

Hubungan Tayangan Youtube Yufid.TV Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Netizen Tentang Islam

The Relation Of Youtube Yufid.TV With The Fulfillment Of Netizen's Needs About Islam

¹Dody Rizki P, ²O. Hasbiansyah

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

email : ¹dodyrp@icloud.com, ²hasbians@yahoo.co

Abstrack. The development of technology is something that cannot be avoided in this world, it will continue to grow and produce new platforms from various media. Moreover, social media has become the platforms of the distribution of the information. Youtube is the one of the most popular media by now. Yufid.TV is one of channel youtube that give information about content islam. The purpose of this study is to analyze the relation of Youtube Yufid.TV as media which consist of media exposure with the fulfillment of islam knowledge. This research used quantutative research method with correlasional approach that uses and gratification theory. This theory explains that audiences have the power to decide which media will be chosen or used to satisfy their needs. The need that being said is the need for information. Audience have an active role in interpreting and integrating media into their lives. Based on the results of the research it is known that there is a relationship between the media exposure of impressions youtube Yufid.TV fulfillment network with netizen information.

Keywords: Youtube, Needs of Information, Uses and Gratification Theory, Islam.

Abstrak. Perkembangan new media adalah suatu hal yang tidak dapat dielakan, hal ini terus berkembang dan menghasilkan platform-platform baru untuk berbagai hal. Kemudian, media sosial sudah menjadi alat untuk penyebaran informasi. Youtube adalah salah satu platform media yang paling populer saat ini. Yufid.TV merupakan salah satu *channel* youtube yang berisikan konten seputar pengetahuan islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis hubungan antara tayangan youtube Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dan pendekatan korelasional yang menggunakan teori *Uses and Gratification* (Teori Penggunaan dan Kepuasan). Teori ini menjelaskan bahwa khalayak memiliki kekuasaan untuk memutuskan media mana yang akan dipilih atau digunakan untuk memenuhi kebutuhannya kebutuhan yang dimaksud adalah kebutuhan informasi. Khalayak memiliki peran aktif dalam melakukan interpretasi dan mengintegrasikan media ke dalam kehidupannya. Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa terdapat hubungan antara terpaan media tayangan *youtube Yufid.TV* dengan pemenuhan kebutuhan inforamasi netizen.

Kata Kunci: Youtube, Pemenuhan Kebutuhan Informasi, Teori Uses and Gratification, Islam.

A. Pendahuluan

Perkembangan media sosial dianggap penting dan menjadi pembicaraan ramai di kalangan masyarakat luas. Tidak hanya sebagai media dalam bersosialisasi saja, media sosial juga menjadi topik menarik dalam dunia dakwah. Tidak lain dan tidak bukan karena media sosial dapat dijadikan media dakwah yang murah dan mudah untuk digunakan. Teknologi media soail juga membawa aktivitas komunikasi massa. Ludes berpendapat bahwa perbedaan antara media massa dan media personal tidak terhapus,

tetapi menjadi labil. Meskipun demikian, munculnya media baru dilihat dari sebagian orang sebagai perlawanan terhadap komunikasi massa yang merupakan sebuah ide yang sudah lama muncul. (McQuail, 2011 : 43)

Penggunaan media sosial dalam dunia dakwah tersebut didukung dengan terus meningkatnya jumlah pengguna aktif media sosial di seluruh dunia dan juga Indonesia, termasuk di kalangan para dai dan daiyah yang melihat potensi besar tersebut dalam bidang dakwah Islamiyyah.

Perkembangan media sosial

Youtube dan besarnya jumlah pengguna Youtube tersebut mulai memasuki ranah dakwah Islam melalui penyampaian pesan keagamaan.

Dengan adanya Youtube memungkinkan untuk menjalin komunikasi dengan banyak orang secara global, Youtube dinilai efektif sebagai media dakwah dan penyampaian pesan keagamaan dalam bentuk video.

Banyak channel di *YouTube* yang mempunyai konten tentang dakwah Islam. Salah satunya Yufid.TV. Yufid.TV merupakan sebuah situs media informasi bagi masyarakat yang mengetengahkan konten seputar Islam. Yufid.TV dianggap menghadirkan konten berkualitas dan inspiratif.

Berdasarkan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka dapat ditarik rumusan permasalahan dalam penelitian ini yakni “Apakah terdapat hubungan antara tayangan *Youtube* Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan Informasi Netizen tentang Islam?”

B. Landasan Teori

Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya, artinya, teori *uses and gratifications* ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya.

Teori *uses and gratifications* lebih menekankan pada pendekatan manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia itu mempunyai otonomi, wewenang untuk memperlakukan media. Blumer dan

Katz percaya bahwa tidak hanya ada satu jalan bagi khalayak untuk menggunakan media. Sebaliknya, mereka percaya bahwa ada banyak alasan khalayak unyuk menggunakan media. Menurut pendapat teori ini, konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. (Nurudin, 2015:192).

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut orang lalu memilih, media apa yang hendak digunakan, kemudian juga memilih pesan apa yang hendak dinikmati. Tindakan memilih atau menggunakan tersebut dilakukan karena orang mengharapkan kepuasan akan terpenuhinya keinginan.

Asumsi dari teori ini mengatakan bahwa orang sebenarnya aktif membuat pilihan sesuai dengan apa yang menjadi kebutuhan dan keinginannya. Karena itu teori ini digunakan jika peneliti ingin mengetahui apa yang dilakukan orang terhadap media (*what the people do with mass media*). Teori ini mengasumsikan khalayak itu tidak pasif, sehingga apa yang dianggap penting oleh media, dianggap penting juga oleh khalayak. Maka dari itu, terpaan media adalah suatu perilaku penggunaan media, yang menurut (Liliweri, 1992:73) meliputi 3 hal yaitu:

1. Intensitas

Intensitas yang diteliti adalah frekuensi dan durasi. Frekuensi maksudnya seberapa sering netizen menonton tayangan *youtube* Yufid.TV, durasi adalah seberapa lama netizen menonton tayangan *youtube* Yufid.TV.

2. Isi Pesan

Isi pesan yang diteliti dalam penelitian ini adalah pesan yang disampaikan dalam tayangan

youtube Yufid.TV, dimana isi pesan dibagi ke dalam beberapa indikator yaitu kejelasan isi pesan, kemudahan pesan untuk dimengerti dan kelengkapan isi pesan

3. Daya Tarik

Daya Tarik yang dimaksud dalam penelitian ini terbagi dalam beberapa indikator yaitu daya tarik ide cerita dari tayangan *youtube* Yufid.TV dan daya tarik audio visual dari tayangan *youtube* Yufid.TV.

Menurut Lasa HS, kebutuhan informasi adalah kebutuhan yang didasarkan pada dorongan untuk memahami, menguasai lingkungan, menemukan keingintahuan, dan penjelasan, berawal dari pertanyaan kemudian dicari jawabannya. Semakin meningkat kehidupan seseorang, semakin meningkat pula kebutuhan akan informasi. (Lasa HS, 2009:150).

Setiap orang pasti mempunyai kebutuhan dan keinginan tertentu sesuai dengan harapan-harapannya memperoleh keuntungan dari pencapaian tujuan-tujuan yang ditetapkannya maka dalam menghadapi tersebarnya informasi di berbagai media massa, orang akan bertindak dan berlaku sama, yaitu dalam rangka untuk memenuhi kebutuhan akan informasi yang disajikan oleh media massa tersebut.

Kebutuhan informasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kebutuhan kognitif dan afektif, karena dalam tayangan *YouTube Yufid.TV* menampilkan informasi seputar *Islam*. Hal itu dominannya berpengaruh kepada kebutuhan kognitif karena berkaitan erat dengan kebutuhan untuk memperkuat informasi, pengetahuan, dan pemahaman seseorang akan lingkungannya. Kebutuhan ini di dasarkan pada hasrat seseorang untuk memahami dan menguasai

lingkungannya. Di samping itu, kebutuhan ini juga dapat memberi kepuasan atas hasrat keingintahuan dan penyelidikan seseorang. Dan juga kepada kebutuhan afektif karena tayangan *Youtube Yufid.TV* yang menayangkan informasi Keislaman berkaitan dengan penerimaan (receiving) dari penonton yang mengacu kepada kemampuan untuk memperhatikan dan merespon stimulasi yang tepat, juga kemampuan untuk menunjukkan atensi terhadap tayangan tersebut juga penilaian (value) yang mengacu pada pentingnya nilai atau ketertarikan diri terhadap sesuatu seperti kemampuan untuk menyatakan mana yang baik dan yang kurang baik dari sesuatu kegiatan atau peristiwa dan mengeksperikannya kedalam perilaku juga karakterisasi yaitu tercermin dalam sebuah tingkah laku yang ada hubungannya dengan keteraturan pribadi, sosial dan emosi. Nilai – nilai telah berkembang sehingga tingkah laku menjadi lebih mudah untuk diperkirakan

Tabel 1. Pedoman Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00	Tidak ada hubungan
0,001 - 0,190	Lemah
0,200 - 0,399	Sedang
0,400 - 0,599	Kuat
0,600 - 0,999	Sangat Kuat
1,000	Hubungan Sempurna

(Rakhmat dan Ibrahim, 2016:161)

Tabel 2. Hasil Pengujian

Variabel	Koefisien Korelasi	Tingkat Keeratan	t_{hitung}	$t_{(0,5;100)}$	Kesimpulan
Tayangan dan Kebutuhan Informasi	0,778	Hubungan yang sangat kuat	12,259	1,985	H ₀ ditolak dan H ₁ diterima

Sumber: Hasil Pengolahan Data Penelitian

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan Tayangan Youtube Yufid.TV (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Dalam pengolahan data statistik ini dibantu dengan menggunakan perhitungan statistik melalui program SPSS (*Statistical Package for Social Science*) versi 24. Pada tabel 2. merupakan hasil yang didapatkan dari pengujian data.

Berdasarkan perhitungan rumus koefisien korelasi Rank Spearman diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,778 yang termasuk pada kategori

sangat kuat. Dengan rumus $t = \frac{rs \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$
 $= \frac{0,778 \sqrt{100-2}}{\sqrt{1-0,778^2}} = \frac{0,778(9,899)}{0,628}$

diperoleh nilai t_{hitung} sebesar 12,259. Dengan db = 98 (n-2) dan $\alpha = 5\%$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai $t_{tabel} = 1,985$. Dari perhitungan tersebut diperoleh nilai t_{hitung} untuk variable Tayangan tayangan sebesar 12,259 dan $t_{tabel} 1,985$. Dapat dilihat bahwa $t_{hitung} (12,259) > t_{tabel} (1,985)$ sehingga H₀ ditolak dan H₁ diterima. Artinya, terdapat hubungan antara tayangan YouTube “Yufid.TV” dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen.

Secara keseluruhan variable intensitas tayangan, isi pesan tayangan,

dan daya tarik tayangan telah membentuk hubungan yang signifikan antara terpaan media (tayangan) dengan pemenuhan kebutuhan informasi khalayak. Tingkat keeratan hubungan di antara keduanya pun sangat kuat. Artinya, terpaan media yang dalam hal ini adalah tayangan youtube Yufid.TV telah memberikan kontribusi yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi netizen.

Untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan tersebut orang lalu memilih, media apa yang hendak digunakan, kemudian juga memilih pesan apa yang hendak dinikmati. Tindakan memilih atau menggunakan tersebut dilakukan karena orang mengharapkan kepuasan akan terpenuhinya keinginan. Oleh karena itu penggunaan teori uses and gratification dalam penelitian ini sangatlah relevan sebab melalui penelitian ini terbukti bahwa orang-orang di zaman seperti ini dihadapkan pada banyak pilihan media untuk memenuhi kebutuhannya, akan tetapi di saat-saat seperti itu kini orang-orang justru menjadi lebih selektif dalam menentukan media mana yang akan ia gunakan untuk memuaskan dirinya. Sebagaimana ditegaskan oleh Nurudin (2015: 192) bahwa konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana (lewat media mana) mereka menggunakan media dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Dampak yang terlihat dari pemenuhan kebutuhan informasi dalam penelitian ini adalah secara kognitif dan afektif. Dari sisi kognitif, netizen mengaku bahwa setelah diterpa media yang dalam hal ini adalah tayangan youtube Yufid.TV membuat kebutuhan informasi mengenai islam menjadi bertambah, mengetahui sejauh mana informasi yang mereka butuhkan mengenai islam, mengingat serta memahami informasi yang telah disampaikan dalam tayangan Yufid.TV, khususnya tentang ajaran islam. Tak hanya itu mereka juga mencoba untuk menerapkan informasi yang telah diperolehnya melalui tayangan youtube Yufid.TV dalam kehidupan sehari-hari. Sedangkan dari sisi afektifnya, netizen menjadi merasa memiliki keterikatan terhadap informasi mengenai islam. Selain itu, setelah menonton tayangan Yufid.TV di Youtube netizen menjadi mampu untuk menyatakan mana baik dan manayang tidak baik menurut pandangan islam. Dan mereka juga mulai mencerminkan kajian islam yang disampaikan dalam tayangan Yufid.TV kedalam sebuah tingkah laku pribadi, sosial dan emosi.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara intensitas tayangan Youtube Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada netizen.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara isi pesan tayangan Youtube Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan

informasi pada netizen.

3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa terdapat keterkaitan antara daya tarik tayangan Youtube Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi pada netizen.

E. Saran

Saran Teoritis

1. Penelitian ini dilakukan hanya untuk mengetahui hubungan antara tayangan Youtube Yufid.TV dengan pemenuhan kebutuhan informasi netizen mengenai islam. Diharapkan terdapat penelitian serupa faktor lain yang mempengaruhi pemenuhan kebutuhan informasi.
2. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan dapat membuat penelitian dengan responden yang lain bukan hanya mahasiswa.
3. Untuk penelitian selanjutnya diharapkan melakukan penelitian dengan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif yaitu yang dilakukan secara mendalam oleh peneliti terhadap objek yang diteliti agar mendapatkan hasil penelitian yang maksimal.
4. Penelitian ini diharapkan dapat diteruskan untuk diteliti guna mengetahui bagaimana pengaruh dari tayangan terhadap pemenuhan kebutuhan informasi.

Saran Praktis

Adapun saran praktis yang dapat diberikan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apabila memungkinkan mengatur jadwal dan durasi

penayangan dari Youtube Yufid.TV sehingga audiens dapat sering melihat atau menonton tayangan tersebut dengan demikian maka kebutuhan audiens akan informasi islam dapat terpenuhi.

2. Mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.