

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi Lokasi Penelitian

1. Sejarah Program Studi Ilmu Komunikasi

Dengan adanya kemajuan di bidang komunikasi, informasi, dan teknologi, maka lahirlah program studi ilmu komunikasi. Hal ini dapat dilihat dari semakin banyaknya usaha yang berdiri dan berkembangnya jaringan usaha di bidang komunikasi. Oleh karena itu, ada dua hal yang perlu mendapat perhatian: peran dunia bisnis dalam industri komunikasi, serta peran aplikasi ilmu komunikasi dalam memajukan usaha tersebut. Oleh karena itu, sangat penting untuk mengimplementasikan rencana studi yang dapat memanfaatkan tuntutan akan sumber daya manusia yang berkualitas, berjiwa vokasional, dan religius di industri komunikasi.

Selain itu, sejumlah program studi baru juga dibuat, termasuk ilmu komunikasi, seiring dengan perubahan nama dari Institut Agama Islam Negeri (IAIN-SU) Sumatera Utara menjadi Universitas Islam Negeri (UINSU) Sumatera Utara. Hal itu dilakukan sesuai dengan Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor 273 Tahun 2014.

Salah satu jurusan yang ditawarkan di Fakultas Ilmu Sosial UINSU yang berdiri pada tahun 2015, atau sekitar enam tahun lalu, sebelum bergabung dengan Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK), adalah ilmu komunikasi. Kemudian, bersama 3 program gelar lainnya, program ini dipindahkan ke Fakultas Ilmu Sosial pada tahun 2017. Fokus jurusan ilmu komunikasi kini terbagi menjadi 2 bagian, yaitu Jurnalistik dan *Public Relations* (Hubungan Masyarakat).

2. Visi dan Misi Program Studi Ilmu Komunikasi

VISI:

Terwujudnya program studi ilmu komunikasi yang unggul, berstandar internasional berdasarkan prinsip-prinsip Islam pada tahun 2022.

MISI:

- a. Merencanakan pendidikan dan pengajaran untuk menumbuhkan sikap, wawasan, dan keterampilan berkomunikasi yang kreatif dan inventif pada siswa berdasarkan potensi lokal dan prinsip-prinsip Islam.
- b. Peningkatan jumlah studi yang dilakukan oleh profesor dan mahasiswa tentang isu-isu yang berkaitan dengan komunikasi masyarakat.
- c. Mengkoordinasikan pelatihan teknis untuk pengabdian masyarakat di bidang media dan komunikasi.
- d. Meningkatkan kerjasama untuk mendukung institusi dan meningkatkan kualitas lulusan.

B. Hasil Penelitian

1. Persepsi mahasiswa UINSU terhadap penggunaan media sosial youtube sebagai media *content video creative*

Salah satu situs media sosial yang paling banyak digunakan saat ini adalah YouTube. Hal ini disebabkan YouTube secara efektif memenuhi kebutuhan masyarakat akan pengetahuan, hiburan, dan berbagai hal lainnya di dunia maya.

YouTube berfungsi sebagai platform untuk distribusi video yang mendidik dan menghibur, serta untuk mengunggah konten asli oleh pengguna yang dikenal sebagai *Content creator*.

Agar video mereka dapat diterima oleh komunitas online, penyedia konten berlomba-lomba membuatnya sekreatif mungkin. Tentu saja keahlian dan informasi yang mereka bagikan harus berwawasan luas dan dapat diterima oleh khalayak umum, namun seiring berjalannya waktu, beberapa dari mereka berkembang menjadi *Content creator* yang semata-mata membuat film untuk keuntungan mereka sendiri. Hal inilah yang memungkinkan masyarakat, khususnya pelajar, memiliki opini atau sikap baik positif maupun negatif terkait YouTube.

Indikator Persepsi Positif dan Persepsi Negatif, menurut Irwanto dalam (Marbun, 2019: 25), digunakan untuk menggambarkan bagaimana perasaan mahasiswa Universitas Islam Negeri Sumatera Utara tentang penggunaan Media Sosial YouTube sebagai media konten video kreatif:

1. Persepsi Positif

Perspektif seseorang terhadap objek yang dipersepsi menyenangkan disebut memiliki persepsi positif. Dengan kata lain, seseorang atau individu secara tidak langsung mendorong dirinya untuk menerima hal yang dilihat, yang bisa berupa pengetahuan atau informasi. Biasanya pada persepsi positif ini sering di dapatkan pada konten-konten yang mengandung edukasi dan juga informasi, sebagaimana yang di sampaikan oleh saudara Rizky Pratama (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018):

.....*“menurut saya youtube adalah sebuah media sosial tempat berbagi informasi dibidang audio visual”*..... (wawancara 03 Februari, 17.15 WIB).

Gambar 4.1

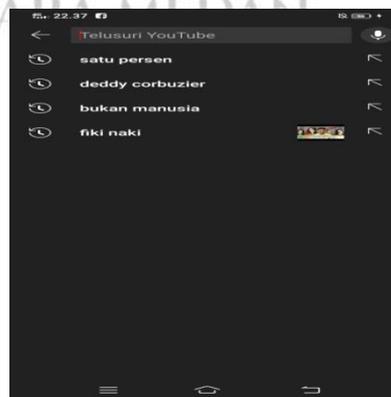
Wawancara dengan saudara Rizky



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.2

History pencarian saudara Rizky



Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan informasi yang di sampaikan oleh saudara Rizky dapat disimpulkan bahwa media sosial Youtube adalah sebuah platform untuk berbagi sebuah informasi dan pengetahuan yang belum dia ketahui sebelumnya.

YouTube menawarkan tingkat informasi dan pemahaman yang sangat tinggi. Kemampuan penggunanya untuk mengunggah video menjadikannya

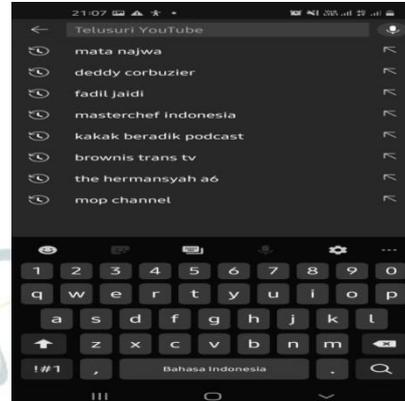
platform video terhebat. Seperti yang di katakan oleh saudari Vika (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018):

.....“youtube itu salah satu media sosial yang saat ini sering digunakan untuk mengunggah video audio dan gambar, saya sering menonton podcast Dedi Corbuzier salah satunya tentang kekerasan dilingkungan kampus, dan itu sesuai dengan yang saya pelajari di kampus, menurut saya itu sudah memenuhi kebutuhan saya akan informasi yang diberikan”..... (wawancara 31 Januari, 17. 20 WIB).



Gambar 4.3**Wawancara dengan saudari Vika**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.4**Histori pencarian saudari Vika**

Sumber : riwayat responden (2022)

Dari penjelasan saudari Vika tersebut semakin menegaskan bahwa Youtube adalah sebuah media sosial yang sangat membantu dalam mengetahui sesuatu hal yang belum diketahui. Pernyataan ini sangat relevan dengan apa yang di sampaikan oleh saudara Rizky yang menyatakan bahwasanya youtube memberikan berbagai macam informasi yang ingin diketahui.

Wawancara lain tentang persepsi positif juga dipaparkan oleh saudara Aulia Rahman (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) sebagaimana yang di sampaikan bahwa:

.....*“saya termasuk abstrak juga untuk menonton konten di youtube karena saya menonton youtube hanya sekedar hiburan, saya menonton konten seputar game online yaitu game mobile legends”*..... (wawancara 03 Februari, 17.30 WIB).

Gambar 4.5**Wawancara dengan saudara Aulia**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Berdasarkan penyampaian diatas tersebut dapat disimpulkan bahwa youtube bukan hanya sebagai media untuk mencari atau mengetahui sebuah informasi, tetapi juga bisa dijadikan sebagai media hiburan bagi pengguna nya.

Peneliti juga melakukan wawancara kepada saudara Habib (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) yaitu:

.....“menurut saya youtube adalah salah satu platform dimana menyajikan audio visual baik itu merupakan gambar atau pun suara yang dapat mendukungi maupun memberikan informasi kepada khalayak umum”

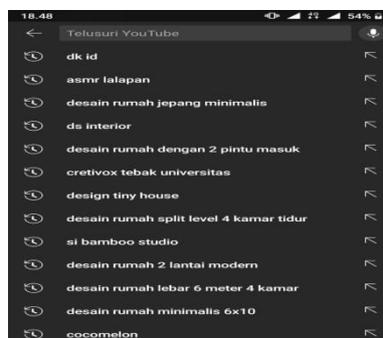
(wawancara 08 Februari, 14. 00 WIB).

Gambar 4.7**Wawancara dengan saudara Habib**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.6**Histori pencarian saudara Aulia**

Sumber : riwayat responden (2022)

Gambar 4.8**Histori pencarian saudara Habib**

Sumber : Riwayat Responden (2022)

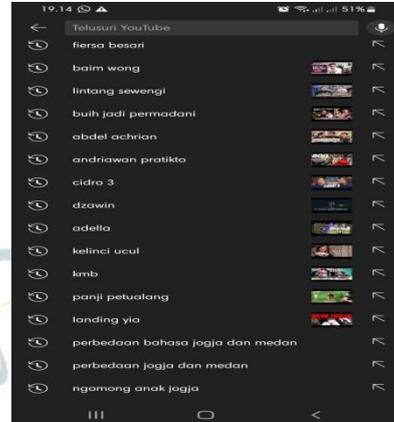
Berdasarkan yang hasil wawancara di atas tersebut maka dapat disimpulkan bahwa media sosial youtube merupakan salah satu platform yang menyajikan sebuah informasi dan juga edukasi yang dapat dilihat oleh khalayak umum.

Sejalan dengan pernyataan saudara Aji (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) bahwasanya*“menurut saya youtube itu sebuah platform yang berisikan audio visual yang memberikan sesuatu informasi secara luas”*..... (wawancara 08, Pukul 14. 25 WIB).



Gambar 4.9**Wawancara dengan saudara Aji**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

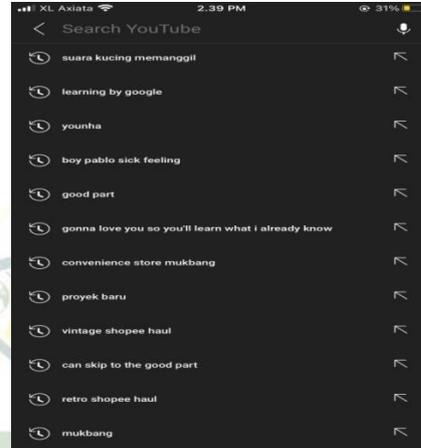
gambar 4.10**histori pencarian saudara Aji**

Sumber : riwayat responden (2022)

Hasil wawancara tersebut sejalan dengan apa yang disampaikan oleh saudara Habib sebelumnya, yang artinya youtube bisa memberikan informasi ataupun edukasi kepada orang banyak dan secara luas tanpa mempertimbangkan jarak dan jumlah penonton.

Kemudian penulis juga melakukan wawancara tentang persepsi positif kepada saudari Dinda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) yaitu:

.....“youtube itu sebuah platform yang menyediakan berbagai video yang berisikan konten-konten yang mengedukasi dan memberikan informasi, yang dimana video ini dibuat oleh para youtuber dengan berbagai jenis durasi”.....(wawancara 08 Februari, 14.40 WIB).

Gambar 4.11**Wawancara dengan saudari Dinda****Gambar 4.12****Histori pencarian saudari Dinda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan penjelasan yang diberikan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa youtube menyediakan berbagai informasi dan edukasi yang dibuat oleh youtuber tersebut. Pernyataan ini sejalan dengan apa yang di sampaikan oleh saudara Habib dan Aji yang artinya youtube dapat memberikan informasi dan edukasi kepada para penonton youtube.

Kemudian penulis juga melakukan wawancara kepada saudari Wilda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) bahwa:

.....*“menurut saya youtube adalah sebuah aplikasi yang digunakan kreator untuk menuangkan karyanya yang berupa video”*..... (wawancara 08 Februari, 14.58 WIB).

Gambar 4.13**Wawancara dengan saudari Wilda****Gambar 4.14****histori pencarian saudari Wilda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Dapat disimpulkan menurut hasil penelitian diatas jika youtube sebagai tempat untuk menyalurkan sebuah karya yang berupa video, audio, dan gambar yang dimana karya tersebut bisa dilihat oleh banyak orang.

Menurut pernyataan para informan penelitian tersebut di atas, kesimpulan yang di dapat bahwasanya mahasiswa memiliki persepsi positif YouTube selaku platform untuk *content video creative* karena youtube dapat bersifat sebagai:

1. Media Informatif
2. Sumber pengetahuan yang efektif.
3. Sumber inspiratif.
4. Media hiburan.
5. Media penyaluran kreatifitas.

Menurut hipotesis Bluner dan Elihu, dikatakan bahwa orang yang memanfaatkan media secara aktif memilih dan menggunakannya. Manusia bebas menangani media dalam situasi ini. Pengguna akan merangsang dirinya sendiri untuk menerima objek yang dipersepsikannya untuk mendapatkan efek positif.

2. Persepsi Negatif

Hal-hal seperti persepsi seseorang terhadap suatu objek yang dianggap merugikan disebut sebagai persepsi negatif. Dengan kata lain, seseorang memiliki kecenderungan untuk menolak atau membenci barang yang dirasakan. Mirip dengan siaran YouTube, ada video yang tidak mendidik, mengandung pornografi, bahkan mungkin bisa merugikan penonton YouTube lainnya.

YouTube adalah platform dengan fitur yang memuaskan untuk anak-anak, remaja, dan orang tua karena berfungsi sebagai sumber video informasi yang mendidik. Hingga saat ini, ada sekitar 1 miliar orang yang menggunakan YouTube..

Besarnya jumlah pengguna YouTube sejalan dengan peningkatan jumlah pengguna yang mengunggah video ke platform (YouTuber), yang berdampak pada beberapa informasi non-edukasi. Hal ini menunjukkan adanya konten negatif yang intinya hanya mencari keuntungan tanpa memperhitungkan efek dari mengunggah tayangan video, dan semakin banyak konten negatif yang diunggah

ke YouTube, pasti akan semakin banyak pula persepsi negatif terhadapnya. Sebagaimana yang di sampaikan oleh saudari Vika (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018):

.....“menurut saya konten video yang tidak menarik itu seperti konten yang berbau hal negatif, misalnya sebuah konten pembicaraan tentang hal dewasa, karena di saat sekarang ini pengguna youtube bukan cuma orang dewasa melainkan anak-anak juga sudah menggunakan youtube”.....(wawancara 31 Januari, 17.20 WIB).

Gambar 4.15

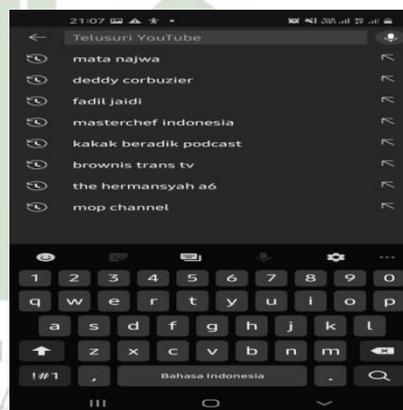
Wawancara dengan saudari Vika



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.16

Histori pencarian saudari Vika



Sumber : riwayat responden (2022)

Menurut pendapat saudari Vika di atas kesimpulannya yaitu baginya video yang membicarakan tentang hal dewasa sangatlah tidak baik untuk anak-anak yang masih dibawah