

**PERBANDINGAN MOTIF KONSUMSI ANTARA MEDIA TELEVISI DAN
MEDIA SOSIAL YOUTUBE PADA MAHASISWA ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS HASANUDDIN (UNHAS) MAKASSAR**

(Analisis Tingkat Perbedaan Latar Belakang atau Alasan Penggunaan Pada Mahasiswa Makassar mengenai Media Televisi dan Media Sosial YouTube)

SKRIPSI

Disusun untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Strata 1 Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta



Disusun Oleh
Aqil Dwifiransa
20150530069

JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH YOGYAKARTA
2021

HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Dengan ini menyatakan penulisan skripsi yang berjudul “Perbandingan Motif Konsumsi antara Media Televisi dan Media Sosial YouTube Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hassanuddin (UNHAS) Makassar” dengan tujuan persyaratan kelulusan gelar Sarjana Jurusan Ilmu Komunikasi (S.Ikom.) Universitas Muhammadiyah Yogyakarta (UMY) bahwa karya ini asli sepenuhnya milik pribadi sendiri.

Adapun referensi juga kutipan dalam karya tulis ini yang sudah disebutkan dan sudah sesuai dengan etika keilmuan juga aturan dasar pengutipan karya tulis ilmiah. Apa bila ada terbukti melakukan plagiarisme juga pelanggaran aturan karya tulis ilmiah pada penulisan skripsi ini, saya pribadi akan bertanggung jawab menerima hukuman dan sanksi sesuai peraturan yang berlaku baik dari pihak Jurusan, Fakultas, maupun Universitas.



METERAL
TEMPEL
21CAJX526498220
Aqil Dwifiransa

HALAMAN PERSEMBAHAN

1. Drs. H. Firman Aris, M.Si. & Dra. Hj. Rany Harwiyanti selaku kedua orang tua yang membesarkan penulis sampai sekarang dan memberikan dukungan, tidak hanya dengan penulisan skripsi tapi dukungan arti kehidupan baik dari sosialisasi maupun agamis.
2. Rial Adifiransa, S.H. & Rais Trifiransa, kedua saudara saya yang memberi dukungan dan doa terhadap penulis.
3. Bapak Dr. Ir. Gunawan Budiyanto, M.P., IPM. Selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
4. Bapak Dr. Fajar Junaedi, S.Sos., M.Si. selaku kepala Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta sekaligus penguji penulisan karya penulis.
5. Bapak Haryadi Arief NR., S.Ip., M.Sc. Selaku dosen pembimbing dengan peran mengarahkan penulis untuk menyelesaikan skripsi sampai tuntas.
6. Bapak Zudhan Aziz, S.Ip., S.Sn., M.Sn. selaku dosen juga penguji atas kelayakan juga penambahan ilmu terhadap skripsi penulis.
7. Mbak Dewi selaku Akademik Universitas Hasanuddin Makassar di Jurusan Ilmu Komunikasi dengan bantuan pengaksesan juga data penelitian dalam penulisan ini dapat di laksanakan dengan lancar.
8. Para dosen dan semua pengurus dari Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
9. Azza Azimah Assagaf. S.H. selaku seorang yang selalu menemani penulis dengan memberikan motivasi dan pengembangan diri agar dapat menjalani hari dengan baik.
10. Blok M Melengket (BMM) selaku teman-teman sepergaulan yang memberikan motivasi, kesenangan, juga kebahagiaan bagi penulis.
11. Serta seluruhnya orang yang sempat membantu penulis yang tidak dapat ditulis namanya satu-persatu, saya ucapkan terima kasih atas bantuannya dan semoga Allah SWT dapat membalas kebaikan yang setimpal.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah puji syukur kehadirat Allah SWT atas rahmat, berkah, hidayah serta keseluruhan kehidupan yang telah diberikan sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini dengan baik hingga tahap akhir walau melalui banyak hambatan dan rintangan.

Penulisan skripsi yang berjudul Perbandingan Motif Konsumsi antara Media Televisi dan Media YouTube pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Hasanuddin (UNHAS) Makassar bertujuan mengetahui latar belakang, tujuan, maupun alasan mahasiswa menggunakan kedua media tersebut, dengan banyaknya motif penggunaan kedua media juga membandingkan tingkat preferensi sehingga dapat diketahui mahasiswa lebih cenderung memilih antara media televisi dan Media sosial YouTube.

Dengan adanya penulisan skripsi ini, penulis berharap dapat membantu dan bermanfaat bagi seluruh mahasiswa menggunakan media televisi dan media YouTube dengan baik dan bijak, media televisi maupun media sosial YouTube dapat mengetahui kritik dan saran dalam penulisan ini, dan bagi penulis lain yang sementara mengerjakan skripsi dapat menjadi contoh penulisan skripsi dengan benar walau jauh dari kata kesempurnaan.

Makassar, 14 Oktober 2021



Aqil Dwifiransa

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL.....	i
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PENGESAHAN SKRIPSI	ii
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR.....	xi
ABSTRAK	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	4
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	5
E. Kerangka Teori	5
F. Defenisi Konseptual	12
G. Defenisi Operasional	16
H. Metode Penelitian	18
BAB II GAMBARAN UMUM OBJEK PENELITIAN	23
A. Sejarah dan Perkembangan Media Televisi.....	23
B. Sejarah dan Perkembangan Media Sosial YouTube.....	26
C. Sejarah Berdirinya Universitas Hassanuddin dan Profil Departemen Ilmu Komunikasi.....	27
BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
A. Hasil Penelitian.....	33
B. Pembahasan	49
BAB IV PENUTUP	54
A. Kesimpulan	54
B. Saran	55
DAFTAR PUSTAKA.....	56
LAMPIRAN.....	57
A. Questioner	57

DAFTAR TABEL

TABEL 1.1 Kelompok Media Tradisional dan Media Baru	1
TABEL 1.2 Rekapitulasi Mahasiswa TA 2019/2020.....	20
TABEL 1.3 Jumlah Sampel	21
TABEL 3.1 Distribusi Responden Berdasarkan Angkatan.....	33
TABEL 3.2 Distribusi Responden Berdasarkan Pendidikan Orang Tua	34
TABEL 3.3 Distribusi Responden Berdasarkan Pekerjaan Orang Tua	34
TABEL 3.4 Distribusi Responden Berdasarkan Pendapatan Orang Tua.....	35
TABEL 3.5 Distribusi Responden Berdasarkan Tempat Tinggal Responden.....	35
TABEL 3.6 Distribusi Responden yang Pernah Menonton dengan Menggunakan Media Televisi	36
TABEL 3.7 Distribusi Responden yang Pernah Menonton dengan Menggunakan Media Sosial Youtube.....	37
TABEL 3.8 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menonton dengan Menggunakan Media Televisi.....	37
TABEL 3.9 Distribusi Responden Berdasarkan Durasi Menonton dengan Menggunakan Media Sosial YouTube.....	38
TABEL 3.10 Distribusi Responden Berdasarkan Kelebihan yang Dimiliki Media Televisi....	38
TABEL 3.11 Distribusi Responden Berdasarkan Kelebihan yang Dimiliki Media Sosial YouTube	39
TABEL 3.12 Distribusi Responden Berdasarkan Kekurangan yang Dimiliki Media Televisi	40
TABEL 3.13 Distribusi Responden Berdasarkan Kekurangan yang Dimiliki Media YouTube	40
TABEL 3.14 Distibusi Responden Berdasarkan Motif Yang di Gunakan pada Media Televisi	41
TABEL 3.15 Distibusi Responden Berdasarkan Motif Yang di Gunakan pada Media Sosial YouTube	42
TABEL 3.16 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan Menggunakan Media Televisi Sebagai Media Hiburan.....	43
TABEL 3.17 Distribusi Responden Berdasarkan Ketertarikan Menggunakan Media Sosial YouTube Sebagai Media Hiburan	44
TABEL 3.18 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan Setelah Menonton Tayangan Media Televisi	44

TABEL 3.19 Distribusi Responden Berdasarkan Tingkat Kepuasan Setelah Menonton Tayangan Media Sosial YouTube	45
TABEL 3.20 Distribusi Responden Berdasarkan Media Hiburan yang Paling Diminati.....	46
TABEL 3.21 Independent Samples T-Test	46

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Isaac & Michael Theory21

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1.1 Questioner.....	57
------------------------------	----