

Efektivitas Penggunaan *Channel Youtube* @institutstiamiofficial Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Mahasiswa Manajemen Komunikasi di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I

¹Fachry Sahrullah, ²Eka Yonavilbia

^{1,2} Institut Ilmu Sosial Dan Manajemen STIAM I

Email: fachriando@gmail.com, ekagagak2013@gmail.com

Citation: Sahrullah, F., & Yonavilbia, E. (2024). Efektivitas Penggunaan Channel Youtube @institutstiamiofficial Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Mahasiswa Manajemen Komunikasi di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAM I. *JURNAL EKONOMI, MANAJEMEN, BISNIS, DAN SOSIAL (EMBISS)*, 4(4), 437–445.

<https://embiss.com/index.php/embiss/article/view/335>

Received: 22 Juli 2024

Accepted: 13 Agustus 2024

Published: 31 Agustus 2024

Publisher's Note: Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS) stays neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.



Copyright: © 2024 by the authors. Licensee Jurnal Ekonomi, Manajemen, Bisnis, dan Sosial (EMBISS), Magetan, Indonesia. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution-NonCommercial-ShareAlike 4.0 International License.

(<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>)

Abstract.

Youtube is the First Order social media with users most in Indonesia, on Youtube there are several channels become a source of information for students, one of which is Youtube channel @institutstiamiofficial. Youtube Channel @institutstiamiofficial the majority of users are students. The purpose of this study to determine the effectiveness of the use of Youtube channel @institutstiamiofficial as a medium of information dissemination on communication management student at the Institute of Social Sciences and management Stiami. This study uses the theory of Uses and Gratification of Blumer & Katz (2018) with qualitative descriptive methods. Technique data collection used in this study is observation, documentation and interviews. Subject in this study students Communication Management who owns Youtube and have access and see impressions from the channel @institutstiamiofficial. Results of this study, 1) the effectiveness obtained from the Youtube channel @institutstiamiofficial still less effective because there is information monotonous, unscheduled show times, and the number of subscribers which is very little, 2) the barriers experienced in using Youtube channel @institutstiamiofficial barriers in delivering information via Youtube channel @institutstiamiofficial is a problem technical and limited information available on this Youtube channel, 3) the solution is to maintain active involvement in creating creative content on the Youtube platform and sharing information related lectures

Keywords: Effectiveness, Dissemination of Information, Uses and Gratifications Theory, Students, the use of Youtube channel.

Abstrak.

Youtube merupakan media sosial Orde Pertama dengan pengguna terbanyak di Indonesia, di Youtube terdapat beberapa channel yang menjadi sumber informasi bagi mahasiswa, salah satunya adalah channel Youtube @institutstiamiofficial. Channel

Youtube @institutstiamiofficial mayoritas penggunaannya adalah pelajar. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efektivitas penggunaan channel Youtube @institutstiamiofficial sebagai media penyebaran informasi pada mahasiswa manajemen komunikasi Institut Ilmu Sosial dan manajemen Stiami. Penelitian ini menggunakan teori Uses and Gratification dari Blumer & Katz (2018) dengan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, dokumentasi dan wawancara. Subjek dalam penelitian ini mahasiswa Manajemen Komunikasi yang memiliki Youtube dan mempunyai akses serta melihat tayangan dari channel @institutstiamiofficial. Hasil penelitian ini, 1) efektivitas yang diperoleh dari channel Youtube @institutstiamiofficial masih kurang efektif karena terdapat informasi yang monoton, waktu tayang yang tidak terjadwal, dan jumlah subscriber yang sangat sedikit, 2) hambatan yang dialami dalam menggunakan channel Youtube @institutstiamiofficial kendala dalam menyampaikan informasi melalui channel Youtube @institutstiamiofficial merupakan permasalahan teknis dan terbatasnya informasi yang tersedia di channel Youtube ini, 3) solusinya adalah dengan tetap menjaga keterlibatan aktif dalam membuat konten kreatif di platform Youtube dan berbagi informasi terkait perkuliahan

Kata Kunci: Efektivitas, Penyebaran Informasi, Teori Kegunaan dan Gratifikasi, Pelajar, Penggunaan Channel Youtube.

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi digital saat ini semakin maju setiap harinya. Banyak perubahan yang terjadi terkait perkembangan tersebut, salah satunya adalah media sosial yang berfungsi sebagai sarana komunikasi antar individu. Media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam segala aspek kehidupan manusia. Hampir semua aktivitas sehari-hari dilakukan melalui media sosial untuk tetap terhubung satu sama lain. Saat ini, media sosial berperan penting sebagai platform online untuk berkomunikasi, menyebarluaskan informasi, dan membuat konten tanpa batasan waktu dan tempat. Penggunaan media sosial memberikan banyak manfaat bagi penggunanya, seperti biaya yang terjangkau dan kemampuan untuk menyebarkan informasi secara cepat hanya dengan menggunakan gadget dan koneksi internet. Media sosial tidak hanya digunakan untuk interaksi interpersonal, tetapi juga dapat digunakan sebagai media untuk menyebarkan informasi.

Salah satunya penyebaran informasi melalui media *Youtube* di mana pada saat sekarang ini dapat dikatakan sangat cepat dan efektif bahkan melebihi media-media elektronik lain seperti televisi dan radio. Di dalam *Youtube* banyak sekali melahirkan para konten kreator dari berbagai macam kalangan baik *public figure* sampai masyarakat biasa. Berdasarkan data di atas yang diterbitkan oleh We Are Social dan Hootsuite yang dilansir melalui laman website databoks.katadata.co.id ada 139 juta pengguna *Youtube* aktif di Indonesia dan menjadikan Indonesia sebagai negara dengan peringkat keempat terbesar di dunia sebagai pengguna

Youtube. Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh APJII yang dilansir melalui laman website www.detik.com media sosial *Youtube* merupakan media sosial urutan pertama dengan pengguna terbanyak. Pengguna *Youtube* di Indonesia sebanyak 65,41% jika dibandingkan dengan tahun lalu mengalami kenaikan sebesar 2,39%. Berdasarkan gambar di atas dan melansir dari data WeAreSocial dan Meltwater dapat menjelaskan bahwa rata-rata penggunaan media sosial di Indonesia yaitu WhatsApp menghabiskan waktu 29,6 jam/bulan, *Youtube* menghabiskan waktu 26,48 jam/bulan, Tiktok menghabiskan waktu 29 jam/bulan, Instagram menghabiskan waktu 15,24 jam/bulan dan Facebook menghabiskan waktu 14,36 jam/bulan. Dari penjelasan di atas *Youtube* ini juga termasuk media yang sering dikunjungi oleh penggunanya, terbukti dengan nilai rata-rata waktu dalam per bulan menduduki urutan kedua.

Menurut data di atas yang diterbitkan oleh Kepios dan dilansir melalui laman website datareportal.com tentang statistik pengguna media sosial *Youtube* di Indonesia pada tahun 2023 mengungkapkan bahwa mayoritas pengguna *Youtube* di Indonesia adalah dari kelompok usia 25-34 tahun, yakni sebanyak 20,7%, dengan rincian pengguna laki-laki sebanyak 11,9% dan pengguna perempuan sebanyak 8,8%. Kelompok usia 35-44 tahun menjadi pengguna *Youtube* kedua di tanah air. Tercatat, pengguna aplikasi ini yang berjenis kelamin perempuan sebesar 7,6%, sedangkan laki-laki sebesar 9,1% dengan total 16,7%. Kelompok usia 18-24 tahun diurutan pengguna terbanyak selanjutnya. Sebanyak 8,8% pengguna adalah laki-laki dan 6,2% adalah pengguna perempuan dengan total 15%. Di kelompok usia 45-54 tahun, laki-laki pengguna *youtube* sebanyak 6,3% dan perempuan 5,6% dengan total 12%. Kelompok umur 65 tahun keatas, pengguna perempuan sebanyak 4,8% dan pengguna laki-laki sebanyak 4,2% dengan total 9%. Kemudian ditutup dengan kelompok usia 55-64 tahun dengan pengguna laki-laki dan perempuan berjumlah sama yakni 4,4% dengan total 8,8%.

Youtube merupakan situs aplikasi video yang menawarkan berbagai informasi dalam bentuk video dan dapat diandalkan. *Youtube* dirancang untuk mereka yang ingin mencari informasi video dan menontonnya secara langsung. Pengguna juga dapat berpartisipasi dalam mengunggah video ke server *Youtube* dan membagikannya ke seluruh dunia. *Youtube* menjadi situs web berbagi video populer yang memungkinkan pengguna mengunduh, menonton, dan berbagi video secara gratis. Secara umum, konten video yang ada di *Youtube* adalah video, film, acara TV, dan video yang dibuat oleh pengguna sendiri. Salah satu layanan Google ini memudahkan penggunanya untuk mengunggah video dan pengguna lain di seluruh dunia untuk dapat menggunakannya secara gratis.

Dalam mengakses *Youtube*, penting untuk menggunakan *platform* tersebut dengan bijaksana. Seringkali, *Youtube* digunakan sebagai sumber hiburan dan tempat untuk melihat kehidupan *public figure*. Namun, sebagai pengguna *Youtube*, kita harus berhati-hati agar tidak terjebak dalam mencari konten yang tidak produktif dan menghabiskan waktu yang berlebihan. Sebaliknya, sebaiknya kita memanfaatkan *Youtube* untuk mencari informasi yang bermanfaat dan relevan bagi diri kita sendiri. Dengan adanya kemajuan teknologi, muncul media-media baru yang dikenal sebagai *new media*. Salah satu bentuk media baru yang populer saat ini adalah media sosial, seperti *Youtube*. Kemunculan media sosial telah memberikan wadah baru untuk melakukan komunikasi yang efisien dan mencari sebuah informasi. Batasan jarak dan waktu tidak lagi menjadi hambatan dalam pembelajaran dan pencarian informasi. Informasi merupakan kebutuhan pokok bagi setiap individu sehari-hari. Ketika informasi disajikan dengan cara yang menarik dan praktis, maka akan lebih mudah diterima oleh audiens. Salah satu *platform* yang banyak dimanfaatkan untuk menyampaikan informasi adalah media sosial *Youtube*. *Youtube* telah

menjadi media yang populer untuk menyebarkan informasi dengan berbagai konten yang menarik dan variatif.

Channel Youtube @institutstiamiofficial adalah salah satu *channel* milik Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami yang menyediakan konten edukatif, informasi dan berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kehidupan kampus dan program studi yang ada di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen STIAMI. Dalam *channel* ini, kita akan menemukan konten video yang menggambarkan suasana kehidupan di kampus, seperti *event* seminar, *workshop* dan kegiatan lainnya. *Channel* ini juga menjadi sarana untuk berbagi informasi terkait program studi yang ditawarkan oleh Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami. Media sosial *Youtube* merupakan media yang paling banyak diminati oleh kalangan muda, salah satunya para mahasiswa. Berdasarkan survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2018 bahwa pengguna internet di Indonesia berasal dari kelompok usia muda, yaitu usia 19-34 tahun dengan jumlah sekitar 49,52% dari total pengguna dan mahasiswa merupakan populasi terbesar dalam rentang usia tersebut.

Berdasarkan data yang dibagikan oleh Bagian Multimedia Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami bahwa total tayangan pada *channel @institutstiamiofficial* selama periode 7 Maret 2022 – 6 Maret 2023 berjumlah sekitar 34,107 tayangan atau turun 16% selama periode waktu tersebut. Tidak hanya itu, waktu penayangan juga mengalami penurunan sebesar 2000 jam tayang atau turun 30% dalam periode waktu tersebut. *Channel @institutstiamiofficial* mengalami kenaikan *subscriber* sebesar 285 *subscribe* dalam periode waktu tersebut. Menurut data yang dibagikan oleh bagian Multimedia Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami bahwa mayoritas usia penonton selama periode waktu 7 Maret 2022 – 6 Maret 2023 didominasi kelompok usia 18-24 tahun yakni sebanyak 54,5% dan mahasiswa merupakan populasi terbesar dalam rentang usia tersebut. Dengan waktu rata-rata tayangan selama 3 menit 44 detik atau sebesar 3,3%. Hasil temuan data yang diperoleh penulis ketika merangkum dengan cara melihat aktivitas *channel @institutstiamiofficial* bahwa *channel* tersebut tidak memiliki waktu yang terjadwal dalam menggunggah konten video di *channel Youtube*.

Di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami ada Banyak mahasiswa khususnya Prodi Manajemen Komunikasi yang memerlukan informasi terkait *event*, seminar, *workshop* dan kegiatan yang berhubungan langsung mengenai informasi kampus. Mahasiswa tersebut pasti memiliki media sosial salah satunya adalah *Youtube*. Mereka merupakan pengguna aktif media sosial *Youtube*, dan pernah mengakses dan melihat tayangan konten video yang di muat dari *channel Youtube @institutstiamiofficial*. Pemilihan tema dalam penelitian ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana efektivitas *channel Youtube @institutstiamiofficial* sebagai media penyebaran informasi pada mahasiswa Manajemen Komunikasi di Institut Stiami.

Komunikasi adalah proses interaksi antara komunikator dan komunikan melalui penggunaan channel atau media tertentu, yang bertujuan untuk menyampaikan pesan dengan efektif dan memperoleh umpan balik serta dampak yang diharapkan. (Humairaa, 2021:13) komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy adalah proses pengiriman pesan dari satu orang ke orang lain untuk menginformasikan, mengubah sikap, pendapat atau perilaku, baik secara lisan (langsung) maupun tidak langsung (melalui media). (Yuda, 2022:32) komunikasi menurut Agus M.Hardjana dapat dirumuskan sebagai suatu kegiatan penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain melalui media tertentu. Setelah pesan diterima dan dipahami dengan sebaik-baiknya, penerima pesan kemudian menyampaikan tanggapan melalui media tertentu kepada pengirim pesan.

Manajemen komunikasi adalah cara seseorang mengelola proses komunikasinya dalam menginterpretasikan suatu makna atau tindakan dalam berinteraksi dengan orang lain. (Akbar, 2018:32) manajemen komunikasi menurut Michael Kaye merupakan perencanaan sistematis, implementasi, pemantauan, dan revisi semua saluran komunikasi dalam suatu organisasi, dan antar organisasi, juga termasuk organisasi dan penyebaran arah komunikasi, jaringan, atau teknologi komunikasi baru yang terkait dengan organisasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.

Efektifitas merupakan suatu kegiatan yang dirasa proses atau kegiatan yang berlangsung berjalan sesuai dengan susunan dan baik. (Bahari, 2022:8) Efektivitas adalah keadaan yang menunjukkan wujud keberhasilan dan kegagalan manajemen untuk suatu tujuan. Sedangkan komunikasi adalah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan secara langsung atau melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. (Baktiar, 2018:14) Komunikasi yang efektif merujuk pada komunikasi yang memiliki kemampuan untuk mempengaruhi perubahan sikap pada individu yang terlibat dalam proses komunikasi tersebut. Tujuan utama dari komunikasi yang efektif adalah untuk memudahkan pemahaman pesan antara pengirim dan penerima melalui penggunaan bahasa yang jelas, lengkap, serta menjaga keseimbangan dalam pengiriman pesan dan umpan balik.

(Bahari, 2022:12) Media baru (new media) adalah alat atau sarana penyampaian pesan kepada khalayak luas dengan menggunakan teknologi digital atau dikenal juga dengan jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Yang termasuk dalam kategori media baru adalah internet, website, komputer multimedia. Namun internet lebih dikenal dengan media baru, sebenarnya internet adalah salah satu bentuk media baru. Media cetak mengandalkan percetakan (press), media elektronik mengandalkan sinyal transmisi, sedangkan media baru mengandalkan komputer. Pratyaksa & Putri (2018:3) Media baru menurut Flew dikatakan jenis media yang menyediakan digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, dan pengembangan jaringan yang terkait dengan pembuatan dan penyampaian pesan. Melalui interaktivitas yang ditawarkannya, pengguna media baru memiliki kemampuan untuk memilih informasi yang mereka konsumsi, mengontrol output informasi yang dihasilkan, dan membuat pilihan sesuai keinginan mereka. Kemampuan ini untuk menyediakan interaktivitas adalah konsep inti dari pemahaman tentang media baru.

(Nurhalimah, 2019:15) media sosial menurut Hartono adalah media yang digunakan dalam bersosialisasi yang umumnya "online" dimana pengguna dapat dengan mudah bergabung, membuat dan berbagi konten seperti blog, jejaring sosial, wiki dan forum, serta dunia maya (maya). Media sosial di era sekarang ini tidak bisa dipungkiri lagi keberadaannya, semua ini karena media sosial sudah menjadi sesuatu yang lekat dan seolah dibutuhkan oleh semua manusia. (Nasrullah, 2017:11) Media sosial merupakan salah satu fenomena yang mengiringi perkembangan teknologi dan inovasi internet. Media sosial bukan hanya media baru untuk interaksi dan sosialisasi, tetapi media sosial juga memiliki dampak yang besar (luar biasa) dalam berbagai aspek seperti jurnalistik, kehumasan dan pemasaran.

Youtube adalah sebuah platform video yang didirikan pada bulan Februari 2005 oleh tiga individu, yakni Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Inovasi mereka telah memicu popularitas dalam pembuatan dan berbagi video, blog, serta vlog. Youtube memungkinkan pengguna untuk menemukan berbagai jenis video, seperti klip video, game, pidato politik, perjalanan, kartun, atau video lainnya yang diunggah ke platform layanan Youtube tersebut. (Nasrullah, 2016:17) Youtube adalah sebuah platform media sosial berbasis internet yang fokus

pada konten video. Di platform ini, seseorang memiliki kemampuan untuk menyampaikan berbagai informasi dengan cara membuat kanal atau saluran pribadi. Pemilik saluran tersebut biasanya adalah individu yang memiliki akun pengguna. Setiap saluran tersebut memungkinkan pengguna untuk mengunggah video dengan beragam kategori yang tersedia. Proses unggahan video ini dapat dibandingkan dengan gambaran sebuah saluran televisi yang dikemas dalam bentuk media sosial.

(Akbar, 2018:7) informasi saat ini sangat mudah didapatkan karena lebih mengandalkan teknologi, pengguna yang mengakses internet bisa mendapatkan berbagai macam informasi hanya dengan mencarinya di situs seperti Google, Youtube, dll. Mulai dari tips, berita, pembelajaran dan lain sebagainya, terdapat banyak informasi yang terkandung di dalamnya. Informasi adalah pengelolaan data berupa kejadian nyata (fakta) yang digunakan untuk mengambil keputusan. Menurut Anastasia Lipursari data yang telah diklasifikasikan atau diproses atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan adalah informasi. Sistem pengolah memproses data menjadi informasi atau lebih tepatnya mengolah data dari bentuk yang tidak berguna menjadi berguna bagi penerimanya. (Bahari, 2022:9)

(Bahari, 2022:23) teori Uses and Gratification menurut Nuruddin pertama kali dikemukakan oleh Herbert Blumner dan Ellihu Katz pada tahun 1974, teori ini mengatakan bahwa pengguna media berperan lebih aktif dalam memilih media. Pengguna adalah pihak yang aktif dalam upaya memenuhi kebutuhannya. (Humaizi, 2018:1) teori Uses and Gratification adalah sebuah teori yang menempatkan peran komunikasi atau khalayak media sebagai fokus utama, bukan komunikator atau media itu sendiri. Teori ini menggambarkan bagaimana khalayak media berperan aktif dalam menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka akan informasi, pendidikan, dan hiburan. Dengan demikian, teori ini mengakui bahwa khalayak memiliki kontrol atas penggunaan media dan memanfaatkannya sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang penulis lakukan adalah metode kualitatif dengan melakukan analisis terhadap variabel. (Sugiyono, 2021:17) Metode penelitian kualitatif adalah suatu pendekatan penelitian yang digunakan untuk menginvestigasi kondisi objek yang alamiah. Dalam metode ini, peneliti berperan sebagai instrumen utama, data dikumpulkan melalui teknik triangulasi yang menggabungkan berbagai sumber, analisis data bersifat induktif dan kualitatif, dan penekanan lebih diberikan pada pemahaman makna daripada generalisasi. Makna merupakan inti dari data yang sebenarnya, mengacu pada data asli yang merepresentasikan nilai yang terkandung dalam data tersebut.

Penulis memilih menggunakan metode penelitian kualitatif karena dengan menggunakan metode penelitian kualitatif kita dapat melakukan wawancara atau *interview* langsung terkait dengan apa yang ingin kita teliti. Dalam penelitian ini, informasi yang akan diperoleh dan dikumpulkan berupa kalimat dan pernyataan. Tujuannya adalah untuk menjelaskan secara detail dan akurat tema yang diangkat. Pada penelitian ini, sumber informasi yang didapatkan dari sumber terpercaya yaitu mahasiswa Manajemen Komunikasi yang berada di lingkungan Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami yang pernah mengakses atau melihat *channel Youtube @institutstiamiofficial*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Efektivitas penggunaan channel Youtube @institutstiamiofficial sebagai media penyebaran informasi

Berdasarkan teori dan temuan dari penelitian, bahwa penyebaran informasi melalui Youtube sangat efektif karena media ini merupakan portal berbagi video terbesar yang banyak digunakan oleh masyarakat untuk mencari informasi. Saat ini, penonton cenderung mencari informasi yang mereka inginkan melalui internet, khususnya dengan mencari informasi di Youtube. Pemilihan channel Youtube @institutstiamiofficial bagi para mahasiswa adalah karena kebutuhan mereka dalam mencari informasi yang berkaitan dengan perkuliahan. Informasi yang dicari seputar dengan penunjang perkuliahan seperti, informasi penggunaan SSO (Single Sign-On), seminar, webinar, dan Program Studi. Selain itu, menonton di Youtube memiliki keunggulan dalam akses yang mudah dan memungkinkan untuk ditonton berulang-ulang, berbeda dengan menonton di televisi yang harus mengikuti jadwal siaran. Namun, penulis menyimpulkan bahwa kegunaan Youtube bagi channel Youtube @institutstiamiofficial masih kurang efektif karena terdapat informasi yang bersifat monoton, jadwal tayang yang tidak terjadwal, dan jumlah subscriber yang sangat sedikit.

Kendala dan hambatan yang dialami dalam menggunakan channel Youtube @institutstiamiofficial

Hambatan yang dihadapi dalam menggunakan channel Youtube @institutstiamiofficial untuk menyebarkan informasi terkait dengan aspek teknis. Mahasiswa seringkali mengalami kendala dalam hal koneksi internet yang lambat dan kuota data yang terbatas. Koneksi yang cepat akan memudahkan proses pengunggahan dan pengunduhan video. Selain itu, Youtube sebagai platform juga memiliki keunggulan karena video dapat ditonton berulang-ulang. Namun, terdapat beberapa hambatan lainnya, seperti kurangnya ketersediaan informasi di channel Youtube ini dan kurangnya upaya sosialisasi dari pihak kampus untuk mengakses konten perkuliahan yang ada di channel Youtube tersebut.

Solusi

Solusi yang dapat diterapkan adalah tetap aktif dalam menciptakan konten yang kreatif di platform Youtube dan berbagi informasi terkait perkuliahan, sehingga informasi yang diberikan dapat diterima dengan baik oleh mahasiswa di Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami. Selain itu, penting untuk memahami karakteristik Youtube dan mengelolanya dengan baik, sejalan dengan visi misi dari Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiami itu sendiri.

SIMPULAN DAN SARAN

Efektivitas yang didapat dari channel Youtube @institutstiamiofficial dalam menyebarkan informasi melalui Youtube adalah masih kurang efektif karena terdapat informasi yang bersifat monoton, jadwal tayang yang tidak terjadwal, dan jumlah subscriber yang sangat sedikit.

Hambatan yang dialami dalam menggunakan channel Youtube @institutstiamiofficial sebagai media penyebaran informasi pada mahasiswa, Salah satunya adalah hambatan dalam menyampaikan informasi melalui channel Youtube @institutstiamiofficial yaitu masalah teknis, seperti lambatnya sinyal provider dan kebutuhan kuota yang besar. Selain itu, terdapat kendala berupa keterbatasan informasi yang tersedia di channel Youtube ini, serta kurangnya upaya sosialisasi dari pihak kampus untuk mengakses konten perkuliahan di channel Youtube @institutstiamiofficial.

Solusi dari hambatan tersebut dapat diatasi dengan menjaga keterlibatan aktif dalam menciptakan konten yang kreatif di platform Youtube dan berbagi informasi terkait perkuliahan.

Dengan demikian, informasi yang disajikan dapat diterima dengan baik oleh mahasiswa. Selain itu, penting untuk memahami karakteristik khusus Youtube dan mengelolanya dengan efektif.

Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni diharapkan mampu memperbaiki mengenai informasi yang ada dalam channel Youtube agar memudahkan mahasiswa untuk mengetahui informasi terkait perkuliahan. Diharapkan juga kepada Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni tetap menjaga konsistensi yang berkaitan dengan penyebaran informasi melalui Youtube, untuk memudahkan mahasiswa dalam mencari sumber informasi terkait perkuliahan.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, Mutia Cindy. 2023. "Pengguna *Youtube* di Indonesia Peringkat Keempat Terbanyak di Dunia pada Awal 2023", <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/02/28/pengguna-youtube-di-indonesia-peringkat-keempat-terbanyak-di-dunia-pada-awal-2023>, diakses pada 08 Maret 2023 pukul 20.15.
- Arham, M. 2020. Efektivitas penggunaan youtube sebagai media pembelajaran. *Academia Education*.
- Biddinika, Muhammad Kunta, et al. 2019 "Dissemination of technology information through Youtube: a case of renewable energy technology" in TELKOMNIKA (Telecommunication Computing Electronics and Control).
- Cahyono, Anang Sugeng. 2018. "Dampak Media Sosial Terhadap Permasalahan Sosial Anak" dalam *Publiciana*. Tulungagung: Journal Unita.
- Effendi, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Humaizi, 2018. *Uses and Gratification Theory*. In *Uses and Gratifications Theory*. Medan.
- Haryadie, Yan dan Kholis, Muhammad Nur AR. "Efektifitas dan Efisiensi Youtube Sebagai Media Publikasi: Study Pada Video Assa Tout Keliling Jawa 2" dalam *Jurnal Penelitian Multidisiplin Ilmu* 1.4 (687-694). Indramayu: MelatiJournal.com.
- Hasmawati, Fifi. 2018. "Manajemen Dalam Komunikasi" dalam *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah dan Manajemen*.
- ICT Division Institut Stiarni. 2022. "Profil, logo, visi dan misi, Institut Ilmu Sosial dan Manajemen Stiarni", <https://stiarni.ac.id/id/profil/sambutan-rector>, diakses pada 25 Juni 2023 pukul 13.45.
- Kurnia, Neng Dewi dan Johan, Richie Chyntia. 2018. "Hubungan pemanfaatan media sosial instagram dengan kemampuan literasi media di UPT Perpustakaan Itenas" dalam *Journal Of Library and Information Sciene*. Bandung: Edulib.
- Machidhar, Wangi dan Siswanta 2022. "Efektivitas penggunaan media social Youtube sebagai media penyebaran informasi pada Channel Youtube Diskominfo Boyolali". Surakarta: Solidaritas.
- Meolong, Lexy J. 2018. *Metodologi Penelitian Kualitatif*/Penulis, Prof DR. Lexy J. Meolong, MA. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Muhtadi, Asep S. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Peneitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Sositologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media. Nasrullah, Rulli. 2021.

- Manajemen Komunikasi Digital. Jakarta: Kencana. Nurudin. 2017. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- Pratyaksa, I Gede Titah & Putri, Niluh Wiwik Eka. 2020. "New Media Sebagai Sarana Penyuluhan Agama Hindu Oleh Digital Native". Danapati: Jurnal Ilmu Komunikasi.
- Puspitarini, Dinda Sekar dan Nuraeni, Reni 2019. "Pemanfaatan media sosial sebagai media promosi" dalam *Jurnal Common*. Bandung: Ojs Unikom.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2018. Psikologi Komunikasi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Saputra, Andi. 2019. "Survei penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa kota padang menggunakan teori *Uses and Gratification*" dalam *Baca: Jurnal Dokumentasi Dan Informasi*.
- Sugiyono. 2021. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.
- Tim Detik Jabar. 2023. "Youtube Masih Jadi Medsos Paling Banyak dan sering Dibuka dan dilihat oleh masyarakat di Indonesia" <https://www.detik.com/jabar/berita/d6724677/youtube-masih-jadi-medsos-paling-banyak-dibuka-di-indonesia>, diakses pada 20 Mei 2023 pukul 21.00