



No. 4559/KOM-D/SD-S1/2021

**EFEKTIVITAS VIDEO TUTO EDITING DI *YOUTUBE* SEBAGAI
SUMBER INFORMASI BELAJAR MAHASISWA ILMU
KOMUNIKASI KONSENTRASI BROADCASTING
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN
SYARIF KASIM RIAU**



SKRIPSI

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

Oleh :

M PINO BAHARI RAMBE
NIM. 11443103620

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM
RIAU
2021**

© Hak cipta milik UIN S

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



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.

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

**EFEKTIVITAS VIDEO TUTORIAL EDITING DI YOUTUBE SEBAGAI SUMBER
INFORMASI BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI
BROADCASTING UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU**

Disusun oleh:

M PINO BAHARI RAMBE

11343103582

SKRIPSI

**Telah Diterima dan Disetujui Untuk Dimunaqasahkan Dalam Sidang
Panitia Ujian Strata Satu (S1) Fakultas Dakwah Dan Komunikasi
Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**

Pekanbaru 19 Februari 2021

Pembimbing

Dra. Atjih Sukaesih M.Si.
NIP. 196911181996032001

Mengatahui
Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

Dra. Atjih Sukaesih M.Si.
NIP. 196911181996032001



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.



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 Pino Bahari Rambe
 NIM : 11343103582
 Judul : Efektifitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

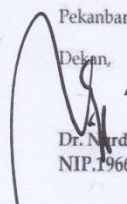
Telah dimunaqasyahkan pada Pada Sidang Ujian Sarjana Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau pada:

Hari : Rabu
 Tanggal : 24 Februari 2021

Dapat diterima dan disetujui sebagai salah satu syarat memperoleh gelar S.Ikom. pada Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

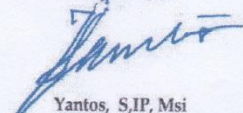
Pekanbaru, Rabu, 24 Februari 2020

Dekan,

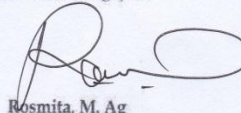

 Dr. Nardin, M.Ag
 NIP.196606202006041015

Tim Penguji

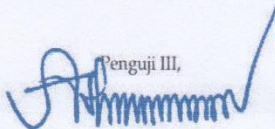
Ketua/ Penguji I,


 Yantos, S.IP, Msi
 NIP. 19710122 200701 016

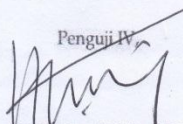
Sekretaris/ Penguji II,


 Rosmita, M. Ag
 NIP. 19741113 200501 2 005

Penguji III,


 Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
 NIP. 196911181996032001

Penguji IV,


 Dr. Kodarni, S.St., M.P
 NIK. 130311014



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

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 SEMINAR PROPOSAL

Kami yang bertandatangan dibawah ini adalah Dosen Penguji pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau dengan ini menyatakan bahwa mahasiswa berikut ini:

Nama : M Pino Bahari Rambe
NIM : 11343103582
Judul : Efektivitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

Telah Diseminarkan Pada:

Hari : RABU
Tanggal : 24 Februari 2021

Dapat diterima untuk dilanjutkan menjadi skripsi sebagai salah satu syarat mencapai gelar sarjana Strata Satu (S1) Program Studi Ilmu Komunikasi di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sultan Syarif kasim Riau.

Pekanbaru, 24 Februari 2021

Penguji Seminar Proposal,

Penguji I,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si
NIP. 196911181996032001

Penguji II,

Yantos, S.I.P, M.Si
NIP.197101222007011016

**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.

PERNYATAAN ORISINALITAS

Nama : M Pino Bahari Rambe
Nim : 11343103582

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi yang berjudul "Efektivitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitai Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau" adalah betul-betul karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi tersebut telah diberi *citasi* dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

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

Pekanbaru, 24 Februari2021
Yang menyatakan



M PINO BAHARI RAMBE
NIM. 11343103582



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

Pekanbaru, 24 Februari 2020

No. : Nota Dinas
Lampiran : 1 (satu) Eksemplar
Hal : Pengajuan Sidang Sarjana

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah kami melakukan bimbingan, arahan, koreksi dan perbaikan sebagaimana mestinya terhadap skripsi Saudara:

Nama : M Pino Bahari Rambe
NIM : 11343103582
Judul Skripsi : "EFEKTIVITAS VIDEO TUTORIAL EDITING DI YOUTUBE SEBAGAI SUMBER INFORMASI BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI BROADCASTING UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU"

Kami berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan untuk dimunaqasyahkan guna melengkapi tugas dan memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)

Harapan kami semoga dalam waktu dekat yang bersangkutan dapat dipanggil untuk diuji dalam sidang ujian munaqasyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uiniversitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikian persetujuan ini kami sampaikan. Atas perhatian Bapak, diucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

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.



KATA PENGANTAR



Puji dan syukur penulis ucapkan kehadirat Allah SubhanahuWaTa'ala yang telah memberikan segala rahmat, karunia serta hidayahnya sehingga penulis dapat menyelesaikan Skripsi ini guna melengkapi tugas akhir untuk memperoleh gelar Strata satu S1. Shalawat berangkai salam kepada kekasih Allah SubhanahuWaTa'ala yakni Baginda Rasulullah Muhammad Shallallahu 'AlaihiWa Salam yang telah membawa risalah islam dan menegakan ketauhi dan akan Allah semata sehingga kita bisa merasakan nikmatnya Iman dan Islam.

Alhamdulillah, penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Efektivitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**. Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat untuk mendapat gelar sarjana muda Strata Satu S1 Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Penghargaan dan ucapan terimakasih saya ucapkan kepada Ibu Dra. Atjih Sukasih, M.Si.sebagai dosen pembimbing satu dan Yantos, M.S.i sebagai Sekretaris Prodi. Skripsi ini membahas mengenai Efektivitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.” Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Jurusan Bki Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi diri sendiri khususnya dan dunia pendidikan pada umumnya.

Penulis menyadari bahwa terselesaikannya skripsi ini tidak terlepas dari bimbingan, dorongan serta bantuan dari berbagai pihak. Untuk itu pada kesempatan kali ini penulis ingin menyampaikan rasa terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

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.

Prof Dr KH Ahmad Mujahidin S.Ag., M.Ag, Selaku Rektor Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau beserta Purek, I, II, III yang telah memberikan kesempatan kepada penulis untuk menuntut ilmu diperguruan tinggi ini.

bapak Dr Nurdin, MA selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Atjih Sukaesih, M.Si Selaku ketua jurusan Komunikasi Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Muhammad Badri, M.si Selaku dosen pembimbing I yang telah meluangkan waktu begitu banyak dan telah memberikan bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini akhirnya dapat diselesaikan. Darusman M, Ag Selaku dosen pembimbing II yang juga telah meluangkan waktu begitu banyak serta bimbingan kepada penulis sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.

5. Buat Dosen serta pegawai Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
6. Seluruh karyawan Perpustakaan Universitas Islam Sultan Syarif kasim Riau serta Perpustakaan Fakultas Dakwah dan Komunikasi yang telah membantu dan mempermudah penulis mendapatkan buku hingga penulis menyelesaikan penelitian ini.

Kepada Ibu Mardiah Rubani, M,Si selaku ketua jurusan dan ibu Listia Wati, M,Ag selaku wakil ketua jurusan Bimbingan Konseling Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Adek-adek mahasiswa/i di jurusan Ilmu Komunikasi, yang telah memberikan kenyamanan dan welcome kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi.

Teristimewa kepada keluarga besar penulis Ayahanda Faisal Ahmad Kosim Rambe dan Ratna Sari ibunda tercinta, yang memberikan kasih dan sayang dari kecil hingga sekarang, saudara penulis yaitu adik Ainun Nurul Hasanah Br Rambe adik Warisan S M Rambe adik Adiba Anindya Sakila Rambe abang sepupu penulis Agus Surya S,Pd , adik sepupu Faisal Rahmat Sajali Rambe teman penulis Hendrik Jaya Siregar teman Edi

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.

Alamsyah teman Pujianto teman Ahmad Mahpuji, tanpa cinta dari keluarga mungkin skripsi ini tidak terselesaikan.

Buat yang terindah Dinni Amanda Sari yang selalu menjadi penyemangat penulis, motivasi, yang selalu meluangkan waktunya untuk penulis, penulis hingga penulis berhasil menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada kawan anak-anak kost Eko Mulyono, M Akmal serta Ujang Asmara, Arfan Hanif, Fazri, Teguh, Septian bayu, Rizky, Yopika, Winda, Anggun terimakasih atas bantuan dan suportnya.

11. Buat Keluarga besar *Broadcasting A* angkatan 2013 yang telah banyak memberikan motivasi dan jerih payah membantu penulis dalam pembuatan skripsi ini, semoga kita tetap dalam lindungan-Nya dan sukses untuk kita semua.

12. Dan semua pihak yang tidak bisa disebutkan satu-persatu yang telah membantu sehingga skripsi ini dapat terselesaikan.

Harapan penulis semoga karya ilmiah ini dapat memberi manfaat kepada semua kalangan yang membutuhkan, baik dari kalangan akademis, maupun masyarakat luas pada umumnya.

AamiinAamiinYaaRabbal 'alaamiin.....

Pekanbaru, 24 februari 2021
Penulis,

M PINO BAHARI RAMBE
NIM. 11343103582



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
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang	1
B. Penegasan Istilah	4
C. Permasalahan	5
D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian	5
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II TINJUAN PUSTAKA	
A. Kerangka Teoritis	8
B. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel	28
C. Operasionalisasi variable	29
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	
A. Pendekatan Penelitian	31
B. Lokasi Dan Waktu Penelitian	31
C. Populasi dan Sampel	31
D. Teknik Pengumpulan Data	32
E. Teknik Pengukuran Data	33
F. Uji Validitas Data	34
G. Teknik Analisis Data	34
BAB IV GAMBARAN UMUM	
A. Sekilas Tentang Youtube	36
B. Visi, Misi, Serta Tujuan Website Youtube	38
C. Video Tutorial Editing di Youtube	40

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 V HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

