si Yantos, S.IP, M.Si
4.	Manajemen Dakwah Ketua Sekretaris	Imron Rosidi, S.PD, MA, Ph.D Khairuddin, S.Ag, M.Ag

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Setelah menjalani serangkaian proses penelitian, peneliti dapat merumuskan kesimpulan hasil yang diperoleh. Sesuai dengan ini ialah uji menguji dan mengetahui apakah ada pengaruh antara pengaruh konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka hasil penelitian dapat disimpulkan secara parsial sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil analisis pengaruh sigma variabel X terhadap Afeksi (Y1) bahwa hubungan antara X terhadap Y1 adalah rendah dengan nilai 0,270 yang berada pada interval 0,20-0,399. Dengan signifikan sebesar $0,016 < 0,05$, artinya terdapat yang signifikan antara variabel (X) terhadap Kognisi (Y1) karena 0,016 lebih kecil dari 0,05.
2. Berdasarkan hasil analisis pengaruh sigma variabel X terhadap kognasi (Y2) bahwa hubungan antara X terhadap Y2 adalah rendah dengan nilai 0,300 yang berada pada interval 0,20-0,399. Dengan signifikan sebesar $0,007 < 0,05$, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel (X) terhadap Afeksi (Y2) karena 0,000 lebih kecil dari 0,05.
3. Berdasarkan hasil analisis pengaruh sigma variabel X terhadap Konasi (Y3) bahwa hubungan antara X terhadap Y3 adalah rendah dengan nilai 0,320 yang berada pada interval 0,20-0,399. Dengan signifikan sebesar $0,004 < 0,05$, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel (X) terhadap konasi (Y3) karena 0,004 lebih kecil dari 0,05.

Berdasarkan hasil kesimpulan secara general yaitu kesimpulan pengaruh sigma variabel X terhadap sigma variabel Y adalah bahwa hubungan antara X terhadap Y adalah rendah dengan nilai 0,350 yang berada pada interval 0,20-0,399 Dengan signifikan sebesar $0,002 > 0,05$, artinya terdapat hubungan yang signifikan antara variabel (X) terhadap sigma variabel (Y1, Y2, dan Y3) karena 0,002 lebih kecil dari 0,05.



B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka penulis dapat menyampaikan beberapa saran:

1. Kepada Vlogger sebaiknya lebih bijak menentukan konten apa yang akan dibuat dan disebar di internet, karena para penonton tayangan vlog bisa meniru apa yang mereka tonton dalam vlog tersebut.
2. Kepada Mahasiswa UIN SUSKA Riau sebaiknya lebih berhati-hati menggunakan media terutama Youtube, karena makin beragamnya konten yang ditampilkan yang bisa bersifat positif maupun negatif.
3. Kepada pemerintah diharapkan dapat mengatur regulasi terhadap konten-konten yang diupload secara bebas dalam Youtube, agar para pembuat konten vlog dan penonton tayangan vlog bisa berkarya dan mengambil pelajaran positif dari konten tersebut.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.





DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto dkk. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2004.
- Arikunto. *Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Bina Aksara, 2006.
- Azwar, Saifuddin. *Sikap Manusia Teori Dan Pengukurannya*. Pustaka Pelajar: Yogyakarta, 2012.
- Bambang Prasetyo. Lina Miftahul Jannah, *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2011.
- Bimo Walgito. *Teori-Teori Psikologi Sosial*. Yogyakarta: Andi, 2011.
- Buku Panduan dan Informasi Akademik UIN Suska Riau 2017-2018*
- Can, L, Kaya, N. *Social networking sites addiction and the effect of attitude towards social network advertising*. Journal Social and Behavioral Sciences, 2014.
- David, Eribka Ruthellia, *Pengaruh Content Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Ratulangi*. E-Journal Acna Diurna Volume VI No.1. Universitas Sam Ratulangi, 2017.
- Depdikbud, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka, 1995.
- Effendy, Onong Uchjana. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti, 2003.
- Eko Putro Widoyoko. *Penilaian Hasil Pembelajaran di Sekolah*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2004.
- Elviaro Ardianto, Lukiati Komala Erdinaya, *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Gerungan, W.A. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama, IKAPI, 2004.
- Hari Sumadiria. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2014.
- <https://socialblade.com/youtube/top/country/id>, diakses pada tanggal 28 Mei 2020.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



1. Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
 - a. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - b. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
 2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.
- https://id.m.wikipedia.org/wiki/konten_media diakses pada tanggal 28 Mei 2018
https://id.wikipedia.org/wiki/video_blog diakses pada 28 mei 2018
<https://id.wikipedia.org/wiki/Youtube> diakses pada tanggal 28 Mei 2020
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: Erlangga, 2009
- Jalaludin Rakhmat. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. RemajaRosdakarya, 2001.
- Jean Burgess, Joshua Green. *YouTube: Digital Media and Society Series*. England: Cambridge, Malden,MA 2009
- Kindarto Asdani, *Belajar Sendiri Youtube*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo, 2008.
- Kushendrawati, Selu Margaretha. *Tesis: Hiperrealitas dalam Media Massa, Suatu Kajian Filsafat Jean Baudrillard*. Program Pasca Sarjana Ilmu Pengetahuan Budaya, Fakultas Ilmu Budaya Universitas Indonesia, 2010.
- M Alisuf Sabri. *Psikologi Pendidikan berdasarkan Kurikulum Nasional*. Jakarta : Pedoman Ilmu Raya, 2010.
- Mahi M.Hikmat. *Metode Penelitian*. Yogyakarta:Graha Ilmu, 2011.
- Mohsasan. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. 2010.
- Nasrullah, Rulli. *Media Sosial : Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007.
- Priyatno Duwi. *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*. Yogyakarta: andi Office,2010.
- Rakhmat Jalaluddin. *Psikologi Komunikasi*.Bandung:Remaja Rosdakarya, 2015.
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana Prenada Media Group,2010.
- Richard West, Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika, 2014.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

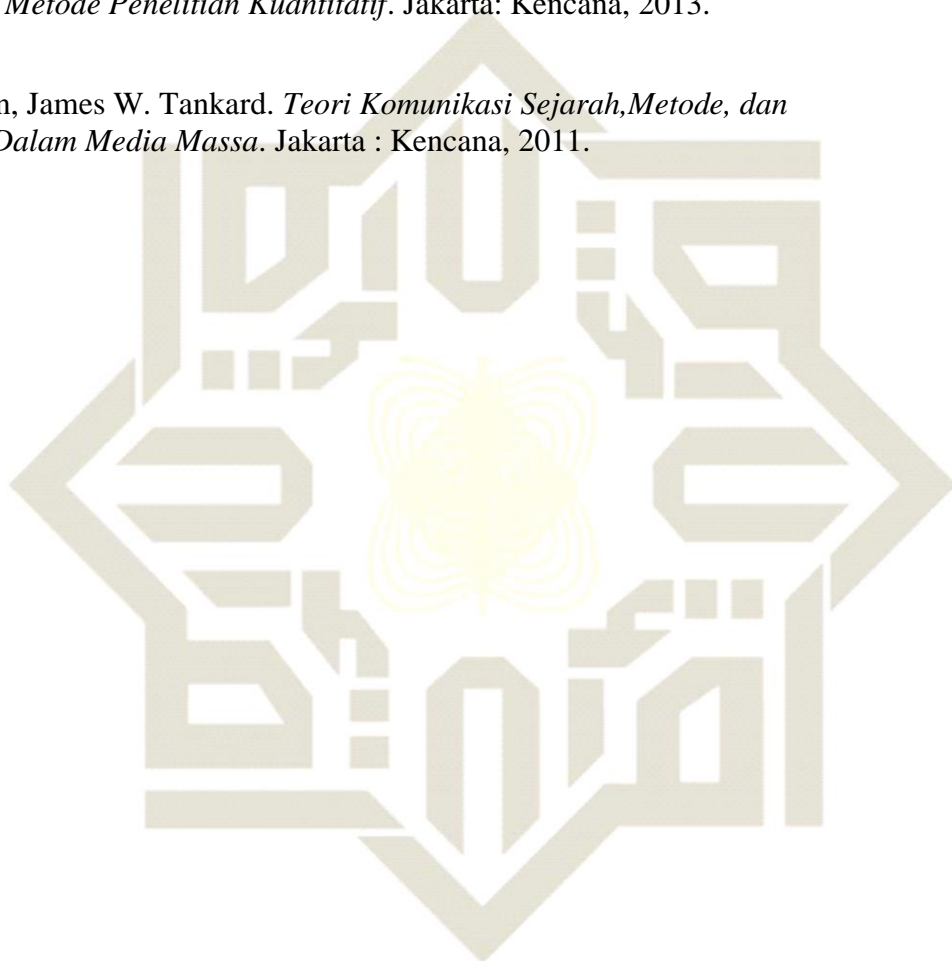
Riduwan, Sunarto. *Pengantar Statistika*. Bandung: Alfabeta, 2010.

Santrock, J. W, *A Topical Approach to Life-span Development, Sixth Edition*. New York: McGraw-Hill, 2012.

Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif*. Bandung: Alfabeta, 2014.

Siregar, Syofian. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2013.

Werner J, Severin, James W. Tankard. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana, 2011.



UIN SUSKA RIAU



RIWAYAT HIDUP

M Fahrozi, Lahir di Sei. Guntung 27 Maret 1993. Lahir dari pasangan Ayahanda tercinta Hasbi (Alm) dan Ibunda tersayang Nuryani. Merupakan anak kedua dari empat bersaudara. Menempuh pendidikan Sekolah Dasar (SD) di SDN 013 Sei. Guntung tahun 2000 dan lulus tahun 2005. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Pertama di MTS TI Sungai Guntung pada tahun 2005 dan lulus pada tahun 2008. Pada tahun 2008 penulis melanjutkan pendidikan Sekolah Menengah Atas (SMA) di Pesantren Teknologi Riau Pekanbaru dan lulus pada tahun 2011.

Pada tahun 2014, penulis diterima menjadi mahasiswa pada Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Pada bulan Juli sampai Agustus 2017, penulis melaksanakan Kuliah Kerja Nyata (KKN) di Desa Pasir Mas, Kecamatan Singingi, Kabupaten Taluk Kuantan. Kemudian pada bulan September sampai November 2017, penulis melaksanakan Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Net TV Jakarta.

Akhirnya sekian lama berproses menuntut ilmu di perguruan tinggi, penulis dapat menyelesaikan pendidikan strata satu (S1) Jurusan Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting di Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau (UIN Suska Riau) dengan menyandang Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.