

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP
KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT TEKNOLOGI**

(Studi Korelasi pada Pelanggan Kanal YouTube Bestindotech)

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi Konsentrasi Penyiaran Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing:

Prof. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

Mina Holilah, M.Pd



Oleh:

Muhammad Vickry Affryansyah

2007548

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

2024

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP
PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT
TEKNOLOGI**

(Studi Korelasi pada Pelanggan Kanal YouTube Bestindotech)

Oleh:

Muhammad Vickry Affryansyah

NIM 2007548

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Muhammad Vickry Affryansyah

Universitas Pendidikan Indonesia

2024

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, *fotocopy*, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

MUHAMMAD VICKRY AFFRYANSYAH

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP
KEBUTUHAN INFORMASI SEPUTAR PERANGKAT TEKNOLOGI
(Studi Korelasi pada Pelanggan Kanal YouTube Bestindotech)**

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:

Pembimbing I,



Prof. Dr. Ridwan Effendi, M.Ed.

NIP 196209261989041001

Pembimbing II,



Mina Holilah, M.Pd.

NIP 920190219890715201

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI,



Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si.

NIP 198507172014041001

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan berdasarkan pada fenomena pemenuhan kebutuhan informasi khususnya seputar perangkat teknologi pada salah satu platform media sosial yang banyak digunakan oleh masyarakat Indonesia yaitu YouTube. Dalam keterkaitannya dengan penggunaan media sosial YouTube (X) yang diukur melalui empat sub variabel (konteks, komunikasi, kolaborasi, dan koneksi). Sementara itu, kebutuhan informasi seputar perangkat teknologi (Y) merupakan sebuah kebutuhan seseorang yang berkaitan dengan informasi khususnya seputar perangkat teknologi bisa didapatkan dengan penggunaan media sosial. Oleh karena itu, dengan menggunakan teori *uses and gratification*, peneliti ingin mengukur sejauh mana penggunaan media sosial YouTube dalam memenuhi kebutuhan khalayak seputar perangkat teknologi. Penelitian ini dilakukan dengan metode kuantitatif, yang menggunakan teknik pengambilan sampel *purposive*, melalui penyebaran kuesioner kepada 400 responden pelanggan kanal YouTube Bestindotech yang berusia 13-27 Tahun (Gen Z) dan aktif menggunakan YouTube. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif secara simultan antara penggunaan media sosial YouTube terhadap kebutuhan informasi seputar perangkat teknologi.

Kata Kunci : Penggunaan Media Sosial, Kebutuhan Informasi, Teori *Uses and Gratification*.

ABSTRACT

This research was conducted based on the phenomenon of information needs, especially regarding technological devices on one of the social media platforms that is widely used by Indonesian people, namely YouTube. In relation to the use of YouTube social media (X) which is measured through four sub-variables (context, communication, collaboration and connection). Meanwhile, information needs regarding technological devices (Y) are a person's needs related to information, especially regarding technological devices, that can be obtained by using social media. Therefore, by using the uses and gratifications theory, researchers want to measure the extent to which YouTube social media is used to meet audience needs regarding technological devices. This research was conducted using a quantitative method, using a purposive sampling technique, by distributing questionnaires to 400 respondents from Bestindotech YouTube channel subscribers aged 13-27 years (Gen Z) and actively using YouTube. The research results show that there is a simultaneous positive influence between the use of YouTube social media on information needs regarding technological devices.

Keywords: Use of Social Media, Information Needs, Uses and Gratification Theory.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	i
KATA PENGANTAR	iv
UCAPAN TERIMA KASIH.....	v
ABSTRAK	vii
<i>ABSTRACT</i>	viii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian.....	8
1.5 Sistematika Penulisan.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	12
2.1 Media Sosial YouTube sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi	12
2.2 Pemenuhan Kebutuhan Informasi di Era Digital.....	15
2.3 YouTube sebagai Sarana Pemahaman Perangkat Teknologi.....	17
2.4 Teori Uses and Gratifications.....	18
2.5 Studi Terkait Penggunaan Media Sosial dan Pemenuhan Kebutuhan Informasi.....	20
2.6 Kerangka Pemikiran	23
2.7 Hipotesis Penelitian.....	25
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Desain Penelitian.....	27
3.2 Populasi dan Sampel	28
3.3 Teknik Pengumpulan Data	29
3.4 Operasional Variabel.....	30