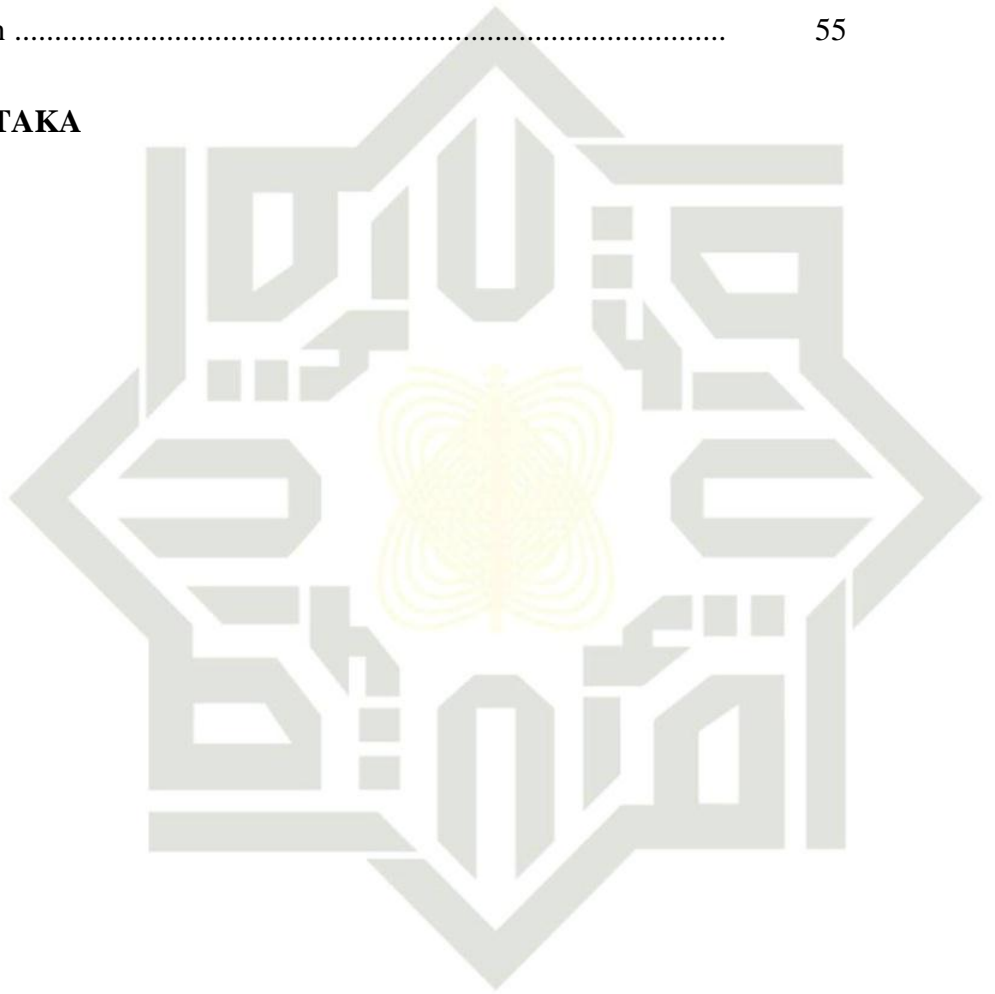
A. Hasil Penelitian	41
B. Pembahasan	51

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan	54
B. Saran	55

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



UIN SUSKA RIAU



DAFTAR TABEL

Tabel 5.1	Jumlah Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	41
Tabel 5.2	Jumlah Responden Berdasarkan Semester	41
Tabel 5.3	Responden Berperan Aktif Dalam Youtube Sebagai Pencari informasi Tutorial Video Editing	43
Tabel 5.4	Responden Ikut Terlibat Dalam Grup Forum Komunikasi BKI FDK UIN Suska Riau	43
Tabel 5.5	Responden Ikut Berdiskusi Di Video Tutorial Editing Di Youtube	44
Tabel 5.6	Setiap Minggu Responden Mengakses Video Tutorial Editing di Youtube	44
Tabel 5.7	Bahasa Yang Digunakan di Video Tutorial Editing di Youtube	45
Tabel 5.8	Informasi Yang Disampaikan di Dalam Video Tutorial Editing di Youtube Akurat atau Tepat	46
Tabel 5.9	Video Tutorial Editing di Youtube Berpengaruh Dalam Membantu Mempermudah Jalannya Informasi Perkuliahan .	46
Tabel 5.10	Responden Memperhatikan Etika dan Tata Krama Saat Berkomentar di Video Tutorial Editing di Youtube	47
Tabel 5.11	Rekapitulasi Variabel Efektivitas Video Tutorial Editing di youtube Sebagai Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Negeri Sutan Syarif Kasim Riau	48
Tabel 5.12	Uji Validitas Data Variabel Efektivitas Video Tutorial Editing Di Youtube	50
Tabel 5.13	Uji Reliabilitas Data	51

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

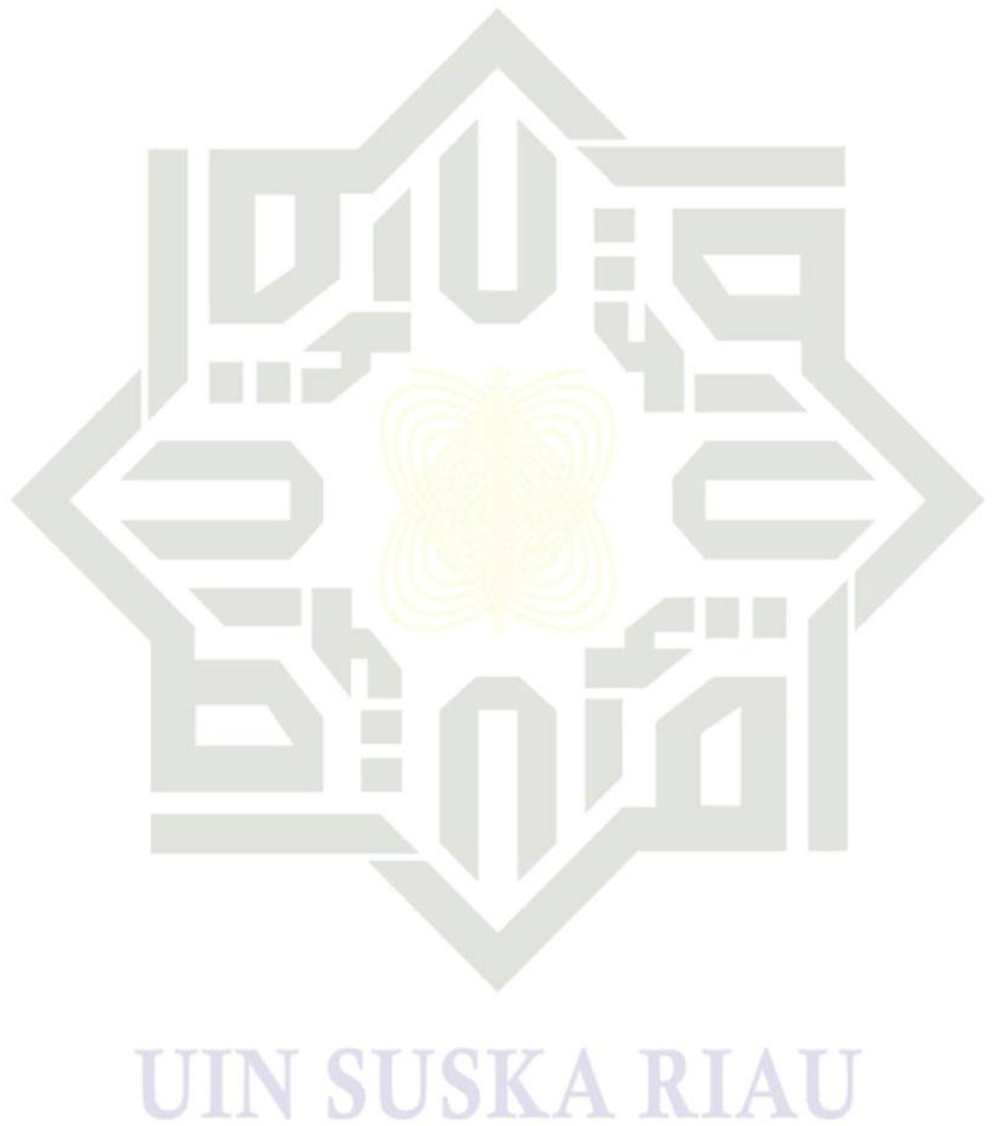
1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan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

DAFTAR GAMBAR

Gambar. 1.1 Cara Mengedit Video Dengan Adobe premiere Kreator :
 Agung Hapsah 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.

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi (TI) saat ini banyak penggunaan internet yang menggunakan jejaring sosial sebagai media komunikasi. Sejak komputer dapat dihubungkan satu sama lain dengan adanya internet, hal tersebut mendukung perkembangan jejaring sosial sebagai media komunikasi antar komputer.¹

Media sebagai wadah untuk masyarakat mendapatkan atau menyalurkan informasi berkembang dengan adanya perkembangan teknologi. Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi.²

Perkembangan penggunaan media internet sebagai sarana komunikasi ini pun menjadi semakin pesat setelah internet mulai dapat diakses melalui telephone seluler dan bahkan kemudian muncul istilah telepon cerdas (*smartphone*). Dengan hadirnya *Smartphone*, fasilitas yang disediakan dalam berkomunikasi pun semakin beraneka macam, mulai dari *Sms*, *Mms*, *Chatting*, *Email*, *Browsing* serta fasilitas sosial media. Menurut Nasrullah media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain membentuk ikatan sosial secara virtual. Dalam media sosial, tiga bentuk yang merujuk pada makna bersosial adalah pengenalan (*cognition*), komunikasi (*communicate*) dan kerjasama (*cooperation*).³

¹ Robby Kurniawan Budhi, dkk, —Studi Efektivitas Penggunaan Jejaring Sosial Sebagai Pendukung Proses Pembelajaran Pada Mahasiswa Fakultas Teknologi Informasi Dan Komunikasi Universitas Semarang, Jurnal Pengemb. Rek & Tek Vol.12 No 1 Juni 2010, 8.

² Morissan, Andry Corry dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa (Media, Budaya, dan Masyarakat)*, (Bogor:Ghalia Indonesia, tahun 2002, hal 30.

³ Ahmadi setiadi, -Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Jurnal Kebudayaan dan. Pengembangan Pendidikan Volume. 2, No 2, Juli 2014, 1.

Dari semua teknologi yang sudah berevolusi memberi kemudahan masyarakat untuk menggunakan seperti media sosial. Media sosial yang paling sering digunakan khalayak termasuk rakyat Indonesia saat ini antara lain adalah *Facebook, Twitter, Path, Youtube, Instagram, Kaskus, LINE, Whatsapp, Blackberry messenger*⁴

Salah satu bentuk aplikasi yang digunakan dalam jaringan internet adalah Youtube. Youtube merupakan media sosial atau situs web berbagi video yang sebagian besar manusia didunia mengenal dan menggunakan aplikasi ini. Berbagai situs dan program serta konten video ditampilkan oleh Youtube guna memberikan hiburan serta pengetahuan bagi para penonton yang menyaksikan atau membuka Youtube.⁵

Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, sehingga kemudian memunculkan pertanyaan, bagaimana penggunaan media sosial untuk mengefektifkan cara berkomunikasi di dalam masyarakat, baik dalam bidang pemasaran, bidang politik maupun dalam bidang pembelajaran.⁶

Kegiatan komunikasi antar pengguna media dapat dilihat dari hubungan antar sesama pengguna media yang melakukan interaksi setiap harinya untuk mendapatkan informasi. Sehingga media sosial dijadikan sebagai sarana untuk saling bertukar dan mendapatkan informasi.

Seperti dalam hal bidang pemasaran, adanya interaksi jual beli barang online antar pengguna internet. Dalam bidang politik, adanya informasi-informasi dunia politik yang diberitakan setiap harinya. Dan pada bidang pembelajaran berupa informasi dan pengetahuan yang diberikan dalam sebuah media. Maka dari itu, media sosial berperan penting dalam

⁴ Haidir Fitra Siagian, || Pengaruh Dan Efektivitas Penggunaan Media Sosial Sebagai Saluran Komunikasi Politik Dalam Membentuk Opini Publik|| , Jurnal Al-Khitabah, Vol. II, No. 1, Desember 2015, 18.

