

ISSN : **2987-078X**
E-ISSN : **2987-078X**
DOI : **10.30092/tabayyun by Crossref**

<http://jurnal.radenfatah.ac.id/index.php/tabayyun>

PENGARUH INTENSITAS MENONTON YOUTUBE TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI MAHASISWA PRODI JURNALISTIK UIN RADEN FATAH PALEMBANG

The Influence Of The Intensity Of Watching Youtube On The Communication Behavior Of Uin Raden Fatah Palembang Journalism Study Program Student


Zul Apriyansa¹⁾, Nuraida²⁾, Harun Yahya.³⁾

¹Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

²Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

³Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang, Indonesia

Email: zulapri99@gmail.com

History Received : 27 Oktober 2023 Revised : 30 Oktober 2023 Accepted : 02 November 2023 Published : 30 Juni 2026	Publisher: Program Studi Jurnalistik Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia Licensed: This work is licensed under a Lisensi Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional . 
--	---

Abstrak

Dengan adanya kebiasaan menonton youtube, mahasiswa mendapatkan pengaruh dari apa yang mereka tonton. Penggunaan media sosial Youtube dimungkinkan untuk mempengaruhi perilaku komunikasi nya. Penelitian ini membahas tentang "Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Komunikasi Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang" dengan rumusan masalah yaitu apakah terdapat pengaruh dari intensitas menonton Youtube terhadap perilaku komunikasi mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang? Dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton Youtube terhadap perilaku komunikasi mahasiswa. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel - variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen penelitian) sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik. Sumber data pada penelitian ini yaitu bersumber dari mahasiswa Prodi Jurnalistik Angkatan 2018 yang berjumlah 45 orang dengan persentase 40% mahasiswa Laki- Laki dan 60% mahasiswa Perempuan. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan metode kuesioner yang disebarakan kepada mahasiswa secara *online* dalam format *google form* dan juga melakukan observasi. Teknik analisis data yang digunakan adalah uji instrumen, uji asumsi dasar, uji regresi linear sederhana, uji parsial (t), dan uji determinan (r^2). Dari penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Angkatan 2018 UIN Raden Fatah Palembang yang berjumlah 45 orang dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh intensitas menonton Youtube terhadap perilaku komunikasi mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang adalah berpengaruh yang dibuktikan dengan hasil hipotesis pada variabel Intensitas menonton Youtube (X) sig sebesar 0.151 lebih besar dari 0.05 ($0.151 > 0.05$), yang artinya terdapat

pengaruh yang signifikan antara variabel intensitas menonton Youtube (X) terhadap Variabel Perilaku Komunikasi (Y) dan pengaruh tingkat intensitasnya sebesar 21.8%.

Abstract

With the habit of watching YouTube, students are influenced by what they watch. It is possible to use YouTube social media to influence communication behavior. This research discusses "The Influence of YouTube Watching Intensity on the Communication Behavior of Journalism Study Program Students at UIN Raden Fatah Palembang" with a problem formulation, namely, is there an influence from the intensity of YouTube watching on the communication behavior of Journalism Study Program Students at UIN Raden Fatah Palembang? And the aim of this research is to determine the effect of YouTube watching intensity on student communication behavior. This research uses quantitative research methods. Quantitative research is a method for testing certain theories by examining the relationship between variables. These variables are measured (usually with research instruments) so that data consisting of numbers can be analyzed based on statistical procedures. The data source in this research comes from the 2018 class of Journalism Study Program students, totaling 45 people with a percentage of 40% male students and 60% female students. The data collection technique in this research uses a questionnaire method which is distributed to students online in Google form format and also carries out observations. The data analysis techniques used are instrument tests, basic assumption tests, simple linear regression tests, partial tests (t), and determinant tests (r²). From the research and discussions that have been carried out on the 2018 class of UIN Journalism Study Program students, UIN Raden Fatah Palembang, totaling 45 people, it can be concluded that the influence of the intensity of watching YouTube on the communication behavior of UIN Raden Fatah Palembang Journalism Study Program students is influential as proven by the hypothesis results on the Intensity variable. watching YouTube (X) has a sig of 0.151 which is greater than 0.05 (0.151 > 0.05), which means that there is a significant influence between the intensity variable of watching YouTube (X) on the Communication Behavior Variable (Y) and the influence of the intensity level is 21.8%.