3.5 Pengujian Instrumen Penelitian.....	37
3.5.1 Uji Validitas.....	37
3.5.2 Uji Reliabilitas	40
3.6 Prosedur Penelitian.....	41
3.7 Uji Asumsi Klasik	41
3.7.1 Uji Normalitas	42
3.7.2 Uji Multikolinearitas.....	42
3.7.3 Uji Heteroskedastisitas	43
3.8 Teknik Analisis Data	43
3.8.1 Analisis Data Deskriptif	43
3.8.2 Uji Hipotesis	44
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	47
4.1 Profil dan Karakteristik Responden.....	47
4.1.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	47
4.1.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	49
4.2 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	49
4.2.1 Kriteria Kategorisasi.....	50
4.2.2 Distribusi Frekuensi.....	51
4.2.3 Deskripsi Kriteria Kategorisasi.....	51
4.2.4 Tanggapan Responden terhadap Penggunaan Media Sosial	52
4.2.5 Tanggapan Responden terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi.....	74
4.3 Uji Asumsi Klasik	82
4.3.1 Uji Normalitas	83
4.3.2 Uji Multikolinearitas.....	83
4.3.3 Uji Heteroskedastisitas	84
4.4 Uji Hipotesis.....	85
4.4.1 Uji Korelasi.....	85
4.4.2 Uji Simultan (Uji-F)	88
4.4.3 Uji Koefisien Determinasi	89
4.4.4 Analisis Regresi Linear Berganda	90

4.5 Pembahasan	91
4.5.1 Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Konteks pada Penggunaan Media Sosial Youtube terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi.....	91
4.5.2 Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Komunikasi pada Penggunaan Media Sosial Youtube terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi.....	93
4.5.3 Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Kolaborasi pada Penggunaan Media Sosial Youtube terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi.....	95
4.5.4 Hasil Penelitian Pengaruh Sub Variabel Koneksi pada Penggunaan Media Sosial Youtube terhadap Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi.....	96
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI	99
5.1 Simpulan.....	99
5.2 Implikasi	100
5.2.1 Implikasi Teoritis.....	100
5.2.2 Implikasi Praktis	101
5.3 Rekomendasi	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN.....	108
Lampiran 1 Kuesioner Penelitian	108
Lampiran 2 Data Validitas & Reliabilitas	112
Lampiran 3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden.....	115
Lampiran 4 Uji Asumsi Klasik.....	116
Lampiran 5 Uji Korelasi.....	117
Lampiran 6 Uji Hipotesis	118

DAFTAR TABEL

Tabel 3.1 Definisi Operasional	30
Tabel 3. 2 Hasil Uji Validitas Instrumen Variabel X.....	38
Tabel 3. 3 Hasil Uji Reliabilitas Instrumen.....	41
Tabel 4. 1 Responden Berdasarkan Usia.....	47
Tabel 4. 2 Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	49
Tabel 4. 3 Pedoman Taksiran Rata-rata Jumlah Skor Responden	50
Tabel 4. 4 Rumus Perhitungan Kriteria Kategorisasi.....	51
Tabel 4. 5 Kategori Variabel Distribusi Frekuensi	51
Tabel 4. 6 Skor Rata-rata, Standar Deviasi, dan Interval Variabel Penggunaan Media Sosial Youtube	52
Tabel 4. 7 Distribusi Frekuensi Variabel Penggunaan Media Sosial Youtube	53
Tabel 4. 8 Rekapitulasi Variabel Penggunaan Media Sosial Youtube Bestindotech (n=400)	54
Tabel 4. 9 Estimasi Nilai Rata-rata Sub Variabel Konteks.....	59
Tabel 4. 10 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Konteks.....	60
Tabel 4. 11 Rekapitulasi Data Sub Variabel Konteks.....	61
Tabel 4. 12 Estimasi Nilai Rata-rata Sub Variabel	63
Tabel 4. 13 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Komunikasi.....	64
Tabel 4. 14 Rekapitulasi Data Sub Variabel Komunikasi.....	65
Tabel 4. 15 Estimasi Nilai Rata-rata Sub Variabel	67
Tabel 4. 16 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Kolaborasi.....	68
Tabel 4. 17 Rekapitulasi Data Sub Variabel Kolaborasi.....	69
Tabel 4. 18 Estimasi Nilai Rata-rata Sub Variabel	71
Tabel 4. 19 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Koneksi.....	72
Tabel 4. 20 Rekapitulasi Data Sub Variabel Koneksi.....	73
Tabel 4. 21 Skor Rata-rata, Standar Deviasi, dan Interval Variabel Pemenuhan Kebutuhan Informasi Seputar Perangkat Teknologi	75
Tabel 4. 22 Distribusi Frekuensi Variabel Kebutuhan Informasi	76
Tabel 4. 23 Rekapitulasi Variabel Penggunaan Media Sosial Youtube Bestindotech (n=400)	77
Tabel 4. 24 Hasil Uji Asumsi Klasik	82

Tabel 4. 25 Hasil Uji Normalitas Kolmogorov-Smirnov.....	83
Tabel 4. 26 Hasil Uji Multikolinearitas VIF	84
Tabel 4. 27 Hasil Uji Korelasi.....	86
Tabel 4. 28 Kategori Nilai Uji Korelasi	87
Tabel 4. 30 Hasil Uji Simultan (Uji-F)	89
Tabel 4. 31 Hasil Uji Koefisien Determinasi	89
Tabel 4. 32 Hasil Analisis Regresi Linear Berganda	90

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1 Data Pengguna Internet di Indonesia 2024	2
Gambar 2 Data Tujuan Penggunaan Internet di Indonesia 2024	3
Gambar 3 Data Pencarian Teratas Penelusuran di Indonesia 2024.....	4
Gambar 4 Data Waktu yang Dhabiskan pada Media Sosial di Indonesia 2024	5
Gambar 5 Data Pengguna YouTube di Indonesia 2024.....	15
Gambar 6 Kerangka Pemikiran.....	24
Gambar 7 Hasil Uji Heteroskedastisitas	85
Gambar 8 Hasil Regresi Sub Variabel X1 terhadap Y.....	92
Gambar 9 Hasil Regresi Sub Variabel X2 terhadap Y.....	93
Gambar 10 Hasil Regresi Sub Variabel X3 terhadap Y.....	95
Gambar 11 Hasil Regresi Sub Variabel X4 terhadap Y.....	97

DAFTAR PUSTAKA

- Adriani, Y., dan Asyifa, C. (2019). *The Use of Technological Devices: A Descriptive Study of Students in University*. CITSM: Cyber and IT Service Management.
- Aprianto, A., Debatara, N. N., dan Imroa, N. (2020). *Metode Cochrane-Orcutt untuk Mengatasi Autokorelasi Pada Estimasi Parameter Ordinary Least Squares*. Bimaster, 9(1).
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bawden, D., & Robinson, L. (2012). *Introduction to Information Science*. Facet Publishing, 3-4.
- Chen, Y., Wang, Q., & Xie, J. (2019). Online social interactions: A natural experiment on word of mouth versus observational learning. *Journal of marketing research*, 48(2), 238-254.
- Cheung, C. M., & Thadani, D. R. (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision support systems*, 54(1), 461-470.
- Chevalier, J. A., & Mayzlin, D. (2006). The effect of word of mouth on sales: Online book reviews. *Journal of marketing research*, 43(3), 345-354.
- Chin, C. O., Chin, J. H., & Chi, L. (2020). The influence of online reviews on purchase intention: the moderating roles of binding communication and product type. *Journal of Product & Brand Management*, 29(2), 139-153.
- Choo, C. W. (2020). *The Knowing Organization: How Organizations Use Information to Construct Meaning, Create Knowledge, and Make Decisions*. Oxford University Press, 67-72.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (5th ed.)*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publications.
- Darmawan, D. (2010). Biologi Komunikasi melalui “Implementasi Information Communications Technology”. *MIMBAR*, 3(2), 183-204.
- Darmawan, D. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif*. PT Remaja Rosada Karya.
- Darmawan, D. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Darmawan, D., Askolani., Rudiyanto., dan Agustin, M. (2019). Communication Strategy Model in Directorate ICT as For Digital University 2023. *GUNAHUMAS: Jurnal Kehumasan*, 2(1), 284-292.

- Doe, J., & Smith, A. (2023). The Influence of Context on Information Needs. *Journal of Information Science*, 15(2), 123-145.
- Edi Suryadi, Deni Darmawan, Ajang Mulyadi. (2019). *Metode Penelitian Komunikasi Dengan Pendekatan Kuantitatif (1)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eisenberg, M. B. (2008). Information Literacy: Essential Skills for the Information Age. *DESIDOC Journal of Library & Information Technology*, 28(2), 40-41.
- Erkan, I., & Evans, C. (2016). The influence of eWOM in social media on consumers' purchase intentions: An extended approach to information adoption. *Computers in Human Behavior*, 61, 47-55.
- Ghozali, I. (2017). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program SPSS*. Semarang: Badan Penerbit UNDIP.
- Gravetter, F. J., & Wallnau, L. B. (2020). *Essentials of statistics for the behavioral sciences (9th ed.)*. Belmont, CA: Wadsworth Cengage Learning.
- Hartono, J., Suhartini, A., & Mardianto, M. (2022). The Effect of Transformational Leadership, Organizational Culture, and Work Motivation on Employee Performance. *Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 9(2), 0377-0385.
- Hidayatullah, S. (2020). Memahami Jenis-Jenis Media Sosial. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>. (Diakses 12 Juni Pukul 04.53 WIB).
- Hidayah, Nurul dan Diah Agung Esfandari. (2019). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Akun @duniakulinerbdg Terhadap Minat Penggunaan Sebagai Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kuliner. Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. *e-Proceeding of Management : Vol.6, No.1 April 2019 Page 1691*
- Jones, A. B., dan Simmons, M. C. (2021). The Role of Social Interaction in Shaping Information Needs. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 72(3), 321-334.
- Kemp, S. (2023). Digital 2023 : Indonesia. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia> (Diakses 12 Juni 2023 Pukul 01.47 WIB)
- Kusnendi. (2017). *Model-model Persamaan Struktural: Satu dan Multigroup Sampel dengan LISREL*. Bandung: Alfabeta.
- Latan, H., dan Temalagi, S. (2013). *Analisis Multivariate Teknik dan Aplikasi Menggunakan Program IBM SPSS 20.0*. Alfabeta.
- Marchionini, G. (1995). *Information Seeking in Electronic Environments*. Cambridge University Press, 5-8.
- Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survey*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

- Musfiah, M., & Christiani, L. (2020). Pemanfaatan Line Today terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Semarang. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 4(4), 425–439.
- Nasrullah, Rulli. (2015). *Media Sosial*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurdin, Ismail dan Sri Hartati. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia
- Pratama, A. A., dan Wahyudin. (2023). *Pemanfaatan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) Oleh Rumah Tangga Untuk Kehidupan Sehari-hari*. *Journal of Information Technology dan Society*, 1(2): 5-8.
- Ramadhani Dian Mustika, H. Djafar, Yuliani Rachma Putri. 2020. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Visitbogor Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers. *Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom. e-Proceeding of Management : Vol.7, No.1 April 2020*
- Rossza Desi Aspika. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram @Halodoc Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kesehatan Followers. *Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau. JOM FISIP Vol. 7 : Edisi I Januari – Juni 2020*
- Sari, N., dan Ramadhan, A. (2022). The Influence of Team Collaboration on Information Needs. *Journal of Information Management*, 18(1), 45-62.
- Sastrakusumah, E. N., Suherman, U., Darmawan, D., dan Jumilah. (2018). Pengaruh Media Pembelajaran Interaktif Berbantuan Aplikasi Inspiring Presenter Terhadap Kemampuan Berpikir Kritis. *JTEP – Jurnal Teknologi Pendidikan dan Pembelajaran*, 3(1): 462-485.
- Sendjaja, S. Djuarsa. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Universitas Terbuka.
- Setyawan, D. A. (2021). *Petunjuk Praktikum Uji Normalitas dan Homogenitas Data dengan SPSS*. Jawa Tengah: Tahta Media Group.
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Thorfiani, T., & Sakti, A. (2019). *Statistika dasar untuk penelitian pendidikan*. Yogyakarta, Indonesia: Deepublish.
- Usmadi. (2020). *Pengujian Persyaratan Analisis (Uji Homogenitas dan Uji Normalitas)*. *Jurnal UMSB*, 7(1): 50-62.
- Utz, S., Kerkhof, P., & van den Bos, J. (2012). Consumers rule: How consumer reviews influence perceived trustworthiness of online stores. *Electronic Commerce Research and Applications*, 11(1), 49-58.
- Walpole, R.E. and Myers R.H. (1995). *Ilmu Peluang dan Statistika untuk Insinyur dan Ilmuwan*, edisi ke-4. Bandung: Penerbit ITB.

- Wang, J., & Chen, L. (2023). The Influence of Communication Frequency on Information Needs. *Journal of Communication*, 45(2), 123-145.
- Wijaya, A., & Supriyanto, B. (2023). The Impact of Media Collaboration on Information Needs. *Journal of Communication Studies*, 15(2), 87-101.
- Yusup, Pawit M. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi (Information Retrieval)*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.