⁵ Ceacilia Daniaty Soeban Poelo, dkk, Makalah, Perkembangan Youtube: Standar Yang mendunia Ala Si Udin Mendunia, (2011). Dalam <http://perkembanganYoutube.blogspot.com/>, diakses tanggal 13 Februari 2020 pukul 12.52 WIB

⁶ Ahmadi setiadi, -Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Jurnal Kebudayaan dan. Pengembangan Pendidikan Volume. 2, No 2, Juli 2014, 1.

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

membantu menyebarkan informasi kepada masyarakat, karena saat ini, masyarakat sudah semakin luas menggunakan media untuk mencari informasi yang akurat.

Seperti pada mahasiswa Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau, penggunaan internet telah menjadi kebutuhan sehari-hari. Begitu juga dengan penggunaan jejaring sosial *youtube* untuk berintraksi dan mendapatkan informasi. Terlebih adanya video tutorial editing di *youtube* -Video Tutorial Editing yang dikelola oleh pihak kreator *youtube* untuk memberikan informasi yang berkaitan dengan video tutorial editing.



Gambar. 1.1 sumber: cara mengedit video dengan adobe premiere
Kreator : agung hapsah

Video Tutorial Editing sendiri dibuat oleh youtube kreator yang sudah paham dan berpengalaman dalam bidang editing, dan merupakan video tutorial editing yang mudah diakses oleh mahasiswa komunikasi Universitas Islam Negri Sultan Syarif Kasim Riau .

Dengan mengikuti tutorial yang diberikan oleh kreator youtube, mahasiswa dapat mengetahui dan mempelajari seputar video editing guna menyelesaikan tugas yang berkaitan dengan video dan penyiaran di

perkuliahan fakultas dakwah dan komunikasi jurusan ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau .

Berdasarkan latar belakang diatas , penulis tertarik meneliti permasalahan ini dalam bentuk karya ilmiah skripsi dengan judul **EFEKTIVITAS VIDEO TUTORIAL EDITING DI YOUTUBE SEBAGAI SUMBER INFORMASI BELAJAR MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI KONSENTRASI BROADCASTING UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SULTAN SYARIF KASIM RIAU”**.

B. Penegasan Istilah

Guna menghindari terjadi kesalah pahaman dalam memahami istilah tersebut. Maka penulis perlu menegaskan istilah tersebut:

1. Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang dicapai, makin tinggi efektivitasnya.⁷
2. Video tutorial editing di *youtube* adalah sebuah video tutorial editing yang dimiliki oleh kreator video tutorial editing di *youtube*, yang dapat dipergunakan sebagai sarana belajar video editing di *youtube*, dengan tujuan untuk mempelajari dan memahami tehnik editing video

Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting adalah mahasiswa yang mengambil jurusan ilmu komunikasi dengan konsentrasi broadcasting (penyiaran media tv dan radio) .

Informasi menurut Gordon B. Davis dalam bukunya *Managenent Information System : Conceptual Founditions, Structures, And Development* menyebut informasi sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan nyata, berupa nilai yang dapat dipahami didalam keputusan sekarang maupun masa depan.⁸

⁷ Hidayat, *Efektivitas dalam kinerja karyawan*, (Yogyakarta:Gajah Mada University Press, 1986), h. 30.

⁸ Teguh wahyono, *sistem informasi*, (yogyakarta:cgraha ilmu,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 mengemukakan 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.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

C. Permasalahan

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian diatas, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut:

- a. Seberapa besar manfaat video tutorial editing di youtube terhadap mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi konsentrasi broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- b. Apakah video tutorial editing di youtube dimanfaatkan oleh mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi konsentrasi broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- c. Seberapa efektif video tutorial editing di youtube sebagai sumber informasi belajar bagi mahasiswa di Fakultas Dakwah Dan Komunikasi konsentrasi broadcasting, Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Batasan Masalah

Agar tidak terjadi kesalah pahaman dari penelitian yang dilaksanakan, maka ruang lingkup penelitian ini dibatasi pada -Efektivitas video tutorial editing di youtube sebagai sumber informasi belajar mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau

3. Rumusan Masalah

Dari latar belakang diatas maka penulis dapat merumuskan masalah -Sejauh mana Efektivitas video tutorial editing di youtube sebagai sumber informasi belajar Mahasiswa Ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting Uin Sultan Syarif Kasim Riau ?

D. Tujuan Dan Manfaat Penelitian

a. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui sejauh mana efektivitas video tutorial editing di youtube Sebagai

Sumber Informasi belajar Mahasiswa Ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting Uin Suska Riau.

5. Manfaat Penelitian

1. Secara Akademis
 - a. Salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar Sarjana Setara Satu pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi.
 - b. Sebagai sumbangan ilmiah bagi penulis khususnya pada mahasiswa ilmu komunikasi.
2. Secara Praktis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi referensi bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian yang sama.
 - b. Penelitian ini berguna sebagai informasi seberapa efektivitas tutorial video editing di youtube Sebagai Sumber InforMasi belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

E. Sistematika Penulisan

BAB I : PENDAHULUAN

Berisikan Latar Belakang Masalah; Penegasan Istilah; Rumusan Masalah; Pembatasan Masalah; Tujuan dan Kegunaan Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II : TINJUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan Konsep; Kajian Pustaka; Teori; Kerangka Pikir

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan Jenis dan Pendekatan Penelitian; Metode dan Tipe Riset; Lokasi dan Waktu Penelitian; Populasi dan Sampel; Teknik Pengumpulan data; Validasi Data dan Analisis Data

BAB IV : GAMBARAN UMUM

Bab ini berisikan tentang Lokasi Penelitian, yaitu menjelaskan tentang Ilmu Komunikasi

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

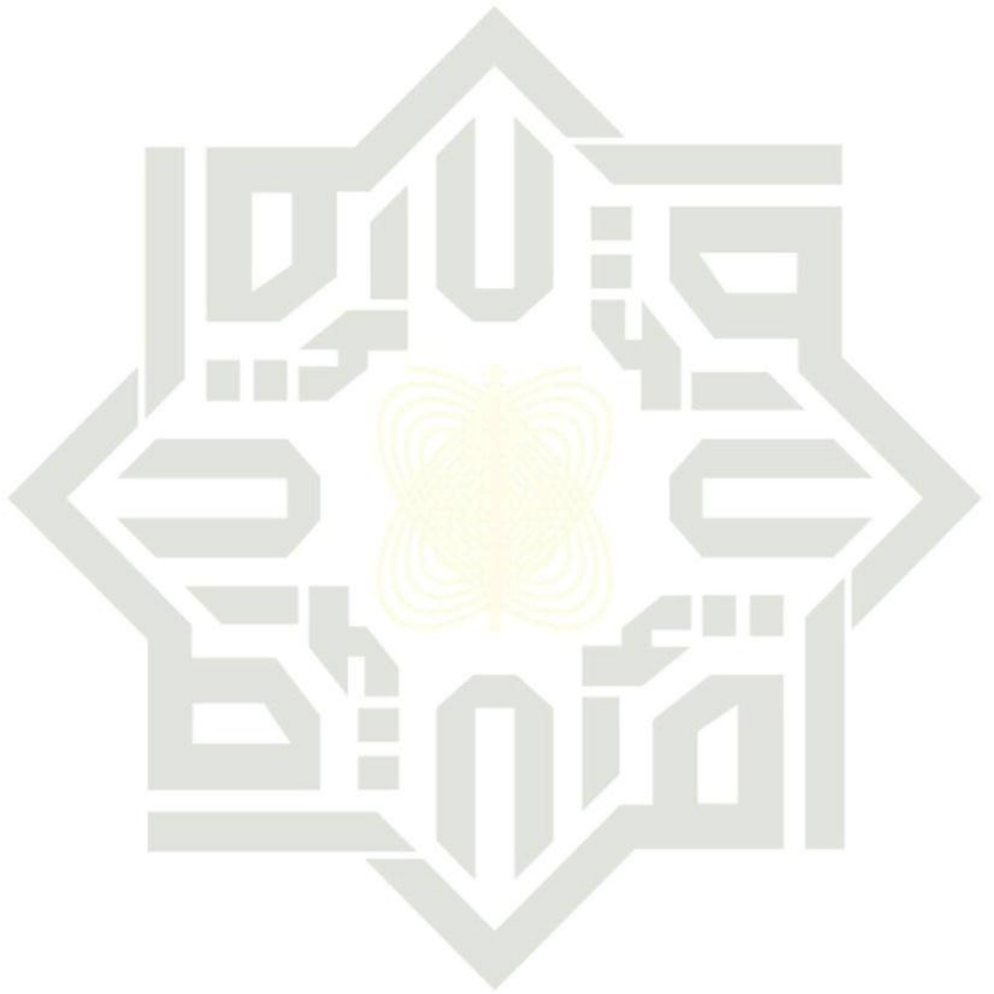
BAB V : ANALISIS DAN INTERPRETASI DATA

Bab ini menyajikan Hasil dari data yang diperoleh

BAB VI : PENUTUP

Menjelaskan mengenai kesimpulan dan saran dari penelitian ini

DAFTAR PUSTAKA



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.





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

TINJUAN PUSTAKA

A. Kerangka Teoritis

1. Efektivitas

Secara umum menunjukkan sampai seberapa jauh tercapainya suatu tujuan yang terlebih dahulu ditentukan. Hal tersebut sesuai dengan pengertian efektivitas menurut Hidayat yang menjelaskan bahwa : Efektifitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai.⁹

Efektivitas merupakan gambar tingkat keberhasilan atau keunggulan dalam mencapai sasaran yang lebih ditetapkan dan adanya keterkaitan antara nilai-nilai yang bervariasi. Efektivitas berkaitan dengan kepentingan orang banyak. Efektivitas merupakan penilaian hasil pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas perlu di perhatikan sebab mempunyai efek yang besar terhadap kepentingan orang banyak.¹⁰

2. Komunikasi

Sebuah definisi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi antar manusia (*human communication*) bahwa : Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya. Dan juga membangun antar sesama manusia melalui pertukaran informasi untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku itu.¹¹

Evrett M. Rogers seorang pakar Sosiologi Pedesaan Amerika yang telah banyak memberi perhatian dalam studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa:¹²

⁹ Holy Sumarina, Efektivitas Komunikasi Interpersonal Guru Dan Murid, Ejournal Ilmu Komunikasi, Volume 1, No 2, 2013,199

¹⁰ Soewarno Handyaningrat, *Sistem Birokrasi Pemerintahan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1985), h. 53.

¹¹ Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada,2010), H. 20

¹² Ibid

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

-Komunikasi Adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:¹³ -Komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lain, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Salah satu pendapat Harold. D Lasswell yang terkenal adalah teori komunikasinya yaitu *Who Says what in which channel to whom with what effect* (siapa mengatakan apa melalui saluran apa kepada siapa dengan efek apa). Menurut Lassweel ini adalah cara paling tepat untuk mendefinisikan komunikasi. Model ini masih linier: melihat komunikasi sebagai transmisi pesan: memunculkan efek bukan makna. Efek menunjukkan sebuah perubahan yang dapat diamati dan diukur dari penerima yang disebabkan oleh elemen-elemen dari proses komunikasi yang bisa diidentifikasi. Perubahan satu dari elemen tersebut akan mengubah efek: kita bisa mengubah pengirim, kita bisa mengubah pesan, kita bisa mengubah saluran: perubahan dari masing-masing elemen tersebut akan menciptakan perubahan yang sesuai terhadap efek.¹⁴

Proses komunikasi pada hakikatnya adalah proses penyampaian pikiran atau perasaan oleh seseorang (komunikator) kepada orang lain (komunikator). Pikiran bisa berupa gagasan, informasi, opini, dan lain-lain yang muncul dari benaknya. Perasaan bisa berupa keyakinan, kepastian, keragu-raguan, kekhawatiran, kemarahan, keberanian, kegairahaan, dan sebagainya yang timbul dari lubuk hati¹⁵

¹³ ibid

¹⁴ John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2012), hlm. 50

¹⁵ Onong uchjana efendy, *-ilmu komunikasi* (bandung: pt remaja rosdakarya offset, 2004), 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.

Komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk member tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan, maupun tak langsung melalui media.

a. Efektifitas Komunikasi

Komunikasi pada umumnya diartikan sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan atau diartikan pula sebagai saling tukar menukar pendapat. Komunikasi dapat juga diartikan hubungan kontak antar dan antara manusia baik individu maupun kelompok.¹⁶

Umpan balik (*feed back*) berupa tanggapan atau respon yang positif tentunya merupakan indikator yang dapat diukur tentang keberhasilan komunikasi tersebut.¹⁷ Agar komunikasi berlangsung secara efektif, perlu adanya strategi komunikasi yang memperhitungkan factor pendukung dan penghambat komunikasi. Empat faktor penting yang harus diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi adalah:¹⁸

1. Menentukan Khalayak

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa-siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Tentu saja hal tersebut tergantung pada tujuan komunikasi, yaitu apakah agar komunikasi hanya sekedar mengetahui (dengan metode informatif) atau agar komunikasi melakukan tindakan tertentu (metode persuasif dan instruktif).

2. Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, Untuk mencapai sasaran komunikasi harus Dapat memilih salah satu atau gabungan Dari beberapa media, bergantung pada Tujuan yang hendak dicapai, pesan yang Ingin disampaikan, dan teknik yang akan Dipergunakan.

¹⁶ H.A.W Widjaja, Ilmu komunikasi (Jakarta: PT RINEKA CIPTA, 2000), Hlm.13.

¹⁷ Slamet – Efektifitas Komunikasi Dalam Dakwah Persuasif, Jurnal Dakwah. Vol X No. 1, Juli-Desember 2009, 186.

¹⁸ Ahmad setiadi. | Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi, Kebijakan Dan Pengembangan Pendidikan Vol. 2, Nomor 2, Juli 2014,3.

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.

3. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan (*message*) komunikasi mempunyai Tujuan tertentu. Ini menentukan teknik Yang harus diambil, apakah teknik Informasi, teknik persuasi atau teknik Instruksi. Apapun tekniknya, komunikasi Harus mengerti pesan komunikasi itu. Pesan komunikasi terdiri atas isi pesan (*content of the message*), atau lambing (*symbol*). Isi pesan komunikasi bisa satu, Tetapi lambing yang dipergunakan bisa Macam-macam.

4. Peranan Komunikator

dalam Komunikasi Faktor penting pada diri komunikator bila Melancarkan komunikasi, yaitu daya tarik Sumber (*source attractiveness*) dan Kredibilitas sumber (*source credibility*).

b. Proses Komunikasi Bermedia

Komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan banyak jumlah nya.¹⁹

Berdasarkan banyaknya, komunikan yang dijadikan sasaran diklasifikasikan menjadi:

1. Komunikasi Bermedia Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi apabila komunikan berjumlah banyak dan bertempat tinggal jauh. Media massa banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari umumnya adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop, yang beroperasinya dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi atau dalam istilah lain: penerangan, pendidikan dan hiburan.

2. Komunikasi Bermedia Nirmassa

Media nirmassa umumnya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Surat, telepon

¹⁹ Ahmad Tamrin Sikumbang, ||Komunikasi Bermedial,,*Jurnal Iqra'*, Vol 08 No.1, Mei 2014, 64.

telegram, telex, papan pengumuman, poster, spanduk, pamphlet, brosur, folder, radio cb atau radio amatir, cctv, film documenter, kaset video, kaset audio dan lain-lain adalah media nir massa karena tidak memiliki daya keserempakan dan komunikannya tidak bersifat massal.

Efek media dalam Komunikasi Massa

Dalam kegiatan komunikasi, peran media sangat mempengaruhi efektifitas atau keberhasilan suatu komunikasi. Media merupakan sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan oleh komunikator terhadap komunikan yang berupa khalayak. Dalam suatu komunikasi terdapat empat bentuk media yakni media antar pribadi dimana media ini menjembatani hubungan perorangan. Bentuknya bisa berupa surat, telephon, atau kurir. Media yang kedua adalah media kelompok, dimana media ini terlibat dalam aktifitas komunikasi yang melibatkan khalayak lebih dari 15 orang, bentuknya seperti rapat, seminar, konferensi. Kemudian media publik. Media ini digunakan apabila khalayak terdiri dari lebih dari 200 orang dengan bentuk homogen. Hal ini bisa dilihat pada rapat akbar, rapat raksasa dan sebagainya.²⁰

Sebagai perangkat teknologi, media komunikasi massa memberikan beberapa efek yang tidak dapat dihindari yang diantaranya meliputi aspek kognitif, aspek afektif dan aspek behavioral.²¹

a) Efek kognitif terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami, atau dipersepsi khalayak. Efek ini berhubungan dengan transmisi pengetahuan, ketrampilan, kepercayaan atau informasi.

Adapun efek kognitif yang tampak pada mahasiswa ilmu komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah mereka mengakses grup Pusat Informasi Prodi Komunikasi sebagai salah satu sumber dalam memperoleh informasi, terutama informasi prodi komunikasi tentang perkuliahan.

²⁰ Fatma Laili Khoirun Nida, | Persuasi Dalam Media Komunikasi Massal, Jurnal Komunikasi Penyiaran Islam, Vol 2 no.2, Juli – Desember 2014, 89.

²¹ Ibid.90

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.

- b) Efek afektif akan timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi atau dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan sikap, emosi, atau nilai.

Sedangkan efek afektif yang tampak pada mahasiswa komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah mereka menjadikan informasi sebagai pengetahuan

- c) Efek *behavioral* merujuk pada perilaku yang nyata yang dapat diamati yang meliputi pola-pola tindakan, kegiatan, atau kebiasaan berperilaku.

Efek *behavioral* yang tampak pada mahasiswa komunikasi Universitas Negeri Sultan Syarif Kasim Riau adalah mahasiswa mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu setelah membaca pada informasi pada grup pusat informasi prodi komunikasi

3. Media Sosial

Berikut ini adalah definisi dari media sosial yang berasal dari berbagai literatur penelitian.²²

Van Dijk, menyatakan bahwa media sosial adalah *platform* media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi. Karena itu media social dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) *online* yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebuah ikatan sosial.

Meike dan Young, mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi diantara individu (*to be share one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu.

Dan Boyd, media sosial sebagai kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain.

²² Rulli Nasrullah, *Media sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015). Hlm. 11

Media sosial memiliki kekuatan pada *user-generated content* (UGC) dimana konten dihasilkan oleh pengguna, bukan oleh editor sebagaimana di instansi media massa.

a. Karakteristik media sosial

Karakteristik media sosial tidak jauh berbeda dengan media siber (*cyber*) dikarenakan media sosial merupakan salah satu *platform* dari media siber. Namun demikian, menurut Nasrullah media sosial memiliki karakter khusus, yaitu:²³

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk didalamnya perpindahan data.

2. Informasi (*Informations*)

Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi.

3. Arsip (*Archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bias diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut.

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*.

²³ Ahmad setiadi. *Op cit*, 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.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

b. Ciri-Ciri Media Sosial

Menurut pandangan dari tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, dalam sebuah karyanya yang berjudul Panduan Optimalisasi Media Sosial, mengatakan bahwa media sosial mempunyai ciri-ciri sebagai berikut.²⁴

- a. Konten yang disampaikan dibagikan kepada banyak orang dan tidak terbatas pada satu orang tertentu
- b. Isi pesan muncul tanpa melalui suatu gatekeeper dan tidak ada gerbang penghambat
- c. Isi disampaikan secara *online* dan langsung
- d. Konten dapat diterima secara online dalam waktu lebih cepat dan bisa juga tertunda penerimaannya tergantung pada waktu interaksi yang ditentukan sendiri oleh pengguna
- e. Media sosial menjadikan penggunanya sebagai creator dan actor yang memungkinkan dirinya untuk beraktualisasi diri
- f. Dalam konten media sosial terdapat sejumlah aspek fungsional seperti identitas, percakapan (interaksi) berbagi (*sharing*), kehadiran (eksis), hubungan (relasi), reputasi (status), dan kelompok (*group*).

c. Jenis-Jenis Media Sosial

Menurut Kaplan dan Hainlein (dalam humas kementerian perdagangan RI), menjelaskan bahwa ada enam jenis media sosial:²⁵

1. Proyek Kolaborasi *Website*

²⁴ Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI (2014), Ebook Panduan Optimalisasi Media Sosial, Hlm. 27.

²⁵ *Ibid.*, Hlm. 25.

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.

Dimana *user*-nya diizinkan untuk dapat mengubah, menambah, ataupun membuang konten-konten yang termuat di *website* tersebut seperti *Wikipedia*

2. Blog dan Microblog

User mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal di blog itu, seperti perasaan, pengalaman, pernyataan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti Twitter

3. Konten atau Isu

Para *user* di website ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti *e-book*, video, foto, gambar, dan lain-lain seperti youtube

4. Situs Jejaring Sosial

User memperoleh izin untuk koneksi dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok atau sosial sehingga dapat terhubung atau diakses oleh orang lain, seperti misalnya *facebook*.

4. Youtube

a. Pengertian Youtube

Youtube adalah sebuah situs web berupa layanan video sharing populer yang memungkinkan penggunaannya memuat, menonton dan berbagai klip video secara gratis. Salah satu kegunaan youtube yaitu untuk dimanfaatkan sebagai media pembelajaran. Tujuan pembelajaran youtube sebagai media pembelajaran adalah untuk menciptakan kondisi dan suasana pembelajaran yang menarik, menyenangkan dan interaktif. Video pembelajaran di Youtube dapat dimanfaatkan untuk pembelajaran interaktif di kelas, baik untuk siswa maupun guru itu sendiri melalui presentasi secara onlinemaupun offline²⁶

²⁶ Wigati, S, & Rahmawati, D.S, & Widodo, S.A, 2017, Pengembangan Youtube Pembelajaran Berbasis Ki Hadjar Dewantara Untuk Materi Integral Di SMA, Program Studi Pendidikan Matematika FKIP UST

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.

Keunggulan Youtube sebagai media pembelajaran yaitu:

- a. Potensial yaitu youtube merupakan situs yang paling populer di dunia internet saat ini yang mampu memberikan edit value terhadap pendidikan.
- b. Praktis yaitu youtube mudah digunakan dan dapat diikuti oleh semua kalangan termasuk siswa dan guru.
- c. Informatif yaitu youtube memberikan informasi tentang perkembangan ilmu pendidikan, teknologi, kebudayaan, dll.
- d. Interaktif yaitu youtube memfasilitasi kita untuk berdiskusi ataupun melakukan Tanya jawab bahkan mereview sebuah video pembelajaran.
- e. Shearable yaitu youtube memiliki fasilitas link HTML, Embed kode video pembelajaran yang dapat di share di jejaring social seperti facebook, twitter dan juga blog/website.
- f. Ekonomis yaitu youtube gratis untuk semua kalangan.