Keywords: Intensity, Watching YouTube, Communication Behavior

Pendahuluan

Menurut Sianipar, Youtube ialah sebuah basis data berisi konten video yang populer di media sosial serta penyedia beragam informasi yang sangat membantu. Youtube mempunyai fungsi untuk mencari suatu informasi video atau melihat video secara langsung. Youtube dirancang sebagai situs berbagi video yang sangat populer terutama dikalangan generasi muda dan bahkan Youtube sebagai situs untuk berbagi informasi di era digital saat ini.¹

Indonesia sendiri Youtube berkembang dengan sangat pesat, bukan hanya menjadi sarana menonton dan berbagi video namun beberapa tahun belakangan ini youtube pun juga menjadi sarana pendidikan. Dengan banyaknya macam tayangan yang dapat ditemui Youtube memiliki pengaruh terhadap diri manusia. Pengaruh yang di dapat pun dapat positif maupun negatif. Youtube juga dapat mempengaruhi perilaku seseorang.

عَمَّا وَنَسَأَنَّا ۖ يَشَاءُ مَنْ وَيَهْدِي يَشَاءُ مَنْ يُضِلُّ وَلَكِنْ وَاحِدَةً أُمَّةً لَجَعَلْنَا اللَّهُ شَاءَ وَلَوْ تَعْمَلُونَ كُنْتُمْ

Artinya : "Dan jika Allah menghendaki niscaya Dia menjadikan kamu satu umat (saja), tetapi dia menyesatkan siapa yang Dia kehendaki dan memberi petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki. Tetapi kamu pasti akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan". [Q.S An-Nahl/16 : 93]²

Usai mengisyaratkan adanya perselisihan diantara umat manusia dalam beberapa persoalan kehidupan, pada ayat ini Allah menyatakan kekuasaannya untuk menghilangkan perselisihan itu seandainya Dia berkehendak. Dan jika Allah menghendaki kamu menjadi suatu umat yang memiliki suatu pendapat saja, tanpa ada perselisihan sedikitpun di antara kamu, tetapi Allah tidak berbuat demikian karena Dia Memberi manusia kebebasan untuk memilih jalan sesuai kemauannya : yang sesat atau yang lurus. Dia menyesatkan siapa yang Dia kehendaki atas pilihannya memilih jalan kesesatan, dan memberi kemampuan untuk melaksanakan petunjuk kepada siapa yang Dia kehendaki, juga atas pilihannya memilih jalan petunjuk. Tetapi, kamu pasti akan ditanya tentang apa yang telah kamu kerjakan kamu akan diminta pertanggung jawabannya dan mendapat balasan atas amal perbuatan kamu. Dari penafsiran ayat Al-Quran di atas, Allah memberikan manusia kebebasan dalam memilih keputusannya, yang benar atau salah, terutama memilih sesuatu yang dapat berpengaruh terhadap perilaku. Lalu penulis mencoba untuk mengobservasi mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah dan hasil pengamatan penulis, adanya kebiasaan menonton youtube yang sering dilakukan oleh mahasiswa prodi jurnalistik, dan dengan adanya kebiasaan menonton youtube, mahasiswa mendapatkan pengaruh dari apa yang mereka tonton. Penggunaan media sosial youtube dimungkinkan mempengaruhi perilaku komunikasi mahasiswa. Berdasarkan permasalahan tersebut maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian, Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Komunikasi Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang.

Metode Penelitian

Penulis menggunakan metode penelitian kuantitatif, penelitian kuantitatif merupakan metode untuk menguji teori-teori tertentu dengan cara meneliti hubungan antar variabel. Variabel-variabel ini diukur (biasanya dengan instrumen Penelitian)

sehingga data yang terdiri dari angka-angka dapat dianalisis berdasarkan prosedur statistik.³ Laporan akhir untuk penelitian umumnya memiliki struktur yang ketat dan konsisten mulai dari pendahuluan, tinjauan pustaka, metode penelitian, hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulan serta saran-saran. Untuk menjawab dan membuktikan tujuan peneliti untuk mengetahui pengaruh intensitas menonton Youtube terhadap Perilaku Komunikasi mahasiswa prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang. Peneliti melakukan penelitian bersifat verifikatif data yang diperoleh dari hasil pengamatan di lapangan menyebarkan kuesioner terhadap responden. Variabel adalah suatu atribut atau sifat atau nilai dari suatu objek kegiatan yang memiliki variasi tertentu yang telah ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dalam penelitian ini menggunakan variabel bebas (X) dan variabel terkait (Y).

Menurut Sugiyono, populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang. Adapun penelitian ini bertempat di Fakultas Dakwah dan Komunikasi Prodi Jurnalistik dengan populasi sejumlah 79 mahasiswa, namun populasi yang diteliti hanya berjumlah 45 mahasiswa. Berdasarkan pengurangan dan penentuan sampel di atas maka sampel yang akan diperlukan sebanyak 45 mahasiswa dari jumlah populasi sebanyak 79 mahasiswa prodi jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang.

Hasil Dan Pembahasan

1. Instrumen Penelitian

a. Uji Validitas

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid atau tidaknya suatu kuesioner. Suatu kuesioner dikatakan valid apabila pertanyaan pada kuesioner mampu mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut untuk mengukur validitasnya dapat dilakukan dengan korelasi antara skor butir pertanyaan dengan

total skor atau variabel. Berdasarkan dengan *degree of freedom* (df) = n-2 dalam hal ini n merupakan jumlah sampel. Pada penelitian ini jumlah sampel (n) sejumlah 45 orang maka (df) = 45 - 2 = 43. Dengan tingkat signifikan level 5% atau 0.05 sehingga > r-tabel pada penelitian ini adalah 0.294. berikut adalah hasil uji validitas.

Tabel 4.4 Hasil Validitas Variabel X
Hasil Validitas Intensitas Menonton Youtube Variabel (X)

Sumber Primer dengan IMB 26,	No	Item Pertanyaan	r-hitung > r-tabel	Keterangan	: Data diolah SPSS 2022
	1.	X1	0.457 > 0.294	Valid	
	2.	X2	0.311 > 0.294	Valid	
	3.	X3	0.461 > 0.294	Valid	
	4.	X4	0.424 > 0.294	Valid	
	5.	X5	0.320 > 0.294	Valid	
	6.	X6	0.494 > 0.294	Valid	
	7.	X7	0.340 > 0.294	Valid	
	8.	X8	0.527 > 0.294	Valid	
	9.	X9	0.343 > 0.294	Valid	
	10.	X10	0.398 > 0.294	Valid	

Berdasarkan tabel; di atas, uji validitas Intensitas Menonton Youtube Variabel (X) diketahui bahwa setiap item pernyataan mempunyai r-hitung > r-tabel (0.294) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel (X) dinyatakan valid.

Tabel 4.5 Hasil Validitas Variabel Y
Hasil Validitas Perilaku Komunikasi(Y)

No	Item Pertanyaan	r-hitung > r-tabel	Keterangan
1.	Y1	0.427 > 0.294	Valid
2.	Y2	0.474 > 0.294	Valid
3.	Y3	0.416 > 0.294	Valid
4.	Y4	0.602 > 0.294	Valid
5.	Y5	0.370 > 0.294	Valid
6.	Y6	0.610 > 0.294	Valid
7.	Y7	0.601 > 0.294	Valid
8.	Y8	0.659 > 0.294	Valid
9.	Y9	0.763 > 0.294	Valid

Hasil uji validitas Perilaku Komunikasi Variabel (Y) diketahui bahwa setiap item pernyataan mempunyai r -hitung $>$ r -tabel (0.294) sehingga dapat disimpulkan bahwa semua pertanyaan pada variabel Y dinyatakan Valid.

b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas menunjukkan bahwa sejauh mana pengukuran tersebut memberikan hasil yang relatif tidak berbeda dilakukan pengukuran kembali pada subjek yang sama. Uji reliabilitas yang dilakukan pada semua item pernyataan kuesioner yang diberikan kepada 45 orang responden. Item pernyataan dinyatakan reliabel jika *cronbach alpha* $>$ 0.60. Hasil uji reliabilitas dapat dilihat di tabel berikut.

Gambar 4.2 Uji Reliabilitas Variabel X
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.659	.680	10

Dapat dilihat dari data diatas bahwa variabel X memiliki *cronbach's alpha* $0.659 > 0.60$. dengan demikian Variabel X dapat dikatakan reliabel.

Gambar 4.3 Uji Reliabilitas Variabel Y
Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.833	.837	9

Dapat dilihat dari data diatas bahwa variabel Y memiliki *cronbach's alpha* $0.833 > 0.60$. Dengan demikian Variabel Y dapat dikatakan reliabel.

2. Uji Asumsi dasar

a. Uji Normalitas

Uji normalitas digunakan untuk memperlihatkan bahwa data sample berasal dari populasi yang berdistribusi normal, sehingga jika data berdistribusi normal maka bisa diteruskan ke tahap selanjutnya. Uji normalitas dapat dilihat dari nilai Asymp sig (2-tailed) $>$ 0,05 maka dapat disimpulkan bahwa residual menyebar normal begitupun sebaliknya apabila Asymp sig(2-tailed) $<$ 0,05 data menyebar tidak normal. Untuk menguji bersifat normal atau tidak peneliti menggunakan analisis Kolmogorov- Smirnov (K - S) sebagai berikut.

Gambar 4.4 Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		INTENSITAS	PERILAKU
N		45	45
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	41.31	29.18
	Std. Deviation	4.290	6.531
Most Extreme Differences	Absolute	.138	.099
	Positive	.084	.075
	Negative	-.138	-.099
Test Statistic		.138	.099
Asymp. Sig. (2-tailed)		.032 ^c	.200 ^{c,d}

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.
- d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber : SPSS 26,2022

Dari hasil normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* didapat hasil signifikansi dari uji normalitas Intensitas menonton Youtube (X) sebesar 0.032 > 0.05 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0.05 maka variabel independent berdistribusi normal. Sedangkan untuk hasil uji normalitas Perilaku Komunikasi (Y) sebesar 0.200 > 0.05 dimana hasil tersebut lebih besar dari taraf signifikan 0.05 maka dependen berdistribusi normal.

b. Uji Linearitas

ANOVA Table

		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
PERILAKU_KOMUNIKASI * INTENSITAS_MENONTON_YOUTUBE	Between Groups	(Combined) 806.087	16	50.380	1.318	.254
		Linearity 89.034	1	89.034	2.329	.138
		Deviation from Linearity 717.053	15	47.804	1.250	.295
Within Groups		1070.490	28	38.232		
Total		1876.578	44			

Gambar 4.5 Uji Linearitas

Dari data dikatakan linear apabila nilai sig > 0.05. Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig. *deviation from linearity* sebesar 0.295 < 0.05, maka data tersebut memenuhi linear dan memenuhi uji asumsi linearitas

sehingga dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan linier secara signifikan antara variabel X dan variabel Y.

c. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk menguji apakah kedua data variabel X dan Y homogen yaitu dengan membandingkan kedua variansinya. Jika nilai signifikansi < 0.05 maka data tersebut tidak homogen dan jika nilai signifikan > 0.05 maka data tersebut homogen.

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.778	10	28	.649

Gambar 4.6 Uji Homogenitas

Hasil yang diperoleh nilai signifikan 0.649 > 0.05 maka dapat diartikan bahwa datanya homogen, berdasarkan pengambilan keputusan maka H0 nya diterima atau memiliki variabelnya sama.

d. Regresi Linear Sederhana

Analisis regresi linier sederhana yaitu analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara satu variabel independen dengan satu variabel dependen dengan menggunakan variabel independen.

Coefficients					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	42.877	9.410		4.557	.000
INTENSITAS MENONTON YOUTUBE	-.332	.227	-.218	-1.463	.151

a. Dependent Variable: PERILAKU KOMUNIKASI

b. Gambar 4.7 Regresi Linear Sederhana

Dari hasil di atas, diketahui nilai sig sebesar 0.151 maka lebih besar dari 0.05 ($0.151 > 0.05$), yang artinya bahwa ada pengaruh yang signifikansi antara variabel X terhadap variabel Y. sehingga diperoleh persamaan regresinya sebagai berikut :

$$Y = a + bx$$

Dimana :

Y = subjek dalam variabel terikat yang diprediksikan

a = konstanta

b = bilangan koefisien regresi

x = Intensitas Menonton Youtube

Dari data dalam tabel coefficient dapat diperoleh regresi :

$$y = 42.877 + (-0.332) x$$

Kemudian dapat dinyatakan sebagai berikut :

- a) Konstanta sebesar 42.877, artinya jika pengaruh Intensitas Menonton Youtube (X) mengalami kenaikan maka Perilaku Komunikasi sebesar 42.877.
- b) Koefisien regresi variabel X (Intensitas Menonton Youtube) sebesar - 0.332, artinya jika Intensitas Menonton Youtube (X) mengalami kenaikan maka, perilaku komunikasi mengalami peningkatan sebesar - 0.332
- c) Koefisien bernilai positif dan sebagian ada yang bernilai negatif, artinya tidak semua memiliki hubungan positif tetapi sebagian juga memiliki hubungan negatif.

e. Uji Parsial (t)

Uji t (Parsial) bertujuan untuk mengetahui pengaruh antara variabel Intensitas Menonton Youtube (X) terhadap Perilaku Komunikasi (Y). Apabila t hitung $>$ t tabel dan nilai signifikan $<$ 0.05 maka hipotesis diterima. Variabel secara parsial berpengaruh terhadap variabel terikat maka dapat dilihat pada table di bawah ini.

Coefficients

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	42.877	9.410		4.557	.000
INTENSITAS MENONTON YOUTUBE	-.332	.227	-.218	-1.463	.151

a. Dependent Variable: PERILAKU KOMUNIKASI

Gambar 4.8 Uji Parsial

Jika nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima. Berarti secara parsial variabel independent mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan t-tabel dengan ketentuan $\alpha = 0.05$ dan $df = (n-1)$ atau $(45-1) = 44$ sehingga diperoleh angka t-tabel sebesar 2.015. adapun hasil perhitungan dari masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat sebagai berikut :

Pada variabel X, nilai t-hitung sebesar -1.463 artinya $t\text{-hitung} < t\text{-tabel}$, $-1.463 < 1.66$ dan signifikan $0.151 > 0.05$, maka dapat disimpulkan bahwa hipotesis ditolak. Sehingga dapat disimpulkan bahwa H_a yang berarti tidak berpengaruh antara variabel X terhadap variabel Y.

f. Uji Determinan (r^2)

Koefisien determinasi merupakan ukuran untuk mengetahui kesesuaian atau ketetapan antara nilai dugaan atau garis regresi dengan data sampel. Berikut tabel hasil uji koefisien determinasi (r^2).

Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.218 ^a	.047	.025	6.44754

a. Predictors: (Constant), INTENSITAS MENONTON YOUTUBE

Gambar 4.9 Uji Determinan

Dari hasil output SPSS *model summary* tersebut diketahui nilai (koefisien korelasi) yaitu 0.218, artinya bahwa variabel X (Intensitas Menonton Youtube) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel Y (Perilaku Komunikasi) sebesar 21.8%. Sedangkan sisanya 78.2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

Pembahasan

Jika nilai signifikan > 0.05 maka hipotesis ditolak. Berarti secara parsial variabel independen tidak mempunyai pengaruh secara signifikan terhadap variabel dependen. Jika nilai signifikan < 0.05 maka hipotesis diterima. Berarti secara parsial variabel independen mempunyai secara signifikan terhadap variabel dependen. Berdasarkan hasil uji normalitas *kolmogorov-smirnov* nilai sig (2-tailed) $0.032 > 0.05$ untuk variabel X dan berdistribusi normal karena nilai sig lebih besar dari 0.05, dan $0.200 > 0.05$ untuk variabel Y maka dinyatakan berdistribusi normal. Dengan demikian maka data variabel X dan Y berdistribusi normal.

Berdasarkan hasil uji linearitas diketahui nilai sig *Deviation from linearity* sebesar $0.001 < 0.05$, maka tidak terdapat hubungan linear secara signifikan antara variabel X dan Y. Berdasarkan hasil perhitungan koefisien regresi linear sederhana bahwa nilai konstantanya sebesar 42.877 koefisien variabel bebas (X) adalah sebesar -0.332. sehingga diperoleh persamaan regresi $Y = 42.877 + (-0.332)X$. Dengan demikian maka setiap kenaikan satu satuan variabel intensitas menonton Youtube akan menaikkan -0.332 perilaku komunikasi.

Berdasarkan uji homogenitas diperoleh nilai signifikan $0.649 > 0.05$ maka dapat diartikan bahwa datanya homogen. Berdasarkan analisis regresi maka diperoleh hasil sebagai berikut : diketahui variabel Intensitas Menonton Youtube memiliki sig $0.151 > 0.05$ dan nilai t-hitung $< t$ - tabel ($-1.463 < 1.66$), sehingga dapat disimpulkan bahwa H_0 yang berarti tidak berpengaruh antara variabel X (Intensitas Menonton Youtube) terhadap variabel Y (Perilaku Komunikasi).

Berdasarkan hasil output SPSS *model summary* diketahui nilai koefisien determinan (R square) adalah 0.001 berasal dari pengkuadratan nilai R (koefisien korelasi) yaitu 0.218, artinya bahwa variabel X (Intensitas Menonton Youtube) berpengaruh tetapi tidak signifikan terhadap variabel Y (Perilaku Komunikasi) sebesar

21.8%. Sedangkan sisanya 78.2% dipengaruhi oleh faktor atau variabel yang tidak diteliti oleh peneliti.

Dari penelitian diatas dapat disimpulkan bahwa berdasarkan regresi linier sederhana yaitu analisis untuk mengukur besarnya pengaruh antara Intensitas Menonton Youtube terhadap Perilaku Komunikasi. Diketahui jika nilai signifikan antara variabel X dan Y, berdasarkan data nilai sig sebesar 0.151 lebih besar dari 0.05 ($0.151 > 0.05$), yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel Intensitas Menonton Youtube (X) terhadap variabel Perilaku Komunikasi (Y), dan berdasarkan determinasinya yaitu untuk mengukur kesesuaian atau ketetapan antara nilai dugaan dengan data sample terdapat 0.218 (21.8%) hasil dari pengkuadratan nilai R, maka didapat pengaruh Intensitas Menonton Youtube terhadap Perilaku Komunikasi Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang Angkatan 2018 sebesar 21.8%.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan pada mahasiswa Prodi Jurnalistik, Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Raden Fatah Palembang dapat ditarik kesimpulan bahwa Pengaruh Intensitas Menonton Youtube Terhadap Perilaku Komunikasi Mahasiswa Prodi Jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang adalah berpengaruh yang dibuktikan dengan hasil hipotesis pada variabel Intensitas Menonton Youtube (X) sig sebesar 0.151 lebih besar dari 0.05 ($0.151 > 0.05$). Yang artinya terdapat pengaruh signifikan antara variabel intensitas menonton Youtube (X) terhadap variabel perilaku komunikasi (Y) dan pengaruh tingkat intensitasnya sebesar 21.8%.

Penelitian tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh intensitas menonton Youtube terhadap perilaku komunikasi mahasiswa prodi jurnalistik UIN Raden Fatah Palembang. Hal ini dikarenakan mengakses Youtube dapat mempengaruhi perilaku dan cara berkomunikasi secara verbal maupun non verbal. Mahasiswa juga bisa mendapat informasi baru, gaya hidup baru, dan ragam bahasa baru serta hal menarik lainnya melalui Youtube.

Referensi

- Sastropoetro, Santoso. 1987. *Komunikasi Social*. Bandung remadja Karya
- Siregar, Syofian. 2015. *Statistik Deskriptif Untuk Penelitian Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS*. Jakarta: Prenada Media Group,
- Bungin, Burhan 2006. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, F. Skinner*. 2013. *Ilmu pengetahuan dan perilaku manusia*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Dan, Zarrella. 2010. *The Social Media Marketing Book*. PT. Serambi Ilmu Semesta: Jakarta
- Ismu, Galang, M. Natsir dan Sigit Sugianto. 2020. *Metode Alternatif Untuk Menghitung Determinan*. Riau: Universitas Riau.
- Ifadah, Munasitil. 2020. *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Youtube Terhadap Perilaku Positif Siswa Kelas 5 Di MI Nurul Iman Kebonsari Madiun Tahun Ajaran 2019/2020*. Ponorogo: Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah Fakultas Tarbiyah Dan Ilmu Keguruan Institut Agama Islam Negeri Ponorogo
- Jati, Nala Prasasta, dkk. 2020. *Pengaruh Sosial Media Youtube Terhadap Perilaku Komunikasi Siswa SMA Utama*. Karawang: Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Singaperbangsa Karawang.