

**PENGGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA
KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK
MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE
ARIF MUHAMMAD**

SKRIPSI

Oleh:

FIRDA NUZULI NASUTION

NPM: 1503110104

Program Studi Ilmu Komunikasi



UMSU

Unggul | Cerdas | Terpercaya

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2019**

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

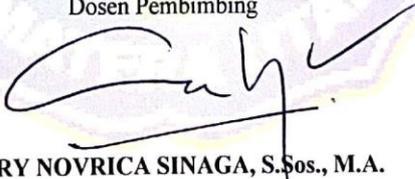
بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi, oleh:

Nama Lengkap : **FIRDA NUZULI NASUTION**
N.P.M : 1503110104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : **PENGGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD**

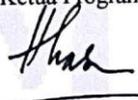
Medan, Maret 2019

Dosen Pembimbing


CORRY NOVRICA SINAGA, S.Sos., M.A.

Disetujui Oleh

Ketua Program Studi


NURHASANAH NASUTION, S. Sos, M.I.Kom

Medan,



DR. ARIFIN SALEH, S.Sos, MSP

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera
Utara oleh :

Nama : **FIRDA NUZULI NASUTION**

N P M : 1503110104

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari, tanggal : Kamis, 21 Maret 2019

Waktu : Pukul 07.45 s.d. selesai

TIM PENGUJI

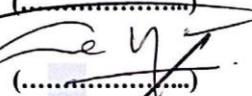
PENGUJI I : **RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D**


(.....)

PENGUJI II : **DEWI KURNIWATI, HJ, Ph.D**

(.....)

PENGUJI III : **CORRY NOVRICA SINAGA, S.Sos., M.A.**


(.....)

PANITIA PENGUJI

Ketua



Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP



Sekretaris



Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya FIRDA NUZULI NASUTION, NPM 1503110104 menyatakan dengan sungguh-sungguh :

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa hasil skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan dari orang lain.
3. Bahwa didalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh kesarjanaaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia mengajukan banding menerima sanksi :

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan
2. Pencabutan kembali gelar kesarjanaaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai yang saya terima.

Medan, 21 Maret 2019



Yang menyatakan,

Firda Nuzuli Nst

Firda Nuzuli Nst

**PENGGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN
VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT
BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF
MUHAMMAD**

**FIRDA NUZULI NASUTION
NPM : 1503110104**

ABSTRAK

Adanya aplikasi youtube para konten kreator mendapatkan penghasilan melalui video yang mereka unggah. Dan para menikmati hiburan akan memilih tontonan yang mereka senangi dengan berbagai macam jenis konten video yang ada di *youtube*. *Channel youtube* Arif Muhammad, menjadi salah satu konten kreator yang diminati oleh khalayak, dilihat dari jumlah penonton yang mencapai puluhan juta, jumlah pelanggan yang lebih dari 2 juta dan juga video-video yang diupload olehnya selalu menjadi trending di youtube Indonesia. Penelitian ini dilakukan melalui survey secara online dengan *Google form* sebagai media pengisian kuesioner, kemudian melakukan penyebaran link *google form* kepada para subscriber pada *channel Youtube* Arif Muhammad. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah penggunaan bahasa informal pada konten video mak beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif dimana data diperoleh dengan metode menyebarkan kuesioner dan dengan teknik analisis data tabel tunggal lalu diuji dengan korelasi produk *moment pearson*. Melihat perbandingan R_{xy} hitung sebesar 0,333 dan r tabel dengan $N = 100$ sebesar 0,197 menunjukkan bahwa r_{XY} hitung $0,333 > r$ tabel 0,197. Maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan dari hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh hubungan variabel X (Penggunaan Bahasa Informal pada konten Video Mak Beti) terhadap variabel Y (Minat Berlangganan di *Channel Youtube* Arif Muhammad).

Kata kunci : Bahasa Informal, Youtube, Minat

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Alhamdulillah, puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah memberikan kekuatan Rahmat dan Karunia Nya serta telah memberikan kekuatan dan kesehatan kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul **Penggunaan Bahasa Informal Pada Konten Video Mak Beti Dalam Menarik Minat Berlangganan di Channel Youtube Arif Muhammad** tepat pada waktu yang telah ditentukan.

Tugas akhir ini penulis persembahkan kepada yang teristimewa yaitu **Ayahanda Fakhruddin Nasution** dan **Ibunda Damayanti Harahap**, engkau adalah orang tua nomor satu di dunia ini. Serta adik penulis **Annisa Firdaus Nst**, **Arjuna Barkah Firdaus Nst** dan **Qaisar Barkah Firdaus Nst** yang merupakan bagian hidup penulis yang senantiasa mendukung dan mendoakan dari sejak penulis. Selama masa perkuliahan sampai masa penyelesaian tugas akhir ini, penulis banyak memperoleh bimbingan dan dukungan dari banyak pihak. Untuk itu, dengan setulus hati penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. **Bapak Dr. Agussani, M.AP** selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
2. **Bapak Dr. Arifin Saleh, S.Sos.,MSP** selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan

Bapak Drs. Zulfahmi, M.I.Kom selaku Wakil Dekan I, **Bapak Abrar Adhani, S.Sos.,M.I.Kom** selaku Wakil Dekan III.

3. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.Sos., M.I.Kom** selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara dan **Bapak Akhyar Anshori S.Sos.,M.I.Kom** selaku sekretaris program studi Ilmu Komunikasi.
4. **Ibu Nurhasanah Nasution, S.sos., M.I.Kom** selaku Dosen penasehat akademik.
5. **Ibu Corry Novrica Sinaga, S.sos., M.A** selaku Dosen pembimbing yang telah banyak membantu memberikan masukan serta bimbingan dalam penyelesaian skripsi ini.
6. Seluruh Bapak dan Ibu Dosen dan Pegawai Biro Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara .
7. Ambar Wulan, Ditia Aprilia, Rizky Syahpitri, Nurul Hidayah, Nanda Yulia dan Widya Sari Damanik yang selalu ada untuk penulis dari semester awal hingga akhir.
8. Teman-teman saya yang tergabung dalam grup “Kereta Api Medan-Binjai”, Liza Irhamna, Vini Rahmayani, Elsyia Niati Ramadhan dan Aftifa Putri Nasution.
9. Kepada Iga Nadia Tuahta Lubis, Azmi Nuari Ramadhan, Ambar Wulan, dan Nofri Affandi yang membantu dan memotivasi penulis.
10. Kepada teman-teman kelas IKO A Sore dan IKO C HUMAS Sore dan seluruh keluarga besar Ilmu Komunikasi 2015 FISIP UMSU.

11. Dan pihak-pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari berbagai kelemahan dan kekurangan dalam penelitian ini, untuk itu diharapkan saran dan kritik untuk perbaikan atas kekurangan dalam penelitian ini. Demikian sebagai kata pengantar, mudah-mudahan penelitian ini bermanfaat menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi semua pihak. Mohon maaf segala kekurangan, penulis ucapkan Terima Kasih.

Medan, Maret 2019

Penulis,

Firda Nuzuli Nasution
NPM: 1503110104

DAFTAR ISI

ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR TABEL	viii
DAFTAR GAMBAR	ix
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	3
1.3 Pembatasan Masalah	4
1.4 Tujuan Penelitian	4
1.5 Manfaat Penelitian	4
1.6 Sistematika Penulisan	4
BAB II URAIAN TEORITIS	6
2.1 Komunikasi.....	6
2.1.1 Proses Komunikasi.....	7
2.1.2 Unsur-Unsur Komunikasi	10
2.1.3 Fungsi Komunikasi	12
2.2 Komunikasi Massa.....	13
2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa.....	15
2.3 Bahasa	17
2.4 Bahasa Informal	17
2.4.1 Ragam Informal	18
2.5 Minat	20
2.5.1 Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat.....	20

2.6 Konten.....	22
2.7 Video.....	22
2.8 Youtube.....	23
2.9 Teori and Uses and Gratification	24
2.10 Hipotesis	26
BAB III METODE PENELITIAN	27
3.1 Jenis Penelitian.....	27
3.2 Kerangka Konsep.....	28
3.3 Definisi Konsep	29
3.4 Definisi Operasional	29
3.4.1 Defenisi Indikator Variabel.....	30
3.5 Populasi dan Sampel.....	31
3.5.1 Populasi.....	31
3.5.2 Sampel.....	32
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	33
3.7 Teknik Analisis Data.....	34
3.8 Waktu dan Lokasi Penelitian	36
3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian	36
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	37
4.1 Hasil Penelitian	37
4.1.1 Karakteristik Responden.....	37
4.1.2 Penyajian Data	39
4.1.3 Hasil Uji Statistik.....	47
4.2 Pembahasan.....	53
4.2.1 Uji Korelasi Product Moment Pearson	56

4.2.2 Hasil Uji Hipotesis	60
BAB V PENUTUP	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	63
DAFTAR PUSTAKA	64

DAFTAR TABEL

Table 3.1.....	30
Table 3.2.....	35
Tabel 4.1.....	37
Tabel 4.2.....	38
Tabel 4.3.....	38
Tabel 4.4.....	39
Tabel 4.5.....	39
Tabel 4.6.....	40
Tabel 4.7.....	40
Tabel 4.8.....	41
Tabel 4.9.....	41
Tabel 4.10.....	42
Tabel 4.11.....	43
Tabel 4.12.....	43
Tabel 4.13.....	44
Tabel 4.14.....	44
Table 4.15.....	45
Table 4.16.....	46
Table 4.17.....	47
Table 4.18.....	50
Table 4.19.....	56

DAFTAR GAMBAR

Table 3.1.....	28
----------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Bahasa merupakan salah satu faktor terjadinya suatu komunikasi, komunikasi dapat terjadi karna adanya interaksi antara individu ke individu, maupun individu ke kelompok. Indonesia merupakan negara yang memiliki beragam suku dan bahasa, dari sabang hingga marauke masing masing daerah memiliki bahasa khas dan logat yang berbeda-beda. (Mulyana 2007:311) Perbedaan ini boleh jadi menyangkut dialek,intonasi, kecepatan, volume dan yang pasti adalah kosakatanya. Bahasa yang digunakan dalam suatu lingkungan sering tidak berfungsi bila digunakan dalam lingkungan lain.

Pada dasarnya, menurut Keraf dalam Suyanto (2016 : 18) bahasa memiliki fungsi-fungsi tertentu yang digunakan berdasarkan kebutuhan seseorang yakni sebagai alat untuk mengekspresikan diri sebagai alat berkomunikasi. sebagai alat mengadakan integrasi dan beradaptasi sosial dalam lingkungan atau situasi tertentu dan sebagai alat melakukan kontrol sosial.

Pengertian bahasa secara umum adalah sistem lambang bunyi ujaran yang digunakan untuk berkomunikasi oleh masyarakat pemakainya. Bahasa yang baik berkembang berdasarkan suatu sistem, yaitu seperangkat aturan yang dipatuhi oleh pemakainya.

Bahasa sendiri berfungsi sebagai sarana komunikasi serta sebagai sarana integrasi dan adaptasi. Bahasa juga merupakan alat komunikasi yang berupa

sistem lambang bunyi yang dihasilkan alat ucap manusia. Bahasa terdiri atas kata-kata atau kumpulan kata.

Bahasa Informal atau bahasa tidak resmi yang digunakan Arif Muhammad sebagai konten didalam video yang membuat Arif Muhammad mendapat perhatian dari pengguna aplikasi *Instagram*. Seiring berkembangnya teknologi banyak dari para konten kreator membuat video dan mengunggahnya melalui *youtube* hal ini dikarenakan bahwa mengunggah video di *youtube* tidak mempunyai batasan durasi, sedangkan *instagram* hanya memiliki durasi selama 1 menit.

Kehadiran *internet* telah membawa revolusi serta inovasi pada cara manusia berkomunikasi dan memperoleh informasi. *Internet* berhasil mengatasi masalah klasik manusia, karena keterbatasan ruang jarak dan waktu tidak lagi menjadi suatu kendala. Dari adanya internet terciptalah beberapa media sosial yang sangat berperan penting bagi masyarakat. Salah satu media sosial yang saat ini berperan penting bagi masyarakat adalah *Youtube* yang merupakan media sosial yang penting dan menjadi situs *web video sharing* (berbagi video) populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis.

Dengan adanya aplikasi *youtube* para konten kreator dapat mendapatkan penghasilan melalui video yang mereka unggah. Dan para menikmati hiburan akan memilih tontonan yang mereka senangi dengan berbagai macam jenis konten video yang ada di *youtube*.

Channel youtube Arif Muhammad, menjadi salah satu konten kreator yang diminati oleh khalayak, dilihat dari jumlah penonton yang mencapai puluhan juta, jumlah pelanggan yang lebih dari 2 juta dan juga video-video yang diunggah olehnya selalu menjadi *trending* di *youtube* Indonesia.

Arif Muhammad mulai mengupload video yang bertema cerita Mak Beti pada september 2018 yang berjudul “ main karet kenak repet”. Arti kata “repet” bila diartikan adalah marah. “repet” adalah salah satu dari sekian banyak bahasa informal di konten video milik Arif Muhammad dan video tersebut mampu menarik perhatian pengguna *youtube* hingga menjadi *trending* di *youtube* Indonesia, dan rata – rata video yang diupload oleh Arif Muhammad mendapatkan jumlah penonton diatas 10 juta.

Berdasarkan uraian dari latar belakang diatas membuat penulis tertarik memilih judul penelitian ini dengan menambah rasa ingin tahu penulis dengan meneliti mengenai Penggunaan Bahasa Informal Pada Konten Video Mak Beti Dalam Menarik Minat Berlangganan di *Channel Youtube* Arif Muhammad

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian dalam latar belakang masalah diatas, ada sebuah permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini. Permasalahan tersebut yaitu: Apakah penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dapat menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang ada maka pembatasan dalam penelitian ini adalah penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad

1.4 Tujuan Penelitian

Sejalan dengan permasalahan yang akan diteliti, maka tujuan yang hendak dicapai penulis dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui tentang Apakah penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad.

1.5 Manfaat Penelitian

a. Aspek Teoritis

Diharapkan dapat bermanfaat bagi para peneliti selanjutnya serta selanjutnya serta untuk menambah keilmuan tentang teori-teori dan temuan baru dalam penelitian ini.

b. Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi mahasiswa untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Sistematika Penulisan

BAB I : Pendahuluan

Bab ini terdiri dari beberapa sub-bab dengan uraian masing-masing dengan substansi sebagai berikut : Latar Belakang Masalah,

Rumusan Masalah, Pembatasan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Sistematika Penulisan.

BAB II : Uraian Teoritis

Bab ini berisikan uraian teoritis yang relevan dengan masalah yang diteliti. Bab ini menguraikan tentang komunikasi, komunikasi massa, bahasa, bahasa informal, minat, konten, video, *youtube*, teori *uses and gratification*.

BAB III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan metode penelitian yang membahas tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, definisi operasional, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu penelitian dan deskripsi ringkas objek penelitian.

BAB IV : Hasil Penelitian dan Pembahasan

Bab ini menguraikan hasil penelitian dan pembahasan tentang penggunaan bahasa informal pada konten video mak beti dalam menarik minat berlangganan dichannel youtube Arif Muhammad

BAB V :Penutup

Bab penutup terdiri dari simpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

Komunikasi sebuah proses penyampain pesan yang melibatkan beberapa komponen diantaranya komunikator (pengirim) – pesan - media (tidak adanya media) - komunikan (penerima) – efek - *feedback* (umpan balik) maka komunikasi adalah sebuah proses penyampaian pesan berupa ide-ide, gagasan-gagasan, dari satu orang melalui sebuah media kepada satu orang atau lebih, baik secara verbal maupun nonverbal yang biasanya akan mendapatkan respon dari komunikan.

Menurut *Carl I. Hovland* (dalam Efendy, 1999: 10-11) ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat dan sikap.

Menurut *Galvin, Diskson & Marron* (dalam Julia, 2013:3) menyatakan komunikasi adalah proses yang berlangsung terus bergerak semakin maju dan terus berubah secara terus menerus, yang terjadi pada satu sistem pada bagian yang saling berhubungan mempengaruhi satu sama lain yaitu dalam keluarga setiap anggota keluarga adalah sistem.

Menurut Mufid (2010:3), Komunikasi adalah proses yang memungkinkan kita berinteraksi (bergaul) dengan orang lain. Tanpa komunikasi kita tidak akan mungkin berbagi pengetahuan atau pengalaman dengan orang lain. Proses berkomunikasi dalam hal ini bisa melalui ucapan (*speaking*) tulisan (*writing*), gerak tubuh (*gesture*) dan penyiaran (*broadcasting*)

Definisi komunikasi secara umum adalah suatu proses, penyampaian pesan atau informasi dari komunikator kepada komunikan yang terdapat pesan didalamnya sehingga menghasilkan *feedback*.

2.1.1 Proses komunikasi

Komunikasi tidak berjalan dengan begitu saja, sebab satu kegiatan komunikasi harus menjalani proses komunikasi sehingga baru terlaksana kegiatan komunikasi tersebut. Menurut Purwanto (2003:11) pada prinsipnya dalam proses komunikasi memiliki 6 (enam) tahapan yaitu :

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan sebelum proses penyampaian pesan dilakukan, maka pengirim pesan harus menyampaikan ide dapat diperoleh dari berbagai sumber, ide yang diolah dalam benak pengirim disaring dan disusun kedalam suatu memori yang dalam pikiran orang yang memiliki mental yang berbeda. Hal ini disebabkan karena penyerapan berbagai informasi dan pengalaman berbeda-beda dari setiap individu.
2. Pengirim mengubah ide menjadi suatu pesan
Pada proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau dimengerti dengan sempurna. Agar ide dapat diterima dan dimengerti dengan sempurna pengirim pesan harus memperhatikan subjek (apa yang ingin disampaikan), maksud (Tujuan), penerima pesan, gaya personal dan latar belakang budaya.

3. Pengirim menyampaikan pesan

Pada saat menyampaikan pesan, dapat digunakan berbagai saluran. Biasanya rantai komunikasi yang digunakan relative pendek, namun ada juga yang cukup panjang. Hal ini akan berpengaruh pada efektivitas penyampaian pesan. Ketika penyampaian pesan dapat digunakan berbagai media komunikasi baik media tulisan maupun lisan.

4. Penerima menerima pesan

Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi bila pengirim mengirimkan suatu pesan dan penerima menerima pesan tersebut.

5. Pengirim menafsirkan pesan

Setelah penerima menafsirkan pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana menafsirkan pesan. Suatu pesan yang disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan didalam benak penerima pesan. Selanjutnya pesan baru bisa ditafsirkan secara benar bila sipenerima pesan telah memahami isi pesan sebagaimana yang dimaksud oleh pengirim.

6. Penerima memberi tanggapan dan mengirim umpan balik ke pengirim

Setelah menerima pesan, penerima akan memberi tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Sinyal yang diterima oleh penerima pesan beraneka ragam, hal ini tergantung dari pesan yang diterimanya. Umpan balik memegang peranan penting dalam proses komunikasi karena ia member kemungkinan bagi pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Disamping itu, adanya umpan balik dapat menunjukkan adanya faktor-faktor penghambat komunikasi misalnya :

perbedaan latar belakang, perbedaan penafsiran kata-kata dan perbedaan reaksi secara emosional.

Sedangkan Sumartono (2002:34) mengemukakan bahwa komunikasi sesungguhnya merupakan transaksi pesan atau informasi. Oleh karena itu komunikasi ada dimana-mana, dibutuhkan oleh setiap orang dan bahkan berlangsung setiap saat. Dengan demikian dalam proses komunikasi tentu saja bukan sebatas pengiriman ataupun penerimaan pesan, melainkan mempunyai makna esensial yang lebih mendalam. Inti kegiatan komunikasi adalah tercapainya *mutual understanding* (kesamaan pemahaman) atas isi pesan yang disampaikan. Dalam proses komunikasi terdapat lima unsur yang mutlak harus dipenuhi. Kelima unsur komunikasi ini merupakan kesatuan yang utuh dan bulat. Bila salah satu unsur tidak ada, maka komunikasi tidak akan terjadi. Jadi setiap unsur dalam komunikasi itu mempunyai hubungan yang sangat erat serta saling ketergantungan satu dengan lainnya.

Kelima unsur komunikasi itu adalah (1) Komunikasi (*sender*), yaitu orang yang menyampaikan informasi, ide, pesan, gagasan (sumber berita). (2) Komunikan (*receive*), yaitu orang yang menerima berita atau pesan. (3) pesan (*massage*) adalah ide atau gagasan yang akan disampaikan kepada komunikan, yang penyampaiannya diubah menjadi lambang-lambang. (4) Media (*channel*), yaitu alat atau sasaran yang dipergunakan untuk menyampaikan ide atau gagasan. (5) Tanggapan (*respon*), yaitu umpan balik (*feed back*) dari komunikan kepada komunikator.

2.1.2 Unsur-unsur Komunikasi

Unsur sering juga disebut bagian, komponen, elemen. Unsur sebagai bagian penting dalam suatu hal. Jadi, yang dimaksud unsur adalah bagian dari keseluruhan dalam suatu hal.

a. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan dalam proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Komunikator tidak hanya berperan sebagai pengirim pesan saja, namun juga memberikan respon dan menjawab pertanyaan yang disampaikan sebagai dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam penyampaian pesan, komunikator harus menyesuaikan dengan tingkat pengetahuan pihak penerima pesan.

b. Pesan/informasi

Pesan merupakan keseluruhan apa yang disampaikan oleh komunikator. Pesan dapat berupa kata-kata, tulisan, gambaran atau perantara lain. Pesan ini memiliki inti, yakni mengarah pada usaha untuk mengubah sikap dan tingkah laku komunikan. Inti pesan akan selalu mengarah pada tujuan akhir komunikasi itu.

c. Sarana komunikasi/*Channel*

Sarana komunikasi/*channel* biasa disebut dengan media yang digunakan sebagai penyalur pesan dalam proses komunikasi. Pemilihan

sarana/media dalam proses komunikasi tergantung pada sifat berita yang akan disampaikan.

d. *Komunikan/penerima/receiver*

Komunikan merupakan penerima pesan atau berita yang disampaikan oleh komunikator. Komunikan bisa terdiri satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok. Komunikan adalah elemen penting karena dialah yang menjadi sasaran komunikasi dan bertanggung jawab untuk dapat mengerti pesan yang disampaikan dengan baik.

e. *Umpan balik/feedback*

Umpan balik dapat dimaknai sebagai jawaban komunikan atas pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya. Pada komunikasi yang dinamis, komunikator dan komunikan terus menerus bertukar pesan.

f. *Dampak/effect*

Dampak merupakan efek perbedaan yang dialami oleh komunikan sebelum dan sesudah menerima pesan. Bila sikap dan tingkah laku komunikan berubah sesuai dengan isi pesan maka komunikasi telah berjalan dengan baik. Dampak/efek sesungguhnya dapat dilihat dari *personal opinion, public opinion, maupun majority opinion*. Namun semuanya mengarah kepada perubahan yang terjadi pada komunikan setelah menerima pesan.

Fungsi Komunikasi

a. Komunikasi Sosial

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial setidaknya mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting membangun konsep diri kita, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan tegangan, antara lain lewat komunikasi yang bersifat menghibur, dan memupuk hubungan dengan orang lain.

b. Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi) kita. Perasaan-perasaan tersebut terutama dikomunikasikan melalui komunikasi nonverbal.

c. Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual dilakukan secara kolektif dan dalam bentuk yang menegaskan kembali komitmen kepada tradisi keluarga, komunitas, suku, bangsa, Negara, ideologi dan negara.

d. Komunikasi Instrumental

Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum: menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur (Mulyana, 2011: 5-37).

1. Penyampaian perubahan energi dari suatu tempat ketempat yang lain seperti dalam sistem saraf atau penyampaian gelombang-gelombang suara.

2. Komunikasi adalah penyampaian atau penerimaan signal atau pesan oleh organisme.
3. Komunikasi adalah pesan yang disampaikan.
4. Komunikasi adalah proses yang dilakukan suatu sistem untuk mempengaruhi sistem yang lain melalui pengaturan signal-signal yang disampaikan.
5. Komunikasi adalah pengaruh suatu wilayah pribadi pada wilayah persona yang lain, sehingga perubahan dalam suatu wilayah menimbulkan perubahan yang berkaitan pada wilayah yang lain.
6. Komunikasi adalah pesan pasien kepada pemberi terapi dalam psikoterapi.

2.2 Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) ialah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum, dan film yang ditunjukkan di gedung-gedung bioskop. Menurut Everett M. Rogers, yang menyatakan bahwa selain media massa modern terdapat media massa tradisional yang meliputi teater rakyat, juru dongeng keliling, juru pantun dan lain-lain.

Komunikasi Massa adalah proses penciptaan makna bersama antar media massa dan khalayak. (Stenley, 2012:7)

Bitten Mass communication is messages communicated through a mass medium to a large number of people (komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang) (Rakhmat, 2012:185).

Menurut (Vivian, 2015 :451). Komunikasi Massa adalah proses yang dipakai komunikator massa untuk mengirimkan pesan mereka kepada audien massa.

Sumber komunikasi massa bukanlah individu, melainkan suatu organisasi formal (McQuail, 2003 : 33). Organisasi yang mengirim pesan disebut dengan komunikator, secara profesional menyampaikan pesan kepada khalayak. Pesan yang disampaikan melalui komunikasi massa tidak menimbulkan kesan unik atau kecenderungan untuk menjadikan keadaan subjektif, tidak beraneka ragam dan cenderung dapat diperhitungkan.

Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap baik kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Seorang komunikator melalui media massa yang mahir adalah seseorang yang berhasil menemukan metode yang tepat untuk menyiarkan pesannya guna membina *emphaty* dengan jumlah terbanyak diantara komunikannya.

Menurut *Wright* (dalam Tankard 2011:4) didefenisikan komunikasi massa dalam 3 ciri yaitu :

- a. Komunikasi massa diarahkan kepada audiens yang relatif besar, *heterogen*, dan *anonym*.
- b. Pesan-pesan yang disebarkan secara umum, sering dijadwalkan untuk bisa mencapai sebanyak mungkin anggota audiens secara serempak dan sifatnya sementara

- c. Komunikator cenderung berada atau beroperasi dalam sebuah organisasi yang kompleks yang mungkin membutuhkan biaya yang besar.

2.2.1 Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik. Ciri-ciri komunikasi massa ini dapat dibagi kedalam 4 tanda pokok komunikasi massa. Keempat tanda pokok karakteristik komunikasi massa ini disampaikan oleh seorang ahli yaitu Suprpto. Ciri-ciri menurut Suprpto (2006 : 13) tentang keempat tanda pokok tersebut adalah sebagai berikut :

a. Komunikasi massa memiliki sifat komunikan

Hal ini karena sasaran komunikasi massa adalah masyarakat yang relatif besar serta memiliki sifat yang heterogen dan anonim. Masyarakat ini tidak dapat diukur berapa banyak jumlahnya, bagaimana latar belakang pendidikan, usia, agama, suku, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal yang dapat menjadikan semua perbedaan ini melebur adalah kesamaan minat dan kepentingan yang sama.

b. Komunikasi massa memiliki sifat cepat dan serentak

Penyampaian pesan secara serempak ini dilakukan secara bersamaan oleh komunikator kepada komunikan yang memiliki jumlah yang besar. Jika disampaikan secara serentak, maka perhatian komunikan akan berfokus pada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sifat penyampaian pesan yang cepat akan memungkinkan pesan tersebut dapat tersampaikan dalam waktu yang relatif singkat.

c. Komunikasi massa memiliki sifat publik

Sudah jelas bahwa pesan yang ingin disampaikan tersebut ditujukan kepada masyarakat luas, bukan kepada golongan tertentu saja. Sehingga isi pesan yang disampaikan harus lebih umum. Karena mencakup lingkungan yang umum dan universal.

d. Komunikator yang terkoordinir

Karena media massa merupakan sebuah lembaga organisasi, maka komunikasi massa pasti memiliki komunikator yang telah terorganisasi dengan baik dan profesional seperti jurnalis, sutradara, penyiar atau pembawa acara, dan lain sebagainya. Pesan yang akan disampaikan tersebut merupakan hasil kerjasama tim, sehingga keberhasilan sebuah komunikasi massa juga tergantung berdasarkan berbagai faktor di dalam organisasi media massa tersebut.

Selain keempat tanda pokok tersebut, komunikasi massa memiliki karakteristik komunikasi massa konsep klasik. Konsep-konsep tersebut diantaranya adalah ditujukan kepada masyarakat luas, yang heterogen, tersebar, serta tidak terbatas pada batas geografis dan kultural. Karakteristik konsep klasik lainnya adalah bersifat umum, cara penyampaian pesan yang cepat dan menjangkau banyak orang dalam waktu yang singkat, penyampaian pesan bersifat satu arah, kegiatan komunikasi dilakukan dengan secara terencana dan terkonsep, komunikasi dilakukan secara periodik atau berkala, serta pesan yang disampaikan melingkupi seluruh aspek sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

2.3 Bahasa

Bahasa sebagai alat interaksi sosial sangat jelas fungsinya, yakni dalam interaksi, manusia memang tidak dapat terlepas dari bahasa. Menurut Tarigan (dalam Suyanto, 2016:15) bahasa adalah suatu sistem sistematis, barang kali juga untuk sistem generatif.

Sementara itu menurut Keraf dalam Smarapradhipa bahasa sebagai alat komunikasi antara anggota masyarakat berupa simbol bunyi yang dihasilkan oleh alat ucap manusia.

Kemudian menurut Owen dalam Stiawan bahasa yaitu *language can be defined as a socially shared combinations of those symbols and rule governed combinations of those symbols* (Bahasa dapat didefinisikan sebagai kode yang diterima secara sosial atau sistem konvensional untuk menyampaikan konsep melalui kegunaan simbol-simbol yang dikehendaki dan kombinasi simbol.

Dari beberapa uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa bahasa adalah alat komunikasi yang berupa simbol bunyi yang dihasilkan melalui alat ucap manusia untuk berinteraksi.

2.4 Bahasa Informal

Bahasa Informal adalah Bahasa yang dipergunakan dalam keseharian tanpa ada situasi yang resmi atau bisa dikatakan bahasa keakraban. (Sofyan, 2010:36). Situasi percakapan informal adalah percakapan dengan teman sebaya atau seseorang yang lebih muda. Dalam situasi ini, bahasa yang dipergunakan adalah bahasa sehari-hari dengan tanpa adanya situasi yang resmi atau yang dikatakan dengan bahasa keakraban. (Imun, 2014 : 34)

2.4.1 Ragam Informal

Bentuk ragam bahasa informal ini digunakan pada situasi bicara yang sifatnya tidak resmi. Ragam bahasa informal ini biasanya disebut sebagai ragam santai. Kata-kata, kalimat dan wacana dalam ragam informal ini banyak mengandung penanggalan, elipsis, dan penyingkatan-penyingkatan. Oleh karena itu, ragam informal ini juga sering disebut sebagai ragam ringkas. Untuk itu, ciri-ciri ragam informal sama dengan ciri-ciri yang ada dalam ragam tutur ringkas. Jadi, ragam informal dalam bahasa Indonesia maupun ragam informal bahasa Jawa memiliki ciri-ciri yang sama dengan yang ada pada tutur ringkas dalam bahasa Indonesia.

Pudjosudarmo (1979:57) mengemukakan ciri-ciri ragam bahasa informal bahasa Indonesia dan bahasa Jawa sesuai dengan apa yang ada pada tutur ringkas, ialah sebagai berikut:

1. Banyak mengalami penanggalan-penanggalan (deletions);
 - a. penanggalan kalimat dalam wacana;
 - b. penanggalan klausa dan frasa dalam kalimat;
 - c. penanggalan frasa;
 - d. penanggalan suku kata dalam frasa;
2. Banyak yang memperoleh manfaat penggunaan;
 - a. intonasi kalimat;
 - b. kata seru (interjeksi) seperti lho, oh, masyaallah, e dan sebagainya;
 - c. partikel penanda kehendak seperti dong, sih, ya, ah dan kok;
 - d. istilah panggilan (*term address*) seperti pak, buk, mas dan sebagainya;

3. Banyak menunjukkan hal-hal yang sifatnya ekstralinguistik, seperti kepada benda yang ada di sekitar tempat bicara dan kepada pengertian yang dimengerti bersama oleh peserta tutur;
4. Sering mengandung alih kode, baik ke bahasa lain, variasi bahasa lain, maupun sitiran-sitiran langsung seseorang;
5. Sering mengandung inversi kalimat dengan menyalahi susunan kata yang biasanya terjadi pada kalimat normal;
6. banyak mengandung bentuk-bentuk dialek sebagai akibat pengaruh bahasa daerah, baik pada unsur fonologina, morfosintaksisnya, maupun leksikonnya.
7. tipe-tipe kalimat yang terpakai biasanya tipe kalimat tunggal dan majemuk setara yang berfrekuensi tinggi:
8. kata-kata yang terpakai biasanya kata-kata yang tergolong sangat umum dan berfrekuensi tinggi dan bukannya istilah teknik dan idiom yang rumit eksplisit.

Berdasarkan ciri-ciri ragam bahasa informal seperti di atas, maka tutur ringkas yang merupakan ragam informal ini biasanya terjadi apabila dua orang teman, dua orang anggota keluarga, teman sepermainan, teman sepekerjaan, tetangga dekat dan teman sekampung halaman berkomunikasi secara tatap muka. Adanya latar belakang pengalaman hidup yang sama, keinginan hidup yang senada atau mirip, biasanya orang tidak perlu menyajikan semua arti yang hendak dikatakan dari permulaan sampai penghabisan secara tuntas. Si pembicara atau orang pertama tadi cukuplah mengungkapkan hal-hal yang terpenting saja.

Dengan hanya mengungkapkan hal-hal yang penting saja lawan bicara sudah dapat mengerti arti ataupun maksud dan keinginan orang pertama tadi.

2.5 Minat

Minat adalah rasa lebih suka dan rasa ketertarikan pada suatu hal atau aktifitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minatnya. Menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Minat sangat besar pengaruhnya dalam mencapai prestasi dalam suatu pekerjaan, jabatan, atau karir. Tidak akan mungkin orang yang tidak berminat terhadap suatu pekerjaan dapat menyelesaikan pekerjaan tersebut dengan baik. Minat dapat diartikan sebagai rasa senang atau tidak senang dalam menghadapi suatu objek (Mohamad Surya, 2003: 100). Minat berkaitan dengan perasaan suka atau senang dari seseorang terhadap sesuatu objek. Hal ini seperti dikemukakan oleh Slameto (2003: 180) yang menyatakan bahwa minat sebagai suatu rasa lebih suka dan rasa keterikatan pada suatu hal atau aktivitas, tanpa ada yang menyuruh. Minat pada dasarnya adalah penerimaan akan suatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Semakin kuat atau dekat hubungan tersebut, semakin besar minat

2.5.1 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat

Slameto (2003: 180), bahwa Minat tidak dibawa sejak lahir, melainkan diperoleh kemudian. Minat terhadap sesuatu merupakan hasil belajar dan menyokong belajar selanjutnya. Hal ini menggambarkan bahwa minat dapat

ditumbuhkan dan dikembangkan. Minat tidak akan muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba dari dalam diri individu. Minat dapat timbul pada diri seseorang melalui proses. Dengan adanya perhatian dan interaksi dengan lingkungan, maka minat tersebut dapat berkembang. Munculnya minat ini biasanya ditandai dengan adanya dorongan, perhatian, rasa senang, kemampuan, dan kecocokan atau kesesuaian. Timbulnya minat seseorang disebabkan oleh beberapa hal, yaitu rasa tertarik atau rasa senang, perhatian dan kebutuhan. Minat timbul karena perasaan senang serta tendensi yang dinamis untuk berperilaku atas dasar ketertarikan seseorang pada jenis-jenis kegiatan tertentu. Perasaan senang seseorang akan menimbulkan dorongan-dorongan dalam dirinya untuk segera beraktifitas.

Faktor-faktor yang menimbulkan minat pada diri seseorang terhadap sesuatu dapat digolongkan sebagai berikut:

- 1) Faktor kebutuhan dari dalam. Kebutuhan ini dapat berupa kebutuhan yang berhubungan dengan jasmani dan kejiwaan.
 - 2) Faktor motif sosial. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan pengakuan, penghargaan dari lingkungan dimana ia berada.
 - 3) Faktor emosional. Faktor yang merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap suatu kegiatan atau objek tertentu.
- Crow & Crow dalam Yuwono dkk. (2008 : 31), menyebutkan ada tiga aspek minat pada diri seseorang, yaitu:
- a) Dorongan dari dalam untuk memenuhi kebutuhan diri sebagai sumber penggerak untuk melakukan sesuatu.

- b) Kebutuhan untuk berhubungan dengan lingkungan sosialnya yang akan menentukan posisi individu dalam lingkungannya.
- c) Perasaan individu terhadap suatu pekerjaan yang dilakukannya

2.6 Konten

Menurut Simamarta (2010, 23) Konten adalah pokok, tipe, atau unit dari informasi digital. Konten dapat berupa teks, citra, grafis, video, suara, dokumen, laporan-laporan, dan lain-lain. Dengan kata lain, konten adalah semua hal yang dapat dikelola dalam format elektronik.

Menurut Wikipedia Konten adalah informasi yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Penyampaian konten dapat dilakukan melalui berbagai medium seperti internet, televisi, CD audio, bahkan acara seperti konferensi dan pertunjukan panggung. Istilah ini digunakan untuk mengidentifikasi dan menguantifikasi beragam format dan genre informasi sebagai komponen nilai tambah media.

2.7 Video

Arsyad (2011 : 49) menyatakan bahwa video merupakan gambargambar dalam frame, di mana frame demi frame diproyeksikan melalui lensa proyektor secara mekanis sehingga pada layar terlihat gambar hidup. Dari pengertian di atas dapat disimpulkan, bahwa video merupakan salah satu jenis media audio-visual yang dapat menggambarkan suatu objek yang bergerak bersama-sama dengan suara alamiah atau suara yang sesuai. Kemampuan video melukiskan gambar hidup dan suara memberikan daya tarik tersendiri. Video dapat menyajikan informasi, memaparkan proses, menjelaskan konsep-konsep yang rumit,

mengajarkan keterampilan, menyingkat atau memperpanjang waktu, dan mempengaruhi sikap

Menurut Wikipedia Video adalah [teknologi](#) pengiriman [sinyal elektronik](#) dari suatu gambar bergerak. Aplikasi umum dari sinyal video adalah [televisi](#), tetapi dia dapat juga digunakan dalam aplikasi lain di dalam bidang teknik, saintifik, produksi dan keamanan.

2.8 YouTube

Diluncurkan pada bulan Mei 2005, youtube telah memudahkan miliaran orang untuk menemukan, menonton, dan membagikan beragam video. *Youtube* menyediakan forum bagi orang-orang untuk saling berhubungan, memberikan informasi, dan menginspirasi orang lain di seluruh dunia, serta bertindak sebagai platform distribusi bagi pembuat konten asli dan pengiklan, baik yang besar maupun kecil. *Youtube* merupakan salah satu perusahaan milik *google*.

Youtube diciptakan oleh 3 orang mantan karyawan *PayPal* (*website online* komersial), Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim pada Februari 2005. Sejak awal diluncurkan, *youtube* langsung mendapat sambutan baik di masyarakat. *Youtube* adalah video online dan yang utama dari kegunaan situs ini ialah sebagai media untuk mencari, melihat dan berbagi video yang asli ke dan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Budiargo, 2015; 47).

Kehadiran *youtube* membawa pengaruh luar biasa kepada masyarakat, khususnya masyarakat yang memiliki gairah di bidang pembuatan video, mulai dari film pendek, dokumenter, hingga video blog, tetapi tidak memiliki „lahan untuk mempublikasikan karyanya. *Youtube* mudah dipergunakan, tidak

memerlukan biaya tinggi, dan dapat diakses dimanapun, tentunya dengan *gadget* yang kompatibel. Hal itu membuat pembuat video amatir dapat dengan bebas mengunggah konten-konten video mereka untuk dipublikasikan. Jika video mereka mendapat sambutan baik, jumlah *viewers* akan bertambah. *Viewers* banyak akan mengundang pengiklan untuk memasang iklan dalam video-video mereka selanjutnya. Senada dengan televisi, konten program televisi yang disukai masyarakat, dalam hal ini ratingnya tinggi, akan menarik pengiklan secara otomatis.

2.9 Teori Uses and Gratification

Gagasan bahwa penggunaan media bergantung pada kepuasan kebutuhan keinginan atau motif yang dirasakan dari anggota khalayak prospektif hampir setua penelitian media itu sendiri. (McQuail, 2011 : 173)

Asumsi dasar atas pendekatan ini ketika ditemukan kembali dan dielaborasi dua puluh tahun kemudian (pada tahun 1960-an dan 1970-an) adalah sebagai berikut :

- a. Media dan pilihan konten secara umum rasional dan diarahkan kepada tujuan dan kepuasan spesifik tertentu (karenanya khalayak bersifat aktif dan pembentukan khalayak dapat dijelaskan secara logis).
- b. Anggota khalayak sadar akan kebutuhan terkait media yang muncul dalam koindisi pribadi (*individual*) dan sosial (*bersama*) dan dapat menyuarakan ini dalam kaitannya dengan motivasi.
- c. Pada umumnya, ciri budaya dan estetika dari konten kurang berperan dalam menarik khalayak daripada kepuasan akan berbagai kebutuhan

pribadi dan sosial (misalnya untuk relaksaasi, pengalaman bersama, mengisi waktu, dan sebagainya).

- d. Semua atau sebagian besar faktor yang relevan untuk pembentukan khalayak (motif, kepuasan yang diharapkan atau didapatkan, pilihan media, dan variabel latar belakang) pada prinsipnya dapat diukur.

McQuail (2011: 174-175) menyatakan empat asumsi dasar :

- a) Pertama, media memilah dan memilih konten secara sadar dan teroganisir sesuai tujuan yang ingin dicapai (sehingga terbentuknya khalayak yang aktif dapat dijelaskan secara logis).
- b) Kedua, khalayak memiliki kebutuhan pribadi maupun sosial terhadap sebuah media. Oleh karena itu terbentuklah motivasi penggunaan media tertentu.
- c) Ketiga, umumnya konten yang bersifat budaya dan estetika sulit menarik minat khalayak dibandingkan konten yang memenuhi kebutuhan pribadi dan/atau kebutuhan sosial (misalnya kebutuhan relaksasi, pengalaman bersama, mengisi waktu luang, dan sebagainya).
- d) Keempat, hampir semua faktor yang terkait dengan pembentukan khalayak dalam mengkonsumsi sebuah media dapat diukur dengan indikator-indikator yang valid. Teori Uses and Gratifications tidak terlepas dari Teori Nilai-harapan, terkait motif dan kepuasan terhadap motif tersebut.

2.10 Hipotesis

Hipotesis penelitian adalah pernyataan sementara terhadap hasil penelitian. Oleh karenanya hipotesis adalah ramalan terhadap hasil penelitian nanti. Sifat hipotesis yang hanya meramal itu, menyebabkan hipotesis kadang-kadang sesuai dengan hasil penelitian dan kadang pun dapat meleset dari hasil penelitian (Bungin, 2013 : 57).

- a. **H_a** : penggunaan bahasa informal berpengaruh dalam menarik berlangganan di channel youtube Arif Muhammad.
- b. **H₀** : penggunaan bahasa informal tidak berpengaruh dalam menarik minat berlangganan di channel youtube Arif Muhammad.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Berdasarkan hal tersebut terdapat empat kata kunci yang perlu diperhatikan yaitu, cara ilmiah, data, tujuan, dan kegunaan (Sugiyono, 2017:2).

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan metode survei berupa kuisisioner online. Indikator yang digunakan untuk mengetahui apakah penggunaan bahasa informal dalam konten video mak beti dalam menarik minat berlangganan di channel youtube Arif Muhammad.

Metode kuantitatif yang dijelaskan oleh Sugiyono (2017:8), adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistik, dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan.

Selanjutnya adalah metode survei, survei adalah metode riset dengan menggunakan kuesioner sebagai instrument pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu. Dalam survei proses pengumpulan dan analisis data sosial bersifat sangat terstruktur dan mendetail melalui kuisisioner sebagai

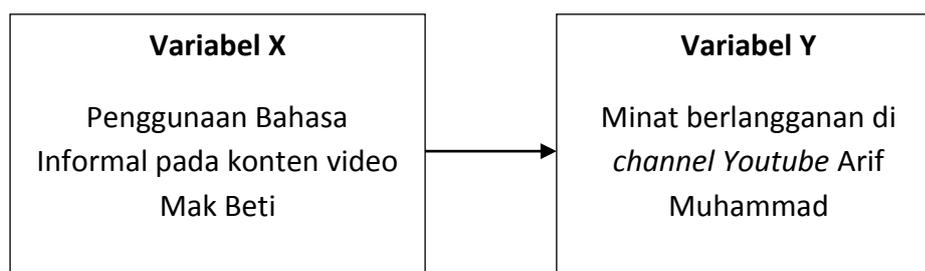
instrumen utama untuk mendapatkan informasi dari sejumlah responden yang diasumsikan mewakili populasi secara spesifik (Kriyantono, 2010:59).

3.2 Kerangka Konsep

Kerangka sebagai hasil dari pemikiran yang rasional merupakan uraian yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang di capai (Nawawi, 2004:40). Konsep merupakan istilah yang mengekspresikan sebuah ide abstrak yang dibentuk dengan menggeneralisasikan objek atau hubungan fakta-fakta yang diperoleh dari pengamatan (Kriyantono, 2012:17).

Variabel yang digunakan adalah variabel pengaruh/bebas dan variabel tergantung/tak bebas.

Variabel pengaruh adalah variabel yang diduga sebagai penyebab atau penadahulu dari variabel lainnya. Variabel ini secara sistematis divariasikan oleh periset. Sedangkan variabel tergantung adalah variabel yang diduga sebagai akibat atau yang dipengaruhi oleh variabel yang mendahuluinya. Variabel ini adalah diobservasi dan nilainya diasumsikan tergantung pada efek dari variabel pengaruh (Kriyantono, 2010:21).



Gambar 3.1 Kerangka Konsep

3.3 Defenisi Konsep

Konsep adalah suatu makna yang berada di alam pikiran atau dunia kepehaman manusia yang dinyatakan kembali dengan sarana lambang perkataan atau kata-kata (Suryanto dan Sutinah, 2005:49).Setelah teori diuraikan dalam kerangka teori, maka selanjutnya adalah merumuskan kerangka konsep. Berdasarkan hal tersebut, maka batasan-batasan masalah konsep yang dipakai dalam penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut:

- a. Konten video merupakan informasi yang disampaikan melalui video.
- b. bahasa informal merupakan alat komunikasi antaraanggota masyarakat yang menggunakan lisan bahasa tidak formal
- c. Menarik Minat yaitu apa saja faktor yang membuat individu tertarik dengan sesuatu.

3.4 Defenisi Operasional

Defenisi operasional atau mengoperasionalisasi variabel adalah petunjuk bagaimana suatu variabel diukur, dengan membaca definisi operasional dalam penelitian maka diketahui baik buruknya variabel tersebut (Singarimbun dan Effendi, 2002:46).

Tabel 3.1 Defenisi Operasional

NO	Variabel	Operasional Variabel
1	Variabel bebas (X)	
	Penggunaan Bahasa Informal pada konten video Mak Beti	1) Penggunaan Kalimat 2) Penggunaan Variasi Bahasa 3) Mengandung Penyalahan Kata 4) Mengandung Bentuk Dialek Bahasa
	Variabel terikat (Y)	1) Faktor Kebutuhan 2) Faktor Motif Sosial 3) Faktor Emosional / Perasaan
2	Minat berlangganan di <i>channel Youtube</i> Arif Muhammad	

3.4.1 Definisi Indikator Variabel

a. Variabel X

Penggunaan kalimat dalam konten video Mak Beti memiliki keunikan yang dapat membuat para pengguna *youtube* suka dengan video yang diunggah

Penggunaan variasi bahasa dalam konten video mak beti juga menjadi salah satu daya tarik karena mak beti mampu memerankan logat bahasa dari suku lainnya.

Mengandung Penyalahan kata dalam konten video mak beti apabila disesuaikan dengan bahasa indonesia yang baik dan benar

Mengandung Bentuk dialek bahasa dalam konten video mak beti karna dialek bahasa yang dia gunakan adalah salah satu hal yang menarik

b. Variabel Y :

Faktor kebutuhan untuk melihat dan mengikuti video videoterbaru Arif Muhammad

Faktor Motif Sosial yang membuat senang mendengar dialek bahasa yang digunakan Arif Muhammad di Channel Youtube miliknya

Faktor Emosional / Perasaan yang membuat rindu akan kampung halaman dan merasa bernostalgia.

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Data yang dikumpulkan dalam penelitian berasal dari sumber yang bervariasi sesuai dengan permasalahan yang diteliti dan tujuan penelitian. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono,2015: 117). Dijelaskan kembali menurut Husaini (2008: 181) populasi adalah penentuan besarnya anggota sampel yang diambil dari anggota populasi dan membatasi berlakunya daerah generalisasi, dengan demikian peneliti menentukan populasi dalam penelitian ini adalah. Jumlah populasi dalam penelitian ini adalah *Subscriber*

Channel Youtube Arif Muhammad sebanyak 2.190.508 pelanggan (per 3 Januari 2019 pukul 21.47 WIB).

3.5.2 Sampel

Sampel menurut Soeharto (1993:85), adalah objek dari populasi yang diambil melalui teknik sampling, yakni cara-cara mereduksi objek penelitian dengan mengambil sebagian saja yang dianggap representatif terhadap populasi (Hikmat, 2011:61).

Rumus Slovin adalah sebuah rumus atau formula untuk menghitung jumlah sampel minimal apabila perilaku dari sebuah populasi tidak diketahui secara pasti. Rumus Slovin ini biasanya jumlah sampel besar sekali, sehingga diperlukan sebuah formula untuk mendapatkan sampel yang sedikit tetapi dapat mewakili keseluruhan populasi.

Untuk menentukan ukuran besarnya sample , peneliti menggunakan rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

Keterangan

n = Jumlah Sampel

N = Jumlah Total Populasi

e = Batas Toleransi Error

Jadi, menurut rumus diatas kemudian diperoleh jumlah sampel *Subscriber Channel Youtube* Arif Muhammad sebanyak 2.190.508 pelanggan (per 3 Januari 2019 pukul 21.47 WIB) dengan presisi 0.1 (10%) maka :

Berikut adalah perhitungan pencarian sampel dengan menggunakan rumus

Slovin :

$$n = \frac{N}{1 + N(e)^2}$$

$$n = \frac{2.190.508}{1 + 2.190.508(0,1)^2}$$

$$n = \frac{2.190.508}{1 + 2.190.508(0,01)}$$

$$n = \frac{2.190.508}{21906,08}$$

$n = 99,9954$ peneliti akan menggenapkan menjadi 100 orang

Pengambilan sampel ini dilakukan dengan *simple random sampling* ialah sampling di mana pemilihan elemen populasi dilakukan sedemikian rupa sehingga setiap elemen tersebut mempunyai kesempatan yang sama untuk terpilih (Suprpto, 2008: 24).

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data kuesioner. Menurut Sugiyono (2013: 119) kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan tertulis pada responden untuk dijawabnya. Responden adalah orang yang akan diteliti (sampel). Kuesioner yang berupa pertanyaan disebarakan kepada reponden sesuai dengan permasalahan yang diteliti.

Jumlah dari pertanyaan variabel X = 6 pertanyaan

Jumlah dari pertanyaan variabel Y = 6 pertanyaan

Instrumen yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian ini adalah skala likert 3 poin. Jawaban responden berupa pilihan dari 3 alternatif yang ada yaitu :

- a. S = Setuju yang diberi skor 3
- b. KS = Kurang Setuju yang diberi skor 2
- c. TS = Tidak Setuju yang diberi skor 1

3.7 Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kuantitatif, analisis data merupakan kegiatan setelah data dari seluruh responden, atau sumber data lain terkumpul (Sugiyono, 2017:147). Analisis yang digunakan adalah untuk menjelaskan ada atau tidaknya pengaruh pada faktor variabel X dan variabel Y maka digunakan analisis deskriptif berdasarkan analisis tabel tunggal. Penelitian menggunakan analisis tabel tunggal yaitu suatu analisa penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan yakni membagi variabel penelitian ke dalam jumlah frekuensi dan presentase.

Data yang terkumpul untuk menguji koefisien korelasi antara dua variabel digunakan rumus Korelasi Product Moment Pearsons yang dikutip oleh (Misbahuddin dan Iqbal Hasan, 2013: 149).

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

Keterangan :

r_{xy} = Koefisien korelasi r

n = Jumlah responden

x = Variabel bebas

y = Variabel terikat

Tabel 3.2**Interval Koefisien Korelasi**

Koefisien Korelasi	Tingkat Hubungan
>0,00 – 0,20	Sangat Rendah
>0,20 – 0,40	Rendah
>0,40 – 0,60	Sedang
>0,60 – 0,80	Kuat
>0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Sumber : Sugiyono (2013: 250)

3.8 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan melalui survey secara online dengan *Google Form* sebagai media pengisian kuesioner, kemudian melakukan penyebaran *link google form* kepada para subscriber pada *channel Youtube* Arif Muhammad. Penelitian ini dilakukan dari bulan Februari - Maret 2019 .

3.9 Deskripsi Ringkas Objek Penelitian

Youtube merupakan aplikasi yang menyediakan konten berupa video populer dimana pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis. Salah satu konten kreator yang mempunyai *channel youtube* populer adalah Arif Muhammad. Dimana video pertama yang di unggah oleh *channel youtube* Arif Muhammad pada tanggal 28 Januari 2017 yang berjudul “cuci muka pakai susu campur ludah, *Nothing Special Couple*”. Setelah mengunggah video pertama tersebut, *Subscriber channel youtube* Arif Muhammad, tidak langsung menarik perhatian para penonton youtube tetapi Arif Muhammad tetap terus berinovasi menciptakan dan mengunggah video baru, dan Arif Muhammad membuat komplikasi video yang sebelumnya dia unggah melalui media sosial instagram, dan Arif Muhammad mulai mendapat perhatian dari para penonton di *youtube* setelah dia membuat cerita mengenai keluarga Beti.

Dalam penelitian ini ditekankan pada *subscriber* atau berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Hasil Penelitian

Pada penelitian ini yang menjadi objek penelitian adalah *Subscriber channel Youtube* Arif Muhammad. Semua responden diberi angket yang berisi 12 pertanyaan, terdiri dari 6 pertanyaan variabel bebas (X) 6 pertanyaan variabel terikat (Y) dan 1 pertanyaan terbuka. Data-data tersebut disajikan dalam bentuk analisa data dengan jumlah responden sebanyak 100 orang.

4.1.1 Karakteristik Responden

Tabel 4.1

Data Responden Menurut Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
1	Laki-Laki	35	35%
2	Perempuan	65	65%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa responden yang berjenis kelamin laki-laki adalah 35 orang (35%), dan perempuan sebanyak 65 orang (65%). Dapat disimpulkan dalam penelitian ini terdapat lebih banyak responden berjenis kelamin perempuan dibandingkan dengan laki-laki.

Tabel 4.2
Data Responden Menurut Usia

No	Usia	Frekuensi	Persentase
1	21-30	55	55%
2	15-20	34	34%
3	31-40	11	11%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa responden yang berusia 21-30 tahun sebanyak 55 orang (55%), 15-20 tahun 34 orang (34%), dan 31-40 tahun sebanyak 11 orang (11%). Dan dapat disimpulkan bahwa responden penelitian ini lebih banyak pada usia rata-rata 21-30 tahun.

Tabel 4.3
Data Responden Menurut Pulau

No	Pulau	Frekuensi	Persentase
1	Sumatera	55	55%
2	Jawa	33	33%
3	Kalimantan	11	11%
4	Sulawesi	2	2%
5	Papua	0	0
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Berdasarkan tabel, dapat diketahui bahwa responden yang berasal dari pulau Sumatera sebanyak 55 orang (55%), Jawa sebanyak 33 orang (33%), Kalimantan sebanyak 11 orang (11%), Sulawesi sebanyak 2 orang (2%), dan yang berasal dari papua 0%. Dari hasil ini dapat dinyatakan jika responden yang berasal dari pulau Sumatera lebih banyak daibandingkan dari pulau lain.

Tabel 4.4
Data Responden Menurut Status

No	Status	Frekuensi	Persentase
1	Pelajar	18	18%
2	Mahasiswa	55	55%
3	Pekerja	27	27%
Jumlah		100	100%

Sumber : Hasil Penelitian 2019

Dari hasil tabel, terdapat responden yang Pelajar sebanyak 18 orang (18%), Mahasiswa 55 orang (55%), dan Pekerja sebanyak 27 orang (27%). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa status mahasiswa merupakan jawaban yang paling banyak dijawab oleh responden.

4.1.2 Penyajian Data

a. Variabel X : Bahasa Informal

Tabel 4.5
Penggunaan Kalimat Dalam Video Memiliki Keunikan

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	98	98%
2	Kurang Setuju	2	2%

3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.5, didapatkan hasil jawaban dari responden sebanyak 98 (98%) Setuju dan yang Kurang Setuju ada 2 (2%). Dsri hasil ini dapa disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai Penggunaan kalimat yang digunakan dalam konten video mak beti memiliki keunikan sudah efektif.

Tabel 4.6
Intonasi Kalimat Dalam Konten Video Mak Beti Menarik Didengar

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	99	99%
2	Kurang Setuju	1	1%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil dari tabel 4.6, responden yang menjawab Setuju ada sebanyak 99 orang (99%) dan yang Kurang Setuju hanya 1 orang. Dari hasil ini dapa dinyatakan bahwa pertanyaan mengenai Intonasi Kalimat Dalam Konten Video Mak Beti Menarik Didengar sudah efektif karena hamper seluruh responden menjawab dengan Setuju.

Tabel 4.7
Istilah Panggilan Dalam Video Mak Beti Menarik

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	91	91%
2	Kurang Setuju	7	7%
3	Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.7, dari hasil yang didapat ada sebanyak 91 responden (91%) yang menjawab Setuju, 7 orang yang menjawab Kurang Setuju (7%) dan sebanyak 2 orang (2%) yang menjawab Tidak Setuju. Untuk itu dapat dinyatakan bahwa hasil dari pertanyaan tentang Istilah Panggilan Dalam Video Mak Beti Menarik sudah efektif.

Tabel 4.8
Dalam Konten Video Mak Beti Mengandung Banyak Variasi Bahasa

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	97	97%
2	Kurang Setuju	3	3%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4.8, didapatkan hasil jawaban dari responden sebanyak 97 orang (97%) yang menjawab Setuju dan sebanyak 3 orang (3%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Hasil ini menunjukkan hasil jika pertanyaan Dalam Konten Video Makbeti Mengandung Banyak Variasi Bahasa sudah efektif.

Tabel 4.9
Dalam Video Banyak Mengandung Kesalahan Penggunaan Kalimat

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	96	96%
2	Kurang Setuju	4	4%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.9, didapatkan hasil jawaban sebanyak 96 orang (96%) yang menjawab Setuju dan 4 orang (4%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hasil jawaban dari pertanyaan Dalam Tayanagan Video Mak Beti Banyak Mengandung Kesalahan Pada Penggunaan Kalimat sudah efektif.

Tabel 4.10

Dalam Konten Video Mak Beti Terdapat Beberapa Bentuk Dialek Bahasa

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	96	96%
2	Kurang Setuju	4	4%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4.10, didapatkan hasil sebanyak 96 orang responden (96%) yang menjawab Setuju dan yang menjawab Kurang Setuju ada sebanyak 4 orang (4%). Dari hasil ini dapat dinyatakan bahwa pertanyaan mengenai Dalam

Konten Video Mak Beti Terdapat Beberapa Bentuk Dialek Bahasa dapat dinyatakan efektif.

b. Variabel Y : Minat

Tabel 4.11

Merasa Memiliki Faktor Kebutuhan Untuk Melihat Video Mak Beti

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	91	91%
2	Kurang Setuju	9	9%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4.11, didapatkan hasil jawaban dari respon sebanyak 91 orang (91%) menjawab Setuju dan yang menjawab Kurang Setuju ada 9 orang (9%) responden. Dari hasil ini dinyatakan bahwa jawaban dari pertanyaan Merasa Memiliki Dorongan Untuk Berlangganan Video Mak Beti sudah efektif.

Tabel 4.12

Logat Bahasa Daerah Menjadi Motif Menyukai Konten Video Mak Beti

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	98	98%
2	Kurang Setuju	2	2%
3	Tidak Setuju	0	0%

Jumlah	100	100%
---------------	------------	-------------

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan tabel 4.12, didapatkan hasil jawaban dari responden sebanyak 98 orang (98%) yang menjawab dengan Setuju dan 2 orang (2%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dan dari hasil ini dapat dinyatakan jika jawaban dari pertanyaan tentang Logat Bahasa Daerah Menjadi Motif Menyukai Konten Video Mak Beti sudah efektif.

Tabel 4.13

Konten Video Mak Beti Mampu Memenuhi Kebutuhan Sosial Kamu

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	84	84%
2	Kurang Setuju	13	13%
3	Tidak Setuju	3	3%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.13, didapatkan hasil sebanyak 84 orang (84%) menjawab dengan Setuju, 13 orang (13%) menjawab Kurang Setuju dan yang menjawab Tidak Setuju terdapat sebanyak 3 orang (3%). Dari hasil ini dapat disimpulkan bahwa hasil jawaban dari pertanyaan mengenai Konten Video Mak Beti Mampu Memenuhi Kebutuhan Sosial Kamu sudah efektif.

Tabel 4.14

Merasa Senang Dengan Alur Cerita dan Logat Bahasa Dalam Video

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	95	95%
2	Kurang Setuju	5	5%
3	Tidak Setuju	0	0%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.14, dapat dinyatakan bahwa sebanyak 95 orang (95%) menjawab dengan Setuju dan sebanyak 5 orang (5%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dalam hal ini dapat dinyatakan jika hasil dari pertanyaan mengenai Merasa Senang Dengan Alur Cerita dan Logat Bahasa Dalam Video sudah efektif.

Tabel 4.15

Konten Video Mak Beti Mampu Membangkitkan Minat Pengetahuan Logat

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	91	91%
2	Kurang Setuju	8	8%
3	Tidak Setuju	1	1%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.15, didapatkan hasil jawaban dari responden sebanyak 91 orang (91%) menjawab Setuju, 8 orang (8%) yang menjawab Kurang Setuju dan sebanyak 1 orang (1%) yang menjawab Tidak Setuju. Dari

hasil ini dapat disimpulkan bahwa hasil dari pertanyaan mengenai Konten Video Mak Beti Mampu Membangkitkan Minat Pengetahuan Logat sudah efektif.

Tabel 4.16

Memiliki Minat Mempelajari Logat Bahasa Dalam Video

No	Kategorisasi	Frekuensi	Persentase
1	Setuju	66	66%
2	Kurang Setuju	32	32%
3	Tidak Setuju	2	2%
Jumlah		100	100%

Hasil Penelitian, 2019

Berdasarkan hasil tabel 4.16, didapatkan hasil sebanyak 66 orang (66%) yang menjawab dengan Setuju, 32 orang (32%) menjawab Kurang Setuju dan sebanyak 2 orang (2%) menjawab dengan Tidak Setuju. Dari hasil tabel ini dapat disimpulkan bahwa pertanyaan mengenai Memiliki Minat Mempelajari Logat Bahasa Dalam Video dinyatakan sudah efektif.

4.1.3 Hasil Uji Statistik

Tabel 4.17

Tabulasi Hasil Data Variabel X

Bahasa Informal

No	Nomor Instrumen (Pertanyaan)						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	2	3	3	3	17
7	3	3	3	3	3	2	17
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	3	3	3	3	3	18
11	3	3	3	3	3	3	18
12	3	3	3	3	3	3	18
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	3	3	3	18
17	2	3	3	3	3	3	17
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	3	3	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	18
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	3	3	3	3	18

32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	3	3	3	3	3	3	18
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	3	3	3	3	3	18
37	3	3	3	3	3	3	18
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	3	3	3	3	3	18
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	3	3	3	3	18
46	3	3	2	3	3	3	17
47	3	3	2	3	3	3	17
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	2	3	3	3	17
51	3	3	3	3	3	3	18
52	3	3	2	3	3	3	17
53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	3	3	3	3	3	18
55	3	3	3	3	3	2	17
56	3	3	3	3	3	3	18
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	3	3	18
65	3	3	3	3	3	3	18
66	3	3	2	3	3	3	17
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	3	2	3	3	3	17
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	3	3	3	3	3	18

72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	2	3	3	3	3	17
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	2	3	17
76	3	3	3	3	3	3	18
77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	3	18
80	3	3	3	3	3	3	18
81	3	3	3	3	3	3	18
82	2	3	2	3	2	2	14
83	3	3	3	3	3	3	18
84	3	3	3	2	3	3	17
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	3	3	3	2	2	16
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	18
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	3	3	3	3	18
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	3	2	3	3	17
98	3	3	3	3	2	3	17
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	3	3	18

Tabel 4.18
Tabulasi Hasil Data Variabel Y
Minat

No	Nomor Instrumen (Pertanyaan)						Total
	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	3	18
5	2	3	2	2	3	2	14
6	3	3	2	3	3	2	16
7	3	3	2	3	3	2	16
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	3	3	3	3	2	16
10	3	3	2	3	3	2	16
11	2	3	3	3	3	3	17
12	3	3	3	3	3	2	17
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	2	17
16	3	3	3	3	3	3	18
17	2	3	2	3	2	3	15
18	3	3	3	3	3	2	17
19	3	3	3	3	3	2	17
20	3	3	3	3	3	3	18
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	2	17
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18

33	3	3	3	3	3	3	18
34	3	3	3	3	3	3	18
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	3	3	3	3	2	17
37	3	3	3	3	3	3	18
38	3	3	3	3	3	2	17
39	3	3	3	3	3	2	17
40	3	3	3	3	3	2	17
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	2	17
45	3	3	3	3	3	3	18
46	3	3	3	3	3	3	18
47	3	3	3	3	3	2	17
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	2	17
50	3	3	3	3	3	2	17
51	3	3	3	3	3	2	17
52	3	3	3	2	3	2	16
53	3	3	3	3	3	2	17
54	3	3	3	3	3	2	17
55	3	3	3	3	3	2	17
56	3	3	3	3	3	2	17
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	3	2	17
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	3	3	18
65	3	3	3	3	3	2	17
66	3	3	3	3	3	3	18
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	3	3	3	3	3	18
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	3	3	3	3	3	18
72	3	3	3	3	3	3	18

73	2	2	2	1	2	2	11
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	2	3	3	3	17
76	3	3	3	3	3	3	18
77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	2	17
80	3	3	3	3	3	2	17
81	3	3	3	3	3	3	18
82	3	3	3	3	3	3	18
83	2	3	2	2	3	3	15
84	3	3	3	2	3	2	16
85	3	3	3	3	3	3	18
86	2	3	2	2	3	2	14
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	2	3	2	3	16
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	3	3	3	3	18
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	2	2	2	2	3	14
98	3	3	3	3	3	2	17
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	3	3	18

4.2 Pembahasan

Pada pertanyaan variabel X berdasarkan data tabel tunggal diatas dapat disimpulkan bahwa pendapat responden tentang penggunaan kalimat dalam video memiliki keunikan sebanyak 98 orang (98%) menjawab setuju, dan 2 orang (2%) yang menjawab kurang setuju. Dan untuk menjawab pertanyaan intonasi kalimat dalam konten video Mak Beti menarik untuk didengar sebanyak 99 orang (99%) dan 1 orang (1%) yang menjawab kurang setuju. Dari hasil ini menunjukkan bahwa indikator dari variabel x yaitu penggunaan kalimat sudah efektif .

Terkait dengan pertanyaan istilah panggilan dalam video Mak Beti menarik sebanyak 91 orang (91%) yang menjawab Setuju, 7 orang (7%) menjawab kurang setuju dan sebanyak 2 orang (2%) yang menjawab Tidak Setuju., dan pertanyaan dalam konten video Mak Beti mengandung banyak variasi bahasa sebanyak 97 orang (97%) yang menjawab Setuju dan sebanyak 3 orang (3%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dari hasil ini menunjukkan bahwa indikator dari variabel kedua yaitu penggunaan variasi bahasa sudah efektif.

Pada pertanyaan Dalam video banyak mengandung kesalahan penggunaan kalimat sebanyak 96 orang (96%) yang menjawab Setuju dan 4 orang (4%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Terkait pertanyaan dalam konten video Mak Beti Terdapat beberapa bentuk dialek bahasa sebanyak 96 orang responden (96%) yang menjawab Setuju dan yang menjawab Kurang Setuju ada sebanyak 4 orang (4%).

Pada pertanyaan dari variabel Y tentang anda merasa memiliki faktor kebutuhan untuk menonton video Mak Beti sebanyak 91 orang (91%) menjawab Setuju dan yang menjawab Kurang Setuju ada 9 orang (9%) responden.

Terkait pertanyaan logat bahasa daerah menjadi motif menyukai konten video Mak Beti sebanyak 98 orang (98%) yang menjawab dengan Setuju dan 2 orang (2%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dan pertanyaan logat bahasa daerah menjadi motif menyukai konten video Mak Beti sebanyak 98 orang (98%) yang menjawab dengan Setuju dan 2 orang (2%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Pada pertanyaan konten video Mak Beti mampu memenuhi kebutuhan sosial kamu sebanyak 84 orang (84%) menjawab dengan Setuju, 13 orang (13%) menjawab Kurang Setuju. Dari hasil ini menunjukkan bahwa indikator dari variabel y kedua yaitu Faktor Motif Sosial sudah efektif.

Pada pertanyaan Merasa Senang Dengan Alur Cerita dan Logat Bahasa Dalam Video bahwa sebanyak 95 orang (95%) menjawab dengan Setuju dan sebanyak 5 orang (5%) yang menjawab dengan Kurang Setuju. Dan pertanyaan konten video Mak Beti mampu membangkitkan minat pengetahuan logat sebanyak 91 orang (91%) menjawab Setuju, 8 orang (8%) yang menjawab Kurang Setuju dan sebanyak 1 orang (1%) yang menjawab Tidak Setuju. Hasil dari pertanyaan ini memberikan hasil jika indikator ke tiga dari minat yaitu Faktor Emosional atau Perasaan yaitu mendapat hasil yang efektif.

Dan pada pertanyaan terbuka yang penulis lakukan ada beberapa faktor lainnya yang membuat pengguna *youtube* berlangganan *channel youtube* Arif Muhammad diantaranya, karena pengeditan video yang sangat bagus dan tempat

syuting video dipedesaan sangat menarik dengan alur cerita, kemudian responden juga memberi tanggapan Arif Muhammad yang berkeja keras dalam memerankan banyak karakter, namun tetap pada ciri khas masing-masing, walaupun durasi videonya lama, tetapi tidak pernah bosan untuk menontonnya. Responden juga mengatakan bahwa videonya sangat menarik, ceritanya bagus beserta unik, karakter dalam video lucu, latar tempat pengambilan video sangat menarik, alur ceritanya menarik untuk terus diikuti, beberapa responden menjawab mengapa mereka berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad karena, rindu suasana rumah.

Menurut hasil yang didapatkan dari kuesioner dapat dikatakan bahwa Penggunaan Bahasa Informal pada konten video Mak Beti berpengaruh dalam menarik minat berlangganan di channel Youtube Arif Muhamma

4.2.1 Uji Korelasi Product Moment Pearson

Tabel 4.19

**PERHITUNGAN VARIABEL (X) DAN VARIABEL (Y) UNTUK
ANALISIS KORELASI PRODUCT MOMENT PEARSON**

No	X	Y	X ²	Y ²	XY
1	18	18	324	324	324
2	18	18	324	324	324
3	17	18	289	324	306
4	18	18	324	324	324
5	18	14	324	196	252
6	17	16	289	256	272
7	17	16	289	256	272
8	18	18	324	324	324
9	18	16	324	256	288
10	18	16	324	256	288
11	18	17	324	289	306
12	18	17	324	289	306
13	18	18	324	324	324
14	18	18	324	324	324
15	18	17	324	289	306
16	18	18	324	324	324
17	17	15	289	225	255
18	18	17	324	289	306
19	18	17	324	289	306
20	18	18	324	324	324
21	18	18	324	324	324
22	18	17	324	289	306
23	18	18	324	324	324
24	18	18	324	324	324
25	18	18	324	324	324
26	18	18	324	324	324
27	18	18	324	324	324
28	18	18	324	324	324

29	18	18	324	324	324
30	18	18	324	324	324
31	18	18	324	324	324
32	18	18	324	324	324
33	18	18	324	324	324
34	18	18	324	324	324
35	18	18	324	324	324
36	18	17	324	289	306
37	18	18	324	324	324
38	18	17	324	289	306
39	18	17	324	289	306
40	18	17	324	289	306
41	18	18	324	324	324
42	18	18	324	324	324
43	18	18	324	324	324
44	18	17	324	289	306
45	18	18	324	324	324
46	17	18	289	324	306
47	17	17	289	289	289
48	18	18	324	324	324
49	18	17	324	289	306
50	17	17	289	289	289
51	18	17	324	289	306
52	17	16	289	256	272
53	18	17	324	289	306
54	18	17	324	289	306
55	17	17	289	289	289
56	18	17	324	289	306
57	18	18	324	324	324
58	18	18	324	324	324
59	18	18	324	324	324
60	18	18	324	324	324
61	18	17	324	289	306
62	18	18	324	324	324
63	18	18	324	324	324
64	18	18	324	324	324
65	18	17	324	289	306

66	17	18	289	324	306
67	18	18	324	324	324
68	17	18	289	324	306
69	18	18	324	324	324
70	18	18	324	324	324
71	18	18	324	324	324
72	18	18	324	324	324
73	17	11	289	121	187
74	18	18	324	324	324
75	17	17	289	289	289
76	18	18	324	324	324
77	18	18	324	324	324
78	18	18	324	324	324
79	18	17	324	289	306
80	18	17	324	289	306
81	18	18	324	324	324
82	14	18	196	324	252
83	18	15	324	225	270
84	17	16	289	256	272
85	18	18	324	324	324
86	16	14	256	196	224
87	18	18	324	324	324
88	18	16	324	256	288
89	18	18	324	324	324
90	18	18	324	324	324
91	18	18	324	324	324
92	18	18	324	324	324
93	18	18	324	324	324
94	18	18	324	324	324
95	18	18	324	324	324
96	18	18	324	324	324
97	17	14	289	196	238
98	17	17	289	289	289
99	18	18	324	324	324
100	18	18	324	324	324
Jumlah	$\Sigma 1778$	$\Sigma 1736$	$\Sigma 31644$	$\Sigma 30264$	$\Sigma 30887$

Berdasarkan tabel 4.18 di atas, dapat diperoleh nilai sebagai berikut:

$$\begin{aligned} N & : 100 \\ X & : 1778 \\ Y & : 1736 \\ \sum X^2 & : 31644 \\ \sum Y^2 & : 30264 \\ \sum xy & : 30887 \end{aligned}$$

Selanjutnya nilai-nilai tersebut dimasukkan kedalam rumus korelasi *Product Moment Pearson* untuk mengetahui ada tidaknya pengaruh antara variabel bebas dengan variabel terikat, terlebih dahulu dicari nilai r_{XY} sebagai

$$\begin{aligned} r_{xy} &= \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}} \\ &= \frac{100(30887) - (1778)(1736)}{\sqrt{[100(31644) - (1778)^2][100(30264) - (1736)^2]}} \\ &= \frac{3088700 - 3086608}{\sqrt{[3164400 - 3161284][3026400 - 3013696]}} \\ &= \frac{2092}{\sqrt{[3116][12704]}} \\ &= \frac{2092}{\sqrt{39585664}} \\ &= \frac{2092}{6291,71} \\ &= 0,333 \end{aligned}$$

Hasil dari perhitungan di atas diperoleh bahwa nilai r_{XY} sebesar 0,333.

Untuk menunjukkan ada tidaknya hubungan antara variabel X dan variabel Y maka digunakan pedoman koefisien korelasi, dengan membandingkan nilai r_{XY} hitung sebesar 0,333 dan r tabel dengan $N = 100$ sebesar 0,197. Maka ini

menunjukkan bahwa $r_{tabel} 0,197 < r_{XY} \text{ hitung } 0,333$ bahwa H_a diterima H_o ditolak. Dari hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh hubungan antara variabel X (Penggunaan Bahasa Informal) terhadap variabel Y (Minat Berlangganan di Channel Youtube Arif Muhammad).

4.2.2 Hasil Uji Hipotesis

Melihat perbandingan R_{xy} hitung sebesar 0,333 dan r tabel dengan $N = 100$ sebesar 0,197 menunjukkan bahwa $r_{XY} \text{ hitung } 0,333 > r_{tabel} 0,197$. Maka H_a diterima dan H_o ditolak. Dari hasil tersebut menunjukkan adanya pengaruh hubungan variabel X (Penggunaan Bahasa Informal pada konten Video Mak Beti) terhadap variabel Y (Minat Berlangganan di *Channel Youtube* Arif Muhammad).

Dengan demikian hasil uji hipotesis pada penelitian ini adalah adanya pengaruh penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad.

BAB V

PENUTUP

5.1 Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian dan hasil analisis data yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, maka kesimpulan yang diperoleh dari penelitian yang berjudul “Penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad” adalah sebagai berikut:

- a. Dapat diketahui bahwa penggunaan bahasa informal berpengaruh terhadap minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad
- b. Bahasa Informal dengan berbagai macam logat yang ada didalam konten video Mak Beti dapat membuat para pengguna *youtube* menyukai video yang di unggah oleh Arif Muhammad
- c. Penggunaan bahasa informal yang dilakukan Arif Muhammad dapat membuat para pengguna *youtube* merasa senang dan terhibur.
- d. Logat dan cerita yang disajikan oleh Arif Muhammad di *channel youtube* miliknya nyatanya dapat membuat pengguna *youtube* berlangganan di *channel* milik Arif Muhammad dan video yang diunggahnya selalu menjadi *trending* di *youtube* Indonesia.
- e. Motif lain yang membuat para pengguna *youtube* berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad adalah karena memiliki perasaan emosional dan rindu akan suasana kampung halaman.

Berdasarkan hasil penelitian diperoleh angka indeks Korelasi Product Moment antara variabel bebas X (Penggunaan Bahasa Informal pada konten Video Mak Beti) terhadap variabel Y (Minat Berlangganan di *Channel Youtube* Arif Muhammad), diperoleh nilai r_{XY} sebesar 0,333. Lalu membandingkan nilai r_{XY} hitung sebesar 0,333 dan r tabel sebesar 0,197. Maka menunjukkan hasil bahwa $r_{XY} 0,333 > r$ tabel 0,197. Dengan demikian hipotesis alternatif (H_a) diterima (H_o) ditolak. Dapat disimpulkan bahwa adanya pengaruh penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di *channel youtube* Arif Muhammad diperoleh hasil nilai r_{XY} sebesar 0,333 dan jika dilihat dari tabel interval koefisien korelasi memiliki tingkat hubungan yang rendah.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penggunaan bahasa informal pada konten video Mak Beti dalam menarik minat berlangganan di channel youtube Arif Muhammad, maka dapat dikemukakan saran-saran sebagai berikut :

1. Dengan adanya konten kreator seperti Arif Muhammad yang mengangkat bahasa informal atau gaya bahasa dalam konten videonya, membuat banyak konten kreator lainnya terinspirasi, dan juga membuat cerita dengan bentuk video dan diunggah melalui *youtube* untuk memperkenalkan logat bahasa dari berbagai macam ragam bahasa yang ada di Indonesia.
2. Karena video milik Arif Muhammad mendapat perhatian dari pengguna *youtube*, diharapkan Arif Muhammad terus berinovasi menciptakan video-video terbaru tanpa meninggalkan ciri khas dari keluarga Beti.

DAFTAR PUSTAKA

- Arsyad, Azhar. 2011. *Media Pembelajaran*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Baran, Stanley J. 2012. *Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya*. Jakarta : Erlangga.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi : Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Budiargo, Dian. 2015. *Berkomunikasi ala Net Generation*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo Kompas Gramedia.
- Imun, Apin. 2014. *Lancar Ngobrol Bahasa Prancis Sehari-hari*. Yogyakarta : Kawah Media.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi : Disertai contoh Praktis Riset Media, Public Relation, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Manurung. 2013. *Statistik Pendidikan*. Jakarta: Halaman Moeka.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa Mcquail Edisi 6-buku 2*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Mufid, Muhammad. 2010. *Komunikasi dan Regulasi Penyiaran*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Rivers, William L. Jay W. Jensen. dkk. 2012. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta : Prenada Media Group.
- Ruliana, Poppy. 2014. *komunikasi organisasi Teori dan Studi Kasus*. Jakarta : RajaGrafindo Persada.
- Severin J, Werner. James W. Tankard, Jr. 2011. *Teori Komunikasi Sejarah, Metode dan Terapan di Dalam Media Massa*. Jakarta : Kencana.
- Simarmata, Janner. 2010. *Rekayasa WEB*. Yogyakarta: Penerbit Andi
- Slameto. 2003. *Belajar dan Faktor-faktor yang mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.

Sofian, Ifank.2010. *Panduan Lengkap & Mudah Belajar Bahasa Korea Untuk Pemula*. Jakarta : Tangga Pustaka.

Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.

_____. 2017.*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Sumatrono, 2002. *Terperangkap Dalam Ikan Meneropong Imbas Pesan Iklan Televisi*. Bandung : Alfabeta

Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta : Media Pressindo.

Suyanto, Edi. 2016. *Bahasa Cermin Cara Berpikir dan Bernalar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Vivian, John. 2015. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Prenadamedia Group

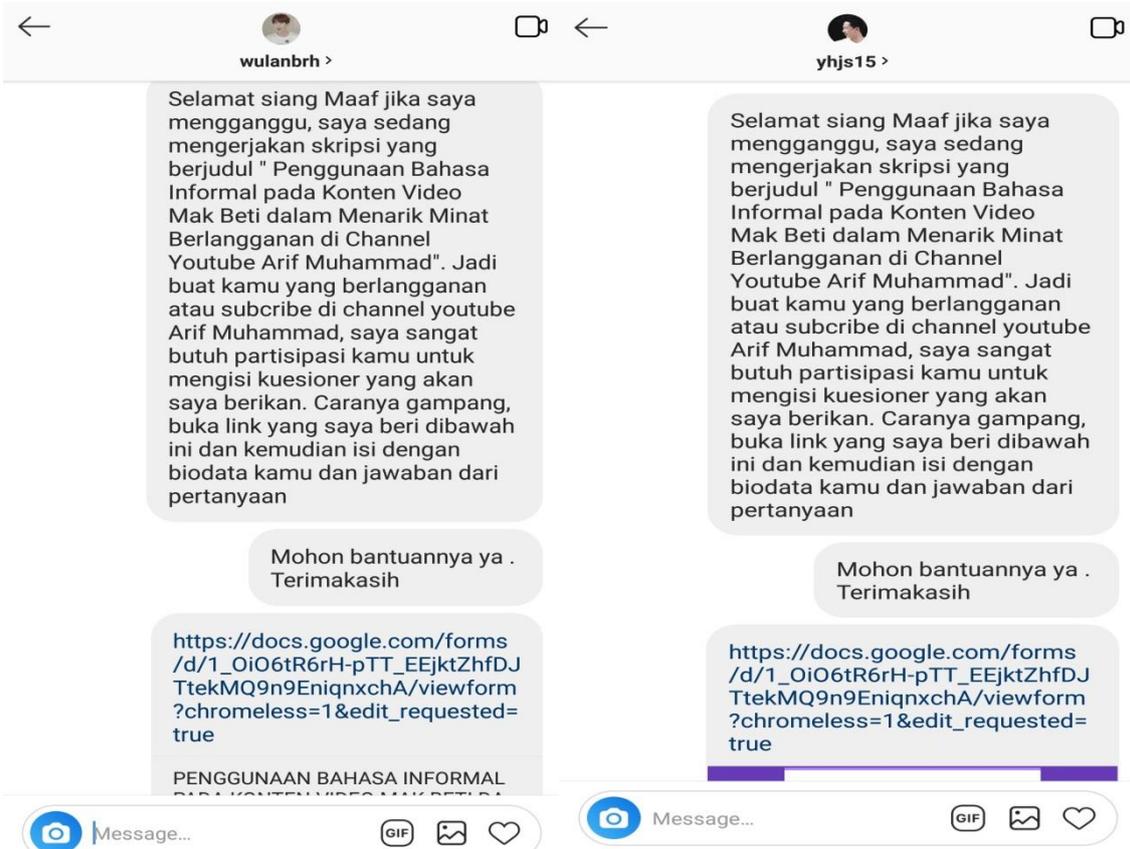
Internet :

http://hidayatvanbommel.blogspot.com/2012/12/ragam-dan-variasi-bahasa_21.html Diakses pada (4 Januari 2019)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Konten> Diakses pada (18 Desember 2018)

<https://id.wikipedia.org/wiki/Video> Diakses pada (20 Desember 2018)

LAMPIRAN



← 🎨 ▶ ⋮ f

PENGUNAAN BAHASA INFORMAL PA

PERTANYAAN TANGGAPAN **100**

100 tanggapan + ⋮

RINGKASAN **INDIVIDUAL** Menerima tanggapan

Nama

100 tanggapan

- Sufi Khairani Adwyah
- Puput Anggraini
- Nadila Nasution
- Ismi Mawaddah Putri
- Elfira
- Selvie mutia
- Liza irhamna

← 🎨 ▶ ⋮ f

PERTANYAAN **TANGGAPAN 100**

PENGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD

Mohon bantuannya ya, kuesioner ini saya tujuan untuk memenuhi salah satu syarat untuk menyelesaikan skripsi saya.

*** Wajib**

Nama *

Sufi Khairani Adwyah

Usia *

15-20

21-30

--	--	--

KUESIONER PENELITIAN

Saya Firda Nuzuli Nasution, mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sumatra Utara (UMSU) Program Studi Ilmu Komunikasi. Saat ini saya sedang melakukan penelitian yang berjudul“ PENGGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK METI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD” .Sehubung dengan hal tersebut saya bermaksud meminta ketersediaan anda dengan mengisi kuesioner dibawah ini. Seluruh data yang anda berikan akan bersifat rahasia dan hanya akan digunakan untuk kepentingan penelitian. Atas seluruh waktu dan kerjasama yang anda berikan saya ucapkan terimakasih.

IDENTITAS RESPONDEN

Nama :
Pulau :
Status :
Jenis Kelamin :
Usia :

Penggunaan Bahasa Informal pada Konten Video Mak Beti dalam Menarik Minat Berlangganan di Channel Youtube Arif Muhammad

1. Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui apakah penguunaan bahasa informal pada konten video mak beti dalam menarik minat berlangganan dichannel Youtube Arif Muhammad
2. Beri tanda centang pada salah satu kotak jawaban yang anda pilih
3. Saya Berlangganan Channel Youtube Arif Muhammad karena :

NO	PERTANYAAN	S	KS	TS
Pertanyaan Variabel X (Bahasa Informal)				
1	Penggunaan Kalimat Yang Digunakan Dalam Konten Video Mak Beti Memiliki Keunikan			
2	Intonasi Kalimat Dalam Konten Video Mak Beti Menarik Untuk Didengar			
3	Istilah Panggilan Dalam Video Mak Beti Menarik			
4	Dalam Konten Video Mak Beti Mengandung Banyak Variasi Bahasa			
5	Dalam Tayangan Video Mak Beti Banyak Mengandung Kesalahan Pada Penggunaan Kalimat			
6	Dalam konten video mak beti terdapat beberapa bentuk dialek bahasa			
Pertanyaan Variabel Y (Minat)				
7	Anda Merasa Memiliki Faktor Kebutuhan Untuk Menonton Video Mak Beti			
8	Logat Bahasa Daerah Menjadi Motif Kamu Menyukai Konten Video Mak Beti			
9	Konten Video Mak Beti Mampu Memenuhi Kebutuhan Sosial Kamu			
10	Konten Video Mak Beti Mampu Membangkitkan Minat Kamu Terhadap Pengetahuan Logat Daerah			

11	Kamu Merasa Senang Dengan Alur Cerita Dan Logat Bahasa Dalam Konten Video Mak Beti			
12	Kamu Memiliki Minat Untuk Mempelajari Logat Bahasa Dalam Video Mak Beti			

Selain Beberapa Pertanyaan diatas, Apakah Ada Faktor Lain Yang Membuat Anda Berlangganan di Channel Youtube Arif Muhammad ?

Tabel Nilai Kritis R Pearson (P=0,5)

N	DB	R
3	1	0,997
4	2	0,950
5	3	0,878
6	4	0,811
7	5	0,754
8	6	0,707
9	7	0,666
10	8	0,632
11	9	0,602
12	10	0,576
13	11	0,553
14	12	0,532
15	13	0,514
16	14	0,497
17	15	0,482
18	16	0,468
19	17	0,456
20	18	0,444
21	19	0,433
22	20	0,423
23	21	0,413
24	22	0,404
25	23	0,396
26	24	0,388
27	25	0,381
28	26	0,374
29	27	0,367
30	28	0,361
31	29	0,355
32	30	0,349
33	31	0,344
34	32	0,339
35	33	0,334

N	DB	R
36	34	0,329
37	35	0,325
38	36	0,320
39	37	0,316
40	38	0,312
41	39	0,308
42	40	0,304
43	41	0,301
44	42	0,297
45	43	0,294
46	44	0,291
47	45	0,288
48	46	0,285
49	47	0,282
50	48	0,279
51	49	0,276
52	50	0,273
53	51	0,271
54	52	0,268
55	53	0,266
56	54	0,263
57	55	0,261
58	56	0,259
59	57	0,256
60	58	0,254
61	59	0,252
62	60	0,250
63	61	0,248
64	62	0,246
65	63	0,244
66	64	0,242
67	65	0,240
68	66	0,239

N	DB	R
69	67	0,237
70	68	0,235
71	69	0,234
72	70	0,232
73	71	0,230
74	72	0,229
75	73	0,227
76	74	0,226
77	75	0,224
78	76	0,223
79	77	0,221
80	78	0,220
81	79	0,219
82	80	0,217
83	81	0,216
84	82	0,215
85	83	0,213
86	84	0,212
87	85	0,211
88	86	0,210
89	87	0,208
90	88	0,207
91	89	0,206
92	90	0,205
93	91	0,204
94	92	0,203
95	93	0,202
96	94	0,201
97	95	0,200
98	96	0,199
99	97	0,198
100	98	0,197
101	99	0,196

Tabulasi Hasil Data Variabel X

Bahasa Informal

No	Nomor Instrumen (Pertanyaan)						Total
	1	2	3	4	5	6	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	2	3	3	17
4	3	3	3	3	3	3	18
5	3	3	3	3	3	3	18
6	3	3	2	3	3	3	17
7	3	3	3	3	3	2	17
8	3	3	3	3	3	3	18
9	3	3	3	3	3	3	18
10	3	3	3	3	3	3	18
11	3	3	3	3	3	3	18
12	3	3	3	3	3	3	18
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	3	18
16	3	3	3	3	3	3	18
17	2	3	3	3	3	3	17
18	3	3	3	3	3	3	18
19	3	3	3	3	3	3	18
20	3	3	3	3	3	3	18
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	3	18
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18
34	3	3	3	3	3	3	18
35	3	3	3	3	3	3	18

36	3	3	3	3	3	3	18
37	3	3	3	3	3	3	18
38	3	3	3	3	3	3	18
39	3	3	3	3	3	3	18
40	3	3	3	3	3	3	18
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	3	18
45	3	3	3	3	3	3	18
46	3	3	2	3	3	3	17
47	3	3	2	3	3	3	17
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	3	18
50	3	3	2	3	3	3	17
51	3	3	3	3	3	3	18
52	3	3	2	3	3	3	17
53	3	3	3	3	3	3	18
54	3	3	3	3	3	3	18
55	3	3	3	3	3	2	17
56	3	3	3	3	3	3	18
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	3	3	18
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	3	3	18
65	3	3	3	3	3	3	18
66	3	3	2	3	3	3	17
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	3	2	3	3	3	17
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	3	3	3	3	3	18
72	3	3	3	3	3	3	18
73	3	2	3	3	3	3	17
74	3	3	3	3	3	3	18
75	3	3	3	3	2	3	17
76	3	3	3	3	3	3	18

77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	3	18
80	3	3	3	3	3	3	18
81	3	3	3	3	3	3	18
82	2	3	2	3	2	2	14
83	3	3	3	3	3	3	18
84	3	3	3	2	3	3	17
85	3	3	3	3	3	3	18
86	3	3	3	3	2	2	16
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	3	3	3	3	18
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	3	3	3	3	18
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	3	3	2	3	3	17
98	3	3	3	3	2	3	17
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	3	3	18

Tabulasi Hasil Data Variabel Y

Minat

No	Nomor Instrumen (Pertanyaan)						Total
	7	8	9	10	11	12	
1	3	3	3	3	3	3	18
2	3	3	3	3	3	3	18
3	3	3	3	3	3	3	18
4	3	3	3	3	3	3	18
5	2	3	2	2	3	2	14
6	3	3	2	3	3	2	16
7	3	3	2	3	3	2	16
8	3	3	3	3	3	3	18
9	2	3	3	3	3	2	16
10	3	3	2	3	3	2	16
11	2	3	3	3	3	3	17
12	3	3	3	3	3	2	17
13	3	3	3	3	3	3	18
14	3	3	3	3	3	3	18
15	3	3	3	3	3	2	17
16	3	3	3	3	3	3	18
17	2	3	2	3	2	3	15
18	3	3	3	3	3	2	17
19	3	3	3	3	3	2	17
20	3	3	3	3	3	3	18
21	3	3	3	3	3	3	18
22	3	3	3	3	3	2	17
23	3	3	3	3	3	3	18
24	3	3	3	3	3	3	18
25	3	3	3	3	3	3	18
26	3	3	3	3	3	3	18
27	3	3	3	3	3	3	18
28	3	3	3	3	3	3	18
29	3	3	3	3	3	3	18
30	3	3	3	3	3	3	18
31	3	3	3	3	3	3	18
32	3	3	3	3	3	3	18
33	3	3	3	3	3	3	18

34	3	3	3	3	3	3	18
35	3	3	3	3	3	3	18
36	3	3	3	3	3	2	17
37	3	3	3	3	3	3	18
38	3	3	3	3	3	2	17
39	3	3	3	3	3	2	17
40	3	3	3	3	3	2	17
41	3	3	3	3	3	3	18
42	3	3	3	3	3	3	18
43	3	3	3	3	3	3	18
44	3	3	3	3	3	2	17
45	3	3	3	3	3	3	18
46	3	3	3	3	3	3	18
47	3	3	3	3	3	2	17
48	3	3	3	3	3	3	18
49	3	3	3	3	3	2	17
50	3	3	3	3	3	2	17
51	3	3	3	3	3	2	17
52	3	3	3	2	3	2	16
53	3	3	3	3	3	2	17
54	3	3	3	3	3	2	17
55	3	3	3	3	3	2	17
56	3	3	3	3	3	2	17
57	3	3	3	3	3	3	18
58	3	3	3	3	3	3	18
59	3	3	3	3	3	3	18
60	3	3	3	3	3	3	18
61	3	3	3	3	3	2	17
62	3	3	3	3	3	3	18
63	3	3	3	3	3	3	18
64	3	3	3	3	3	3	18
65	3	3	3	3	3	2	17
66	3	3	3	3	3	3	18
67	3	3	3	3	3	3	18
68	3	3	3	3	3	3	18
69	3	3	3	3	3	3	18
70	3	3	3	3	3	3	18
71	3	3	3	3	3	3	18
72	3	3	3	3	3	3	18
73	2	2	2	1	2	2	11
74	3	3	3	3	3	3	18

75	3	3	2	3	3	3	17
76	3	3	3	3	3	3	18
77	3	3	3	3	3	3	18
78	3	3	3	3	3	3	18
79	3	3	3	3	3	2	17
80	3	3	3	3	3	2	17
81	3	3	3	3	3	3	18
82	3	3	3	3	3	3	18
83	2	3	2	2	3	3	15
84	3	3	3	2	3	2	16
85	3	3	3	3	3	3	18
86	2	3	2	2	3	2	14
87	3	3	3	3	3	3	18
88	3	3	2	3	2	3	16
89	3	3	3	3	3	3	18
90	3	3	3	3	3	3	18
91	3	3	3	3	3	3	18
92	3	3	3	3	3	3	18
93	3	3	3	3	3	3	18
94	3	3	3	3	3	3	18
95	3	3	3	3	3	3	18
96	3	3	3	3	3	3	18
97	3	2	2	2	2	3	14
98	3	3	3	3	3	2	17
99	3	3	3	3	3	3	18
100	3	3	3	3	3	3	18

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

Data Pribadi

Nama : Firda Nuzuli Nasution
Tempat/Tanggal Lahir : Binjai / 5 Juli 1997
Jenis Kelamin : Perempuan
Kewarganegaraan : Indonesia
Alamat : Jl. Manggis no.24a Limau Sundai
Binjai
Anak ke : 1 (Satu) dari 4 (Empat) Bersaudara

Nama Orang Tua

Ayah : Fakhruddin Nasution
Pekerjaan : Pegawai Swasta
Ibu : Damayanti Harahap
Pekerjaan : Ibu Rumah Tangga
Alamat : Jl. Manggis no.24a Limau Sundai
Binjai

Pendidikan Formal

2003-2009 : SD Swasta Teladan Binjai
2009-2012 : SMP Negeri 7 Binjai
2012-2015 : SMA Swasta Teladan Binjai
2015-2019 : S1 Ilmu Komunikasi



Ingatlah Citra dan Terpujanya
menjauhkan surai ini agar diabaikan
or can langgahnya

065.11

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapitan Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

PERMOHONAN-PERSETUJUAN
JUDUL SKRIPSI

Sk-1

Kepada Yth.
Bapak/Ibu Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi
FISIP UMSU
di
Medan.

Medan, 21 November 2016

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, Saya yang bertanda tangan di bawah ini Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : FIPDA NUZUL NASUTION
NPM : 1503110104
Jurusan : ILMU KOMUNIKASI
Tabungan sks : 130 sks, IP Kumulatif 3,163

Mengajukan permohonan persetujuan judul skripsi :

1	Penggunaan Bahasa Informal pada konten Video Mak Beti dalam menank minat Berlangganan di chanel Youtube Anif Muhammad	4/12-2016
2	Kompetensi komunikasi Penyiar Radio Ppc dalam menank minat Pendengar di kota Binjai	
3	Penggunaan Permainan Hago terhadap minat Bertenalan dengan orang baru.	

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Tanda bukti lunas beban SPP tahap berjalan;
2. Daftar Kemajuan Akademik Mahasiswa (DKAM) yang dikeluarkan oleh Dekan.
3. Tanda bukti Lunas Uang/Biaya Seminar Proposal;*

Demikianlah permohonan Saya, atas pemeriksaan dan persetujuan Bapak/Ibu, Saya ucapkan terima kasih. Wassalam.

Rekomendasi Ketua Jurusan :
Diteruskan kepada Dekan untuk
Penetapan Judul dan Pembimbing.

Medan, tgl.20....

Ketua,



Pemohon,

Fipda Nuzul Nasution
PB: Corry Novica



Unggul, Cerdas & Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

**SURAT PENETAPAN JUDUL SKRIPSI
DAN PEMBIMBING**
Nomor : 11.065/SK/IL3-AU/UMSU-03/F/2018

Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara berdasarkan Surat Keputusan Dekan Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018 dan Rekomendasi Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi tertanggal : **04 Desember 2018** dengan ini menetapkan judul skripsi dan pembimbing penulisan untuk mahasiswa sebagai berikut :

Nama mahasiswa : **FIRDA NUZULI NASUTION**
N P M : 1503110104
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Semester : VII (Tujuh) Tahun Akademik 2018/2019
Judul Skripsi : **PENGGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO
MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI
CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD**
Pembimbing : **CORRY NOVRICA AP. SINAGA, S.Sos., MA.**

Dengan demikian telah diizinkan menulis skripsi, dengan ketentuan sebagai berikut :

1. Penulisan skripsi harus memenuhi prosedur dan tahapan yang berpedoman kepada ketentuan sebagaimana tertuang di dalam Surat Keputusan Dekan FISIP UMSU Nomor: 975/SK/II.3/UMSU-03/F/2018 Tanggal 15 Rabiul Awwal 1440 H/ 23 November 2018.
2. Penetapan judul skripsi dan pembimbing ini dan naskah skripsi dinyatakan batal apabila tidak selesai sebelum masa kadaluarsa atau bertentangan dengan peraturan yang berlaku.

Masa Kadaluarsa tanggal : 04 Desember 2019.

Ditetapkan di Medan,
Medan, 30 Rabiul Awwal 1440 H
08 Desember 2018 M

Dekan



Tembusan :

1. Ketua P.S. Ilmu Komunikasi FISIP UMSU di Medan;
2. Pembimbing ybs. di Medan;
3. Peringgal.



Unggul, Cerdas dan Terpercaya

Bila menjawab surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI PENELITIAN & PENGEMBANGAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Mochtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Sk-3

PERMOHONAN
SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI

Kepada Yth.

Medan, 4 Januari2019

Bapak Dekan FISIP UMSU

di

Medan.

Assalamu'alaikum wr. wb.

Dengan hormat, saya yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik UMSU :

Nama lengkap : Firda Nuzuli Naurion
N P M : 1503110104
Jurusan : Ilmu Komunikasi

mengajukan permohonan mengikuti Seminar Proposal Skripsi yang ditetapkan dengan Surat Penetapan Judul Skripsi dan Pembimbing No. 11.003./SK/IL.3/UMSU-03/F/2018... tanggal 04 Desember 2018 dengan judul sebagai berikut :

Penggunaan Bahasa Informal pada Konten Video Tik Tok dan Dalam Menarik
Minat Berlangganan di Channel Youtube Amir - Muhammad

Bersama permohonan ini saya lampirkan :

1. Surat Penetapan Judul Skripsi (SK - 1);
2. Surat Penetapan Pembimbing (SK-2);
3. DKAM yang telah disahkan;
4. Kartu Hasil Studi Semester 1 s/d terakhir;
5. Tanda Bukti Lunas Beban SPP tahap berjalan;
6. Tanda Bukti Lunas Biaya Seminar Proposal Skripsi;
7. Proposal Skripsi yang telah disahkan oleh Pembimbing (rangkap - 3)
8. Semua berkas dimasukkan ke dalam MAP.

Demikianlah permohonan saya untuk pengurusan selanjutnya. Atas perhatian Bapak saya ucapkan terima kasih. *Wassalam.*

Menyetujui:
Pembimbing

Coery Nourica Ap. S.Sos. MA.

Pemohon,

Firda Nuzuli Naurion

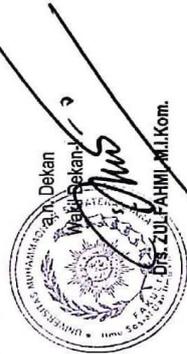
Firda Nuzuli Naurion

UNDANGAN SEMINAR PROPOSAL SKRIPSI
Nomor : 022/UND/IL.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Jumat, 11 Januari 2019
Waktu : 08.00 WIB s.d. selesai
Tempat : Gedung C Ruang 208 C
Pemimpin Seminar : Nurhasanah Nasution, S.Sos, M.I.Kom

No.	NAMA MAHASISWA	NOMOR POKOK MAHASISWA	PENGUJI	PEMBIMBING	JUDUE SKRIPSI
6	INDAH LESTARI	1503110231	ELVITA YENNI, S.S., M.Hum.	IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP.	PERAN KOMUNIKASI TATAP MUKA PIMPINAN DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN CV. FAJAR BARU MEDAN
7	NURUL RIZKY PUTRI	1503110176	CORRY NOVIRCA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	NUR RAHMAH AMINI, S.Ag., M.Ag.	BENTUK KOMUNIKASI PIMPINAN TRAVEL ARMINAREKA CABANG SIBOLGA DALAM MENARIK MINAT MASYARAKAT UNTUK BERUMROH DAN HAJI
8	RIZKY ADE RYANDA	1503110184	RIBUT PRIADI, S.Sos., M.I.Kom.	Dra. DEWI KURNIAWATI, M.Si., Ph.D.	STRATEGI PROMOSI PRODUK MEUBEL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI CV. CITTA JEPARA FURNITURE PEMATANG SIANTAR
9	FIRDA NUZULI NASUTION	1503110104	RAHMANITA GINTING, Ph.D.	CORRY NOVIRCA AP. SINAGA, S.Sos., M.A.	PENGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD
10	DEA RAHMIA RIANA PUTRI HUTASUHUT	1503110011	RAHMANITA GINTING, Ph.D.	ASMAWITA AM, Lc., M.A., Hj.	KOMUNIKASI PEMASARAN TERPADU TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN MY BURGER COFFEE DI MEDAN

Medan, 03 Jumadil Awwal 1440 H
09 Januari 2019 M





MAJELIS PENDIDIKAN TINGGI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

Jalan Kapten Muchtar Basri No. 3 Medan 20238 Telp. (061) 6624567 - (061) 6610450 Ext. 200-201 Fax. (061) 6625474
Website: <http://www.umsu.ac.id> E-mail: rektor@umsu.ac.id

Ustadz Cerdas & Terpercaya
Bila menerima surat ini agar disebutkan nomor dan tanggalnya

Sk-5

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI

Nama lengkap : Firda Nurul Nauratun
NPM : 1503116104
Jurusan : Ilmu komunikasi
Judul Skripsi : Penggunaan Bahasa Informal pada konten video 'mar bot' dalam menarik minat bertanganar di channel youtube Arij Muhammad.

No.	Tanggal	Kegiatan Advis/Bimbingan	Paraf Pembimbing
1	15/12/18	Bimbingan Bab 1 & Bab 2	
2	18/12/18	Bimbingan Bab 3	
3	19/12/18	Revisi Bab 1, 2 dan 3	
4	4/1/19	Acc seminar proposal	
5	29/1/19	Bimbingan pembuatan kuesioner	
6	4/2/19	Acc kuesioner	
7	13/2/19	Bimbingan skripsi	
8	15/3/19	Acc skripsi	

Medan, 15 Maret 2019...

Dekan,

Dr. Arifin Saleh, M.Pd.

Ketua Program Studi

Nurbasrah Nauratun S.Sos., M.I.Kom

Pembimbing ke :

Corry Morica AP. Singga, S.Sos., M.HA



UMSU
Unggul | Cerdas | Terpercaya

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK

SK-10

UNDANGAN/PANGGILAN UJIAN SKRIPSI
Nomor : 413/UND/II.3-AU/UMSU-03/F/2019

Program Studi : Ilmu Komunikasi
Hari, Tanggal : Sabtu, 16 Maret 2019
Waktu : 07.45 Wlp s.d. selesai
Tempat : Ruang LAB. FISIP UMSU

No.	Nama Mahasiswa	Nomor Pokok Mahasiswa	TIM PENGUJI			Judul Skripsi
			PENGUJI I	PENGUJI II	PENGUJI III	
1	JEERY MARETI	1403110019	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D	EFEKTIVITAS PROMOSI KFC MELALUI COMPACT DISC TERHADAP PENINGKATAN PENJUALAN PRODUK KFC SP. MATARAM MEDAN
2	DELINA FITRI	1403110038	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, M.AP.	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos., M.A.	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	PERENCANAAN PUBLIK RELATION DALAM MENCIPTAKAN HUBUNGAN HARMONIS ANTARA PEMIPIN DAN KARYAWAN DI AROMA BAKERY CABANG SIMALINGKAR MEDAN
3	RIZKY ADE RYANDA	1503110184	Dr. IRWAN SYARI TANJUNG, M.AP.	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos., M.A.	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D	STRATEGI PROMOSI PRODUK MEUBEL DALAM MENINGKATKAN PENJUALAN DI CV. CITRA JEPARA FURNITURE PEMATANG SIANTAR
4	MUHAMMAD AL BARIZS	1403110196	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	TENERMAN, S.Sos, M.I.Kom	LUTFI BASIT, S.Sos, M.I.Kom	ANALISIS SEMIOTIKA ISI PESAN PERJUANGAN HIDUP DALAM SERIAL DRAMA KOREA "FIGHT FOR MY WAY"
5	FIRDA NUZULI NASUTION	1503110104	RAHMANITA GINTING, HJ, Ph.D	DEWI KURNIAWATI, HJ, Ph.D	CORRY NOVIRICA SINAGA, S.Sos., M.A.	PENGUNAAN BAHASA INFORMAL PADA KONTEN VIDEO MAK BETI DALAM MENARIK MINAT BERLANGGANAN DI CHANNEL YOUTUBE ARIF MUHAMMAD

ditulis Sidang :

Medan, 07 Rabab 1440 H
14 Maret 2019 M

Ditandatangani dan
Ditandatangani oleh :
Rektor
Majelis Rektori
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
Dr. MUHAMMAD ARIFIN, SH, M.Hum

Melalui
Dr. ARIFIN SALEH, S.Sos., MSP.



Panitia Ujian
Sekretaris
Drs. ZUL FAHMI, M.I.Kom