5. Tutorial video editing sebagai sumber informasi belajar mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Dakwah Dan Komunikasi UIN SUSKA Riau.

Secara garis besar video dapat dibedakan menjadi dua macam, yaitu: video analog dan video digital. Video analog adalah video yang disimpan dalam bukan komputer seperti bentuk video televisi, video tape, dan film. Video jenis ini memakai sinyal elektrik (gelombang analog) dan biasanya digunakan pada industri pertelevisian. Adapun video digital adalah video yang diproduksi oleh industri komputer dari sederet bilangan 1 dan 0 (biner). Kelebihan video digital dibanding analog adalah pada kualitas gambarnya yang tetap dan tahan lama saat digandakan atau dipindah ke media lain. Penentuan ukuran file dan kualitas video digital dipengaruhi oleh frame rate (kecepatan gerakan gambar), ukuran gambar dan kedalaman warna (Munir, 2013)²⁷ **TAHAPAN PEMBUATAN MEDIA VIDEO PEMBELAJARAN**

Dalam pembuatan media video pembelajaran ini terdapat beberapa tahapan. Tahapan pembuatan media video adalah sebagai berikut:

²⁷ MUALLIMUNA: Jurnal Madrasah Ibtidaiyah, Volume 2, Nomor 1, Oktober 2016

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.

- Tahap Persiapan (pra produksi)
- Tahap produksi
- Tahap penyelesaian akhir

6. Informasi

Menurut Gordon B. Davis dalam bukunya *Management Information System : Conceptual Foundations, Structures, And Development* menyebut informasi sebagai data yang telah diolah menjadi bentuk yang berguna bagi penerimanya dan nyata, berupa nilai yang dapat dipahami didalam keputusan sekarang maupun masa depan.²⁸

a. Siklus Informasi

Pengolahan data menjadi suatu informasi dapat digambarkan sebagai sebuah siklus yang berkesinambungan seperti berikut:²⁹



Secara sederhana dapat dikatakan bahwa data yang diolah menjadi suatu informasi. Dan pada tahapan selanjutnya, sebuah informasi akan menjadi data untuk terciptanya informasi yang lain.

²⁸ Teguh wahyono, sistem informasi ,(yogyakarta;cgraha ilmu,2004), hlm.3.

²⁹ Ibid.hlm.6

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.

9. Karakteristik Informasi

Setiap informasi memiliki beberapa karakteristik yang menunjukkan sifat dari informasi itu sendiri. Karakteristik-karakteristik informasi tersebut antara lain adalah :³⁰

1. Benar atau salah

Karakteristik tersebut berhubungan dengan sesuatu yang realistas atau tidak dari sebuah informasi

2. Baru

Sebuah informasi dapat berarti sama sekali baru bagi penerimanya.

3. Tambahan

Sebuah informasi dapat memperbaharui atau memberikan nilai pada informasi yang telah ada.

4. Korektif

Sebuah informasi dapat menjadi bahan koreksi bagi informasi sebelumnya, salah atau palsu.

5. Penegas

Informasi dapat mempertegas informasi yang telah ada, hal ini masih berguna karena dapat meningkatkan persepsi penerima atas kebenaran informasi tersebut.

Kualitas informasi

Kualitas informasi (*quality of information*) sangat dipengaruhi atau ditentukan oleh 3 hal pokok, yaitu relevancy, accuracy dan timeliness.³¹

1. Relevansi (*relevancy*)

Informasi dikatakan berkualitas jika relevan bagi pemakainya. Pengukuran nilai relevansi, akan dari jawaban atas pertanyaan "how is the message used for problem solving (discussion masking)?" informasi akan relevan jika memberikan manfaat bagi pemakainya. Relevansi informasi untuk tiap tiap orang satu dengan yang lainnya berbeda. Misalnya informasi mengenai hasil penjualan

³⁰ Ibid.

³¹ Ibid.hlm.7

barang mingguan kurang relevan jika ditunjukkan pada manajer teknik, tetapi sangat relevan bila disampaikan pada manajer pemasaran.

2. Akurasi (*accuracy*)

Sebuah akurasi dapat dikatakan akurat jika informasi tersebut tidak bias atau menyesatkan, bebas dari kesalahan-kesalahan dan harus jelas mencerminkan maksudnya. Ketidak akuratan sebuah informasi dapat terjadi karena sumber informasi (data) mengalami gangguan atau kesengajaan sehingga merusak atau merubah data-data asli tersebut.

a) Kelengkapan (*completeness*) informasi.

“*Are necessary message items present?*” Informasi yang lengkap, berarti bahwa informasi yang dihasilkan terdiri dari satu kesatuan informasi yang menyeluruh dan mencakup berbagai hal yang terkait di dalamnya. Karena apabila informasi yang dihasilkan sebagian-sebagian tentunya akan mempengaruhi dalam pengambilan keputusan atau menentukan tindakan secara keseluruhan, sehingga akan berpengaruh terhadap kemampuannya untuk mengontrol atau memecahkan suatu masalah dengan baik.

b) Kebenaran (*correctness*) informasi.

“*Are message items correct?*” Informasi yang dihasilkan oleh proses pengolahan data, haruslah benar sesuai dengan perhitungan-perhitungan yang ada dalam proses tersebut. Sebagai contoh, jika sebuah informasi menunjukkan total nilai gaji yang harus dibayarkan pada seorang pegawai, maka informasi tersebut haruslah sudah benar dan memuat perhitungan-perhitungan matematis yang ada di dalam prosesnya seperti perhitungan tunjangan perhitungan dan sebagainya

c) Keamanan (*security*) informed

Keamanan sebuah informasi, tergambar dari jawaban atas pertanyaan “*Did the message reach all or only the intended systems*

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.

users ?” Sebuah informasi harus aman, dalam arti hanya diakses oleh pihak-pihak yang berkepentingan saja sesuai dengan sifat dan tujuan dari informasi tersebut.

3. Tepat waktu (*timeliness*)

“How quickly is input transformed to correct output?” Bahwa informasi yang dihasilkan dari suatu proses pengolahan data, datangnya tidak boleh terlambat. Informasi yang terlambat tidak akan mempunyai nilai yang baik, sehingga kalau digunakan sebagai dasar dalam pengambilan keputusan dapat menimbulkan kesalahan dalam tindakan yang akan diambil. Kebutuhan akan tepat waktunya sebuah informasi itulah yang pada akhirnya akan menyebabkan mahalnya nilai suatu informasi. Hal itu dapat dipahami karena kecepatan untuk mendapatkan, mengolah dan mengirimkan informasi tersebut memerlukan bantuan teknologi-teknologi terbaru.

Selain beberapa komponen di atas, beberapa ahli juga menambahkan beberapa hal yang ikut menentukan kualitas dari sebuah informasi. Komponen-komponen tambahan tersebut antara lain adalah:³²

a.) Ekonomis (*Economy*)

What level of resources is needed to move information through the problem-solving cycle? bahwa faktor ekonomis dari sebuah informasi juga akan ikut menentukan kualitasnya. Hal tersebut diukur dari seberapa besar sumber daya yang diperlukan untuk mentransformasikan informasi menjadi komponen yang berperan dalam pemecahan suatu masalah.

b) Efisien (*Efficiency*). Informasi akan memiliki kualitas yang baik jika informasi tersebut memiliki efisiensi, yang berarti bahwa informasi tersebut tepat guna bagi pemakainya

c) Dapat dipercaya (*Reliability*).

³² Ibid.Hlm.8

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. Teori Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* pertama kali dinyatakan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch (1959). Teori *Uses and Gratifications* adalah perluasan dari teori kebutuhan dan motivasi (Maslow, 1970). Dalam teori kebutuhan dan motivasi, Abraham Maslow menyatakan bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya. Setelah mereka memperoleh tujuan yang mereka cari pada satu tingkat hierarki, mereka dapat bergerak ke tahap berikutnya. Gambaran manusia sebagai seseorang yang aktif, berusaha untuk memuaskan kebutuhannya, sesuai dengan ide yang dibawa Katz, Blumler, dan Gurevitch kedalam kajian

mereka mengenai bagaimana manusia mengonsumsi komunikasi massa.³³ Pendekatan *Uses and Gratifications* mengasumsikan audiens merupakan khalayak aktif dan mengarah pada satu tujuan. Media dianggap hanyalah sebagai salah satu cara untuk memenuhi kebutuhannya dan individu dapat saja memenuhi kebutuhannya itu melalui media atau cara lain³⁴

Teori *Uses and Gratifications* bertujuan untuk menjawab atau menjelaskan bagaimana pertemuan antara kebutuhan seseorang dengan media, atau lebih khusus lagi informasi yang terdapat dalam media, terutama media massa.³⁵

Teori *uses and gratification* ini berlawanan dengan riset model peluru. Teori *uses and gratification* berangkat dari pandangan bahwa komunikasi

khususnya media massa tidak mempunyai kekuatan mempengaruhi khalayak. Inti Teori *uses and gratification* adalah pada dasarnya menggunakan media massa berdasarkan motif-motif tertentu. Media dianggap

³³ Richard West, Lynn H. Turner, pengantar teori komunikasi-edisi 3 (Jakarta: Selemba 2014), humanik hlm.101.

³⁴ Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006), hlm. 381

³⁵ Pawit M. Yusup. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009), hlm. 101



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

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

berusaha memenuhi memotif khlayak. Jika motif ini terpenuhi maka kebutuhan khlayak akan terpenuhi. Pada akhirnya, media yang mampu memenuhi kebutuhan khlayak disebut media efektif.³⁶

Asumsi *Uses and Gratification* yang diungkapkan oleh Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974), yaitu :³⁷

- a. Khlayak aktif dan penggunaan medianya berorientasi pada tujuan,
- b. Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khlayak,
- c. Media berkompetisi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan,
- d. Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat, dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti,
- e. Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khlayak.

Schramm berusaha menjelaskan bahwa anggota khlayak menilai tingkat penghargaan (gratifikasi) mereka harapkan dari sebuah media atau pesan yang diberikan terhadap seberapa banyak usaha yang mereka harus buat untuk melindungi penghargaan tersebut. sebuah komponen penting dari apa yang kemudian dikenal sebagai perspektif kegunaan dan gratifikasi.³⁸

Artinya upaya yang diperlukan untuk memenuhi kebutuhan sangat bergantung pada tersedia atau tidaknya media dan kemudahan memanfaatkannya.³⁹

Kebutuhan-kebutuhan manusia yang mendorong seorang khlayak menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan informasi dikemukakan oleh Katz, Gurevitch, dan Haas yang terdiri dari lima kelompok⁴⁰

³⁶ Rachmat Kriyantono. *Op Cit*, hlm.207.

³⁷ Richard West, Lynn H. Turner. *Op.Cit*, hlm. 104.

³⁸ *Ibid*, hlm 101.

³⁹ Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2007),

hlm.193.

⁴⁰ Pawit M. Yusup. *Op.Cit*, hlm. 206.

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. Kebutuhan Kognitif

Kebutuhan ini berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat atau menambah informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai lingkungannya.

b. Kebutuhan Afektif

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan estetis, hal yang dapat menyenangkan, dan pengalaman-pengalaman emosional. Berbagai media, baik media cetak maupun media elektronik, sering dijadikan alat untuk mengejar kesenangan dan hiburan. Orang membeli radio, televisi, menonton film, dan membaca buku-buku bacaan ringan dengan tujuan untuk mencari hiburan.

c. Kebutuhan Personal secara integrative

Kebutuhan ini sering dikaitkan dengan penguatan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individu. Kebutuhan-kebutuhan ini berasal dari hasrat seseorang untuk mencari harga diri.

d. Kebutuhan Sosial secara Integrative

Kebutuhan ini dikaitkan dengan penguatan hubungan dengan keluarga, teman, dan orang lain di dunia. Kebutuhan ini didasari oleh hasrat seseorang untuk bergabung atau berkelompok dengan orang lain.

Kebutuhan Pelepasan

Kebutuhan ini dikaitkan dengan kebutuhan-kebutuhan untuk melarikan diri, melepaskan ketegangan, dan hasrat untuk mencari hiburan atau pengalihan (*diversion*).

Katz, Gurevich, dan Haas (1993) memandang media massa sebagai suatu alat yang digunakan oleh individu-individu untuk berhubungan (atau memutuskan hubungan) dengan yang lain.⁴¹ Kita bisa memahami interaksi orang dengan media melalui penggunaan media oleh

⁴¹ Werner J. Severin, James W. Tankard, Jr. *Teori Komunikasi (Sejarah, Metode, dan Terapan di Dalam Media Massa)*, (Jakarta: KENCANA, 2011), hlm. 357

orang tersebut (*Uses*) dan kepuasan yang diperoleh (*Gratifications*). Gratifikasi yang sifatnya umum antara lain pelarian dari rasa khawatir, peredaan rasa kesepian, dukungan emosional, perolehan informasi, dan kontak social.⁴² Dalam teori *Uses and Gratification*, khalayak bersifat aktif. Alasannya adalah karena masing- masing orang beda tingkat penggunaan mediana.

Dapat dikatakan bahwa *Uses And Gratification* bukanlah proses komunikasi linear yang sederhana. Banyak faktor, baik personal maupun eksternal, yang menentukan kepercayaan dan evaluasi seseorang. Berangkat dari teori *Uses and Gratification* apabila di aplikasikan kedalam penelitian ini adalah dari sikap aktif khalayak (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau) dalam memenuhi kebutuhan informasi Prodi atau perkuliahan melalui penggunaan media sosial facebook yaitu membaca pengumuman pada grup facebook Pusat Informasi Prodi Komunikasi. Dengan demikian yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap perilaku khalayak, tetapi bagaimana Grup tersebut memenuhi kebutuhan informasi khalayak.

Maka dari itu, jika kebutuhan khalayak dapat terpenuhi dengan menggunakan media massa, maka akan timbul kepuasan (*gratification*) dalam diri khalayak tersebut. Setiap khalayak akan selalu menggunakan media massa untuk memenuhi kebutuhan informasinya, khususnya informasi perkuliahan mahasiswa ilmu komunikasi universitas islam negeri sultan syarif kasim riau yang selama ini hanya mendapatkan informasi perkuliahan dari papan informasi / mading yang ada di fakultas .

Maka dari itu, mahasiswa mencari cara untuk memuaskan kebutuhan informasi perkuliahan mereka, dengan salah satunya membaca pengumuman pada grup facebook Pusat Informasi Prodi Komunikasi. Jadi bobotnya ialah khalayak yang aktif, yang sengaja menggunakan media untuk mencapai tujuan khusus.

⁴² Ibid

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.

Kajian terdahulu ini menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari kajian terdahulu, penulis tidak menemukan penelitian dengan judul yang sama seperti judul penelitian penulis. Namun penulis mengangkat beberapa penelitian sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian pada penelitian penulis. Berikut merupakan penelitian terdahulu berupa beberapa skripsi dan jurnal terkait dengan penelitian yang dilakukan.

1. Penelitian oleh ITIARANI pada tahun 2016 dengan judul PENGGUNAAN VIDEO DARI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI KELAS VIII SMP NEGERI 20 BANDAR LAMPUNG. Setelah penulis menguraikan hasil penelitian tentang penggunaan video dari Youtube sebagai media pembelajaran Pendidikan Agama Islam di kelas VIII SMP Negeri Bandar Lampung maka dapat ditarik kesimpulan Penggunaan video dari Youtube sebagai media pembelajaran Pendidikan Agama Islam di kelas VIII SMP Negeri 20 Bandar Lampung yaitu untuk menunjang peningkatan kualitas kegiatan belajar mengajar di kelas. Disini video dari Youtube dimanfaatkan sebagai media pembelajaran untuk mencari bahan pelajaran. Dengan memanfaatkan fasilitas yang tersedia pada sekolah siswa bisa mendapatkan sumber belajar yang up to date. Kegiatan pembelajaran yang dilakukan siswa di kelas adalah melihat video yang ditayangkan oleh guru PAI kelas VIII di depan kelas sesuai materi pelajaran hari itu misal pelajaran mengenai materi -Hormat dan Patuh Terhadap Orang Tua dan Guru, kemudian hasil yang diperoleh didiskusikan. Kreativitas seorang guru dalam memanfaatkan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi sangat diperlukan dalam memajukan dunia pendidikan

2. Penelitian oleh Marco Aurelius Refo tentang -Efektivitas Media Youtube Dalam Pembelajaran Tutorial Untuk Meningkatkan Minat Belajar Siswa Efektivitas Media Youtube Dalam Pembelajaran Tutorial Untuk

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.

Meningkatkan Minat Belajar Siswa ARTIKEL ILMIAH Diajukan Untuk memenuhi Salah Satu Syarat Penyelesaian Pendidikan Sarjana (S1) Fakultas Teknologi Informasi Prodi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer Disusun Oleh : Marco Aurelius Refo 702014018 Universitas Kristen Satya Wacana Fakultas teknologi Informasi Pendidikan Teknik Informatika dan Komputer tahun 2018 Berdasarkan hasil dan pembahasan sebelumnya dapat disimpulkan minat belajar Teknologi Informasi dan Komunikasi peserta didik kelas IX (D,F,G) SMP Negeri 4 Salatiga setelah diberikan media Youtube dalam pembelajaran tutorial berada pada kategori tinggi dengan rata-rata 78,50 dari nilai ideal 100. Terlihat bahwa pembelajaran TIK menggunakan Youtube sebagai media tutorial, efektif dalam meningkatkan minat belajar siswa. Adapun saran untuk penelitian selanjutnya diharapkan untuk melihat kemampuan lain seperti keaktifan belajar siswa, berpikir kritis atau media lain agar pembelajaran lebih variatif.

© Hak cipta milik UIN Suska Riau

State Islamic University of Sultan Syarif Kasim Riau

3. ALI AKBAR tentang -EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI AKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRYBANDA ACEH tahun 2018 .Kesimpulan Dari penelitian skripsi yang berjudul Efektifitas YouTube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV) ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa: 1. Efek yang didapat dalam menggunakan YouTube sebagai media penyebaran informasi meliputi efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial dan efek berkhayal. Efek kognitif yang timbul adalah pemahaman akan suatu informasi sesuai dengan kebutuhan penggunaannya. Efek afektif yang timbul terkait dengan perasaan pengguna saat menonton tayangan tersebut. Efek integrasi pribadi yang timbul berkaitan dengan kebutuhan pribadi. Efek integrasi sosial yang timbul berkaitan dengan teman, keluarga, dan orang banyak. Terakhir, efek berkhayal yang timbul dari hiburan. 2. Efektifitas yang didapat Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui YouTube adalah penggunaan yang praktis, jumlah

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.

subscriber yang semakin bertambah, mendapatkan penonton yang luas (global), dan mengikuti perkembangan zaman. 3. Hambatan yang dialami Serambi on TV dalam menyebarkan informasi melalui YouTube adalah terganggu kinerja jika koneksi jaringan internetnya lambat, server YouTube yang sewaktu-waktu bermasalah, dan tidak dapat menjangkau daerah-daerah yang koneksi internetnya belum ada. Namun, hambatan tersebut bisa diatasi dengan cara memanggil tim Information Technology (IT) untuk menormalkan kembali koneksi internet, jika server YouTube mengalami masalah solusinya adalah dengan menyebarkan beritanya melalui media sosial lain seperti Facebook, dan Serambi on TV selalu melakukan promosi baik media cetak maupun online agar penontonnya semakin bertambah

B. Definisi Konsep dan Operasionalisasi Variabel

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang diamati. Definisi operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Definisi operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian.

Penjabaran konsep dimulai dari Efektivitas Grup *Facebook* Pusat Informasi Prodi Komunikasi. Efektivitas merupakan penilaian hasil pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya. Efektivitas perlu di perhatikan sebab mempunyai efek yang besar terhadap kepentingan orang banyak.⁴³

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan dua variabel yaitu, variabel X (video tutorial editing sebagai sumber informasi belajar mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting) dan Variabel Y (Efektivitas Informasi).

1. Variabel X (video tutorial editing sebagai sumber informasi belajar mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting)

Variabel pengaruh (Variabel X) adalah

⁴³ Soewarno Handyaningrat, *Sistem Birokrasi Pemerintahan*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 1985), h. 53

Variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau hanya timbulnya variabel terpengaruh.⁴⁴

Variabel pengaruh dalam penelitian ini adalah video tutorial editing sebagai sumber informasi belajar mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting. Artinya seberapa efektif suatu informasi tersebut disampaikan melalui media sosial salah satunya *youtube*.

Dalam penelitian ini peneliti mengambil indikator ketepatan pusat informasi prodi komunikasi dalam memberikan informasi yang dilihat dari isi informasi, tata bahasa, dan gaya penulisan.

2. Variabel terpengaruh (Efektivitas informasi)

Variabel terpengaruh (variabel y) merupakan variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahulinya.⁴⁵

Dalam penelitian ini peneliti mengambil indikator efektivitas informasi pada grup Pusat Informasi Prodi Komunikasi dalam memberikan informasi yang dilihat dari efek kognitif, efek afektif, efek behavioral.

C. Operasionalisasi variable

Berdasarkan definisi konsep yang telah diuraikan diatas , maka peneliti lebih meneliti rinci kembali variabel yang digunakan dalam penelitian ini untuk menjadi tolak ukur dilapangan nantinya, yang dijelaskan melalui tabel berikut

Varabel	Indikator	Defenisi
grup Facebook pusat informasi prodi	a. Isi informasi	a. Isi informasi yang disampaikan jelas, mudah dipahami.
	b. Tata bahasa	b. Muatan pesan yang digunakan dalam menekankan pada unsur kejelasan dan kata—kata yang simple agar mudah dterima dan dimengerti oleh mahasiswa yang membaca informasi tersebut.

⁴⁴ Rachmat riantono, |teknik riset komunikasi,(jakarta: kencana,2006),hlm.21.

⁴⁵ Ibid

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

	c. Gaya penulisan	c. Muatan pesan yang disampaikan sesuai dengan -EYD Ejaan Yang Disempurnakan sehingga mudah dipahami.
Efektivitas informasi	a. Kognitif (pengetahuan) b. Afektif (perasaan) c. Konatif (tindakan)	a. efek kognitif, terjadi bila ada perubahan pada apa yang diketahui, dipahami atau dipersepsi khalayak. Pesan komunikasi massa mengakibatkan khalayak berubah dalam hal pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, pandangan dan pendapat terhadap sesuatu yang diperoleh. b. efek afektif, pesan komunikasi massa mengakibatkan berubahnya perasaan tertentu dari khalayak. Efek afektif timbul bila ada perubahan pada apa yang dirasakan, disenangi dan dibenci khalayak. Efek ini ada hubungannya dengan emosi, sikap dan nilai. c. efek konatif, yaitu akibat pesan komunikasi massa mengakibatkan orang mengambil keputusan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Efek konatif atau efek behavioral merujuk pada perilaku nyata yang dapat diamati, yang meliputi pola-pola tindakan atau kebiasaan berperilaku.

© 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.



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 III METODOLOGI PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian metode riset yang digunakan adalah metode survei. Penelitian metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai instrumen pengumpulan data.

B. Lokasi Dan Waktu Penelitian

Lokasi penelitian berada di Fakultas dakwah dan Ilmu Komunikasi UIN Sultan Syarif Kasim Riau karena mahasiswa yang mempelajari video editing adalah mahasiswa ilmu komunikasi konsentrasi broadcasting

C. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa ilmu komunikasi UIN Suska Riau tahun akademik 2018,2019,2020 yang menjadi mahasiswa konsentrasi broadcasting Tabel Mahasiswa Aktif⁴⁶

Tahun angkatan	jumlah
2014	379
2015	355
2016	331
Jumlah total	

Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau ,keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan

⁴⁶ Hasil Survei jurusan 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.

sebagai anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga dapat mewakili populasi⁴⁷ Dalam teknik pengambilan sampel peneliti menggunakan metode *propotional sampling*, teknik sampling ini lebih leluasa dalam penggunaannya, Hal yang terpenting dalam teknik ini adalah penggunaan perwakilan berimbang.⁴⁸ Mahasiswa Ilmu Komunikasi konsentrasi broadcasting yang terbagi 3 angkatan aktif:

- a. Angkatan 2014 sebanyak 331 orang.
 - b. Angkatan 2015 sebanyak 355 orang
 - c. Angkatan 2016 sebanyak 379 orang
- Setelah mengetahui setiap unit populasi yang ada, peneliti kemudian mengambil dari setiap unit diatas secara berimbang.⁴⁹ Dalam penelitian ini peneliti menetapkan masing-masing dari angkatan diwakili 8% jumlah seluruh angkatan, maka hasil dari teknik *propotional sampling* sebagai berikut:
- a. Angkatan 2014 diwakili 26 orang
 - b. Angkatan 2015 diwakili 28 orang
 - c. Angkatan 2016 diwakili 30 orang

Jadi sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 84 anggota Grup *Facebook* Pusat Informasi Prodi Komunikasi (mahasiswa). Pembagian sampel ini dilakukan penulis untuk menjaga keterwakilan jawaban responden dari program studi maupun dari angkatan, yaitu sama berimbang.

D. Teknik Pengumpulan Data

1. Observasi

Observasi adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain pancaindra lainnya seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit⁵⁰. Jadi

⁴⁷ Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*, h.47

⁴⁸ Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008), h.114.

⁴⁹ Ibid

⁵⁰ Bungin Burhan, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010), h.45.

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

peneliti akan melakukan observasi dengan melakukan pengamatan secara langsung di Fakultas dakwah dan ilmu komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

2. Kuesioner

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden⁵¹. Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti. Angket ini diberikan kepada mahasiswa Ilmu komunikasi di Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau,

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai bahan documenter. Seperti mengumpulkan buku-buku, internet, dan lain sebagainya⁵².

E. Teknik Pengukuran Data

Pengukuran adalah upaya memberikan nilai-nilai pada variabel. Untuk mengukur data dari responden, peneliti menggunakan Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok tentang kejadian atau gejala sosial.⁵³ Objek ini biasanya telah ditentukan secara spesifik dan sistematis oleh peneliti.⁵⁴ Dengan kriteria jawaban sebagai berikut :

Sangat Setuju (SS)	= 5
Setuju (S)	= 4
Cukup Setuju (CS)	= 3
Kurang Setuju (KS)	= 2
Tidak Setuju (TS)	= 1

⁵¹ Ibid. h.123.

⁵² Ibid.h.144.

⁵³ Ridwan dan Akdon. Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika, (Bandung: ALFA BETA, 2008), Hlm. 16.

⁵⁴ Rachmat Kriyantono. Op.cit, hlm. 138-

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

Dalam penelitian ini digunakan teknik deskriptif kuantitatif dengan persentase, dengan menggunakan rumus

Keterangan : P : Populasi

F : Frekuensi

N : Jumlah Nilai Keseluruhan

100% Ketepatan rumus

F. Uji Validitas Data

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrumen dalam mengukur apa yang ingin diukur. Uji validitas diperoleh dengan cara 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 validitas :

1. Jika r hitung $> r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan valid).
2. Jika r hitung $< r$ tabel (uji 2 sisi dengan sig. 0,05) maka instrumen atau item-item pertanyaan tidak berkorelasi signifikan terhadap skor total (dinyatakan tidak valid)

Uji realibilitas adalah untuk mengetahui konsisten alat ukur, apakah alat pengukur yang digunakan dapat diandalkan dan tetap konsisten jika pengukuran tersebut diulang. Untuk uji realibilitas digunakan Teknik Alpha Cronbach, dimana suatu instrument dapat dikatakan handal (reliable) bila memiliki koefisien keandalan atau alpha sebesar 0,6 atau lebih⁵⁵.

G. Teknik Analisis Data

Proses analisis data dimulai dengan menelaah seluruh data yang tersedia dengan *table persentase* yang dijabarkan sesuai dengan hasil pengolahan angket. Menurut Maleong, analisis data sebagai proses

⁵⁵ Duwi Priyatno, Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS, Yogyakarta: Andi Offset, 2010, 16.

mengorganisasikan dan mengurutkan data kedalam pola, kategori, dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data⁵⁶

Korelasi adalah istilah statistik yang menyatakan derajat hubungan linear antara dua variabel atau lebih.⁵⁷ Analisis hubungan yang digunakan adalah *pearson's correlation* (Produk Moment), yaitu untuk mengetahui koefisien korelasi atau derajat kekuatan hubungan dan membuktikan hipotesis hubungan antara variabel/data/skala/ interval dengan interval lainnya. Simbol korelasi *product moment* ditulis dengan huruf r_{pq} . Rumus korelasi *product moment* adalah :

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

Dimana :

r = koefisien korelasi pearson's product moment

N = jumlah individu dalal sampel

$\sum X$ = angka mentah untuk variabel X $\sum Y$ = angka mentah untuk variabel Y

⁵⁶ Ibid, hlm. 167.

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

BAB IV GAMBARAN UMUM

A. Sekilas Tentang Youtube

YouTube adalah sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan PayPal pada Februari 2005. 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 orisinal pendek, dan video pendidikan. Siapapun pasti kenal YouTube. Sejak memulai kiprahnya pada tahun 2005 ini YouTube telah berkembang menjadi situs berbagi video paling dicari di dunia serta berpenghasilan lebih dari 1 miliar dollar per tahunnya.

Februari 2005, tiga orang mantan pegawai Paypal, Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim menciptakan sebuah situs dimana para penggunanya bisa mengunggah, melihat, dan berbagi video yang kemudian memberinya nama YouTube dan mendaftarkan domainnya yang beralamat di youtube.com pada 14 Februari 2005. Chad Hurley yang pernah belajar desain di Indiana University of Pennsylvania, sedangkan Steve Chen dan Champaign. Jawed Karim yang pernah belajar ilmu komputer di University of Illinois at Urbana-



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.

Menurut cerita yang berulang-ulang diterbitkan dimedia, Hurley dan Chen mengembangkan ide YouTube pada bulan-bulan pertama tahun 2005 setelah mengalami kesulitan saat berbagi video pesta makan malam di apartemen Chen San Francisco. Karim tidak datang ke pesta dan menolak pesta tersebut pernah terjadi, sementara Chen berkomentar ide YouTube tercetuskan setelah pesta makan ,tampaknya diperkuat oleh metode pemasaran yang terpusat pada menciptakan cerita yang mudah dicerna konsumen". Bahwa Sepertikebanyak startup lainnya, YouTube memulai proyeknya dengan biaya dari angel-investor sebutan untuk investor informal perorang yang sering menginvestasikan uangnya ke perusahaan/startup baru) dan memulai karirnya dari garasi. Butuh waktu 3 bulan bagi mereka untuk merampungkan YouTube hingga akhirnya YouTube diperkenalkan ke publik pada bulan Mei 2005.

Pada awal-awal karirnya, YouTube memiliki kantor yang terbilang sangat kecil yang teletak di lantai dua sebuah ruangan yang berada persis diantara dua restoran, yakni 2006. diapit oleh kedua restoran tersebut. YouTube berkantor di tempat ini sampai Oktober restoran Pizzeria dan Japanese Cuisine. Pintu masuknya pun adalah pintu kecil yang diapit oleh kedua restoran tersebut. YouTube berkantor di tempat ini sampai Oktober 2006.



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

Video pertama yang diunggah ke YouTube adalah video berjudul Me at the Zoo oleh Jawed Karim (salah satu pendiri YouTube) pada 23 April 2005. Video berdurasi 19 detik tersebut direkam oleh Yakov Lapitsky, pegawai awal YouTube di kebun binatang San Diego Zoo, California, Amerika Serikat (AS). Dolar dari Sequoia and Artis Capital pada April 2006.

6 bulan sejak dirilis ke publik, YouTube kemudian memperoleh suntikan dana dari 3,5 juta dolar dari Sequoia Capital. Setelah itu dilanjutkan lagi dengan tambahan 8 juta .

Tetapi siapa yang menyangka kalau pada bulan november 2006 pihak youtube mendapat tuntutan dari Universal Tube & Rollform Equipment karena kemiripan domain yang hampir sama dengan www.youtube.com dan www.utube.com, mereka menuntut karena situs perusahaan mereka telah dibanjiri oleh para pengunjung yang sedang mencari youtube. Tetapi setelah menempuh jalur hukum, akhirnya didapatkan kesepakatan bahwa perusahaan Universal Tube bersedia mengganti domain situs mereka bernama www.utube.com menjadi www.utubeonline.com.

Semenjak itu YouTube berkembang sangat pesat dan didaulat sebagai salah satu website yang paling cepat berkembang di dunia. Bahkan saat itu YouTube berada di peringkat 5 situs teramai di dunia versi Alexa, mengalahkan MySpace yang sudah berdiri jauh sebelum YouTube.

Tidak lama berselang, akhirnya YouTube diambil-alih oleh Google dengan nilai yang sangat fantastis yakni 1,65 miliar dolar pada 9 Oktober 2006. Di tangan Google pula lah YouTube akhirnya semakin melejit hingga seperti sekarang.

B. Visi, Misi, Serta Tujuan Website Youtube

Visi, misi serta tujuan website youtube

Visi

Tujuan

Memberi kebebasan untuk menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang . Youtube yakin setiap orang berhak menyampaikan

pendapat ,dan dunia akan menjadi tempat yang lebih baik jika kita bersedia mendengar ,berbagi dan membangun komunitas melalui kisah kisah yang kita miliki.

1. Capaian Pembelajaran Bidang Pengetahuan Khusus

Rumusan Pengetahuan Khusus

Lulusan program sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcating wajib memiliki pengetahuan khusus sebagai berikut :

- Memiliki pengetahuan audio editing.
- Memiliki pengetahuan video editing.
- Memiliki pengetahuan design grafis.
- Memiliki pengetahuan fotografi.
- Memiliki pengetahuan periklanan.
- Memiliki pengetahuan programing tv.
- Memiliki pengetahuan programing radio.

2. Capaian Pembelajaran Bidang Keterampilan Umum

Rumusan Keterampilan Umum

Lulusan program Sarjana Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting wajib memiliki keterampilan umum sebagai berikut:

- Mampu menunjukkan kinerja mandiri, bermutu dan terukur sesuai dengan standart operasional operasedur.
- Mampu mengkaji implikasi pengembangan atau implementasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang memperhatikan dan menerapkan norma dan nilai dalam konseling berdasarkan kaidah, tata cara, dan etika ilmiah dalam rangka menghasilkan solusi, gagasan, desain atau kritik seni.
- Menyusun deskripsi saintiflk, hasil kajiannya dalam bentuk skripsi atau laporan tugas, dan mengunggahnya dalam laman perguruan tinggi.
- Mampu mengambil keputusan secara tepat, dalam konteks penjelasan dibidang keahliannya berdasarkan hasil analisis.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

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

- e. Mampu memelihara dan mengembangkan jaringan kerja dengan pembimbing, kolega dan sejawat baik didalam maupun diluar lembaganya.
- f. Mampu bertanggung jawab atas pencapaian hasil kerja kelompok melakukan supervisi dan evaluasi terhadap penyelesaian pekerjaan yang ditugaskan kepada pekerja yang berada dibawah tanggung jawab nya.
- g. Mampu melakukan proses evaluasi diri terhadap kelompok kerja yang berada dibawah tanggung jawabnya dan mampu mengelola pembelajaran secara mandiri.
- h. Mampu mendokumentasikan, menyimpan, mengamankan, dan menemukan data untuk menjamin kesahihan mencegah plagiasi.

C. Video Tutorial Editing di Youtube

Video Tutorial Editing di Youtube adalah suatu video yang berisi informasi pemahaman dan pengertian berupa tutorial editing yang di bagikan oleh content creator di youtube kepada khalayak sebagai sarana belajar melalui media online di internet sehingga memudahkan pengguna media untuk mencari informasi berbentuk video digital online melalui website youtube .

1. Kelebihan Video Tutorial Editing di Youtube

Dengan berintraksi dan mengikuti informasi mahasiswa konsentrasi Broadcasting dapat mengetahui seputar info pembelajaran editing baik video maupun audio tentunya berguna sebagai penunjang terhadap nilai akademik dan keterampilan mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting

2. Kekurangan Video Tutorial Editing di Youtube

Untuk mengakses video tutorial editing di youtube mahasiswa harus menggunakan perangkat elektronik seperti Handphone atau laptop yang membutuhkan daya listrik dan juga terhubung ke jaringan internet.

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.

BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data pembahasan pada bab V hasil akhir mengenai “Efektivitas Video Tutorial Editing di youtube” Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” dilihat dari keseluruhan tiap aspek yang telah dilakukan pengukuran dengan persentase yang diperoleh yaitu sebesar 76%. Untuk kesimpulan tiap aspek sebagai berikut:

1. Intensitas

Intensitas dalam penelitian ini yaitu seberapa sering objek terlibat aktif mengakses Video , turut serta belajar melalui video tutorial editing di *Youtube*. Dari beberapa indikator pernyataan dalam aspek intensitas setelah semua dibahas dan data-data telah dihitung dengan rentang skala likert, maka didapatkan hasil pada aspek intensitas masuk pada rentang 70% masuk dalam kategori efektif.

Maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Video Tutorial Editing di youtube” Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau” Sebagai Sarana Informasi Belajar Mahasiswa dilihat dari aspek intensitas dinyatakan efektif.

2. Komunikatif

Komunikasi yang dapat membangun dan menciptakan komunikasi efektif yang terjadi di dalam Video tutorial editing di Youtube”. Dari beberapa indikator pernyataan dalam aspek komunikatif untuk kejelasan Bahasa yang digunakan, keakuratan informasi, dan mempermudah mendapatkan informasi dan semua dibahas dan data-data telah dihitung dengan rentang skala likert, didapatkan hasil pada aspek komunikatif masuk pada rentang 65% masuk kategori efektif.

Maka dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Video Tutorial Editing di youtube" Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau" Sebagai Sarana Informasi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Uin Suska Riau, dilihat dari aspek komunikasi dinyatakan efektif.

B. Saran

Setelah melakukan penelitian Efektivitas Video Tutorial Editing di youtube" Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau, maka penulis memberikan saran yaitu :

Kecanggihan teknologi memang memudahkan kita dalam hal apapun terutama dalam kegiatan berkomunikasi. Media social youtube sebagai alat komunikasi termasuk dalam kategori efektif. Namun peneliti juga mengharapkan kepada mahasiswa atau peneliti lainnya untuk melakukan perbandingan dengan penelitian yang serupa, dengan kata lain peneliti menyadari bahwa penelitian ini belum dapat dikatakan sempurna baik segi penulisan dan dari hasil yang peneliti cantumkan.

Bagi peneliti selanjutnya Setelah melakukan penelitian ini, peneliti menyarankan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti suatu masalah yang tidak jauh berbeda, maka akan lebih baik jika menggunakan variable-variabel lain yang lebih bervariasi.

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

- Molissan, Andry Corry dan Farid Hamid, *Teori Komunikasi Massa (Media, Budaya, dan Masyarakat)*, (Bogor:Ghalia Indonesia, tahun 2002).
- Hidayat, *Efektivitas dalam kinerja karyawan*, (Yogyakarta:Gajah Mada University Press, 1986).
- Teguh wahyono, *sistem informasi* ,(yogyakarta;cgraha ilmu,2004).
- Soewarno Handyaningrat, *Sistem Birokrasi Pemerintahan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1985).
- Harid Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta:PT Rajagrafindo Persada,2010).
- John Fiske, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Jakarta:PT RajaGrafindo Persada,2012).
- Onong uchjana efendy, *-ilmu komunikasil* (bandung: pt remaja rosdakarya offset,2004)
- H.A.W Widjaja, *ilmu komunikasil* (Jakarta:PT RINEKA CIPTA, 2000). Rulli Nasrullah, *Media sosial*, (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2015).
- Agus Wahyono dan Irwan Rouf, *kumpulan aplikasi dan game facebok*,(jakarta selatan: PT TransMedia).
- Teguh wahyono, *sistem informasi* ,(yogyakarta;cgraha ilmu,2004)
- Richard West, Lynn H. Turner, *pengantar teory komunikasi-edisi 3* (jakarta: selemba 2014), humanik.
- Rachmat Kriyantono. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, (Jakarta: Kencana, 2006).
- Pawit M. Yusup. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2009)
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada,2007).
- Soewarno Handyaningrat, *Sistem Birokrasi Pemerintahan*, (Jakarta:PT Raja Grafindo Persada, 1985).
- Rachmat riantono, *teknik riset komunikasi*,(jakarta: kencana,2006)
- Martono, *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi Dan Analisis Data Sekunder)*.

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.

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Kencana Prenada Media Group, 2008).

Burhan Bungin, *Metode Penelitian Kuantitatif*, (Jakarta: Prenada Media Group, 2010).

Ridwan dan Akdon. *Rumus Dan Data Dalam Aplikasi Statistika*, (Bandung: ALFABETA, 2008).

Duwi Priyatno, *Belajar Cepat Olah Data Statistik dengan SPSS*, Yogyakarta: Andi Offset, 2010.

Husaini Usman. *Pengantar Statistika*, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2006)

Sumber lain :

Penelitian oleh ITIARANI pada tahun 2016 dengan judul PENGGUNAAN VIDEO DARI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI KELAS VIII SMP NEGERI 20 BANDAR LAMPUNG

Penelitian oleh ITIARANI pada tahun 2016 dengan judul PENGGUNAAN VIDEO DARI YOUTUBE SEBAGAI MEDIA DALAM PEMBELAJARAN PENDIDIKAN AGAMA ISLAM DI KELAS VIII SMP NEGERI 20 BANDAR LAMPUNG

Penelitian oleh ALI AKBAR tentang EFEKTIFITAS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PENYEBARAN INFORMASI AKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRYBANDA ACEH tahun 2018

Sumber Data :

Data jumlah mahasiswa tahun angkatan 2014, 2015, 2016.



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

Pekanbaru, 24 Februari 2020.

Hal : Naskah Riset Proposal

Kepada yang terhormat,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi
di-
Tempat.

Assalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Dengan Hormat,

Setelah membaca, meneliti dan memberi petunjuk serta mengadakan perubahan seperlunya, maka kami selaku Dosen Pembimbing menyetujui bahwa Naskah Riset Proposal Saudara Nama Mahasiswa Nomor Induk Mahasiswa 10051986 pada Program Studi Ilmu Komunikasi dengan judul "Tulis Judul Naskah Riset Proposal" untuk diajukan pada Seminar Proposal Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.

Demikianlah surat ini dibuat, atas perhatian Bapak kami ucapkan terima kasih.

Wassalamua'alaikum Warohmatullahi Wabarokatuh.

Mengetahui :
Pembimbing,

Dra. Atjih Sukaesih, M.Si.
NIP. 196911181996032001

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.



DAFTAR RIWAYAT HIDUP

M PINO BAHARI RAMBE, Lahir pada tanggal 04 September 1995 di Jakarta, Anak pertama dari 4 bersaudara, dari pasangan Ayahanda Faisal Ahmad Kosim Rambe dan Ibunda Ratna Sari. Pendidikan formal yang ditempuh oleh penulis adalah SD Negeri 118270 Desa Beringin Jaya Kecamatan Torgamba Labuhan Batu Provinsi Sumatera Utara, lulus pada tahun 2007. Setelah itu melanjutkan sekolah ke SMP Negeri 8 Bagan Sinembah Rokan Hilir Riau, lulus pada tahun 2010. Kemudian penulis melanjutkan pendidikan ke SMA Negeri 1 Bagan Sinembah Rokan Hilir Riau, lulus pada tahun 2013.

Setelah menamatkan studi SMA penulis melanjutkan pendidikan ke Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau Fakultas Dakwah dan Komunikasi, dengan mengambil jurusan ilmu komunikasi. Penulis melaksanakan penelitian di uin suska riau dengan judul skripsi “ **Efektivitas Video Tutorial Editing di Youtube Sebagai Sumber Informasi Belajar Mahasiswa Ilmu Komunikasi Konsentrasi Broadcasting Universitai Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau**”, di bawah bimbingan ibu Dra. Atjih Sukaesih, M.Si. Alhamdulillah pada tanggal 24 february 2021, berdasarkan hasil sidang Munaqasah dan penulis dinyatakan “LULUS” dan berhak menyandang gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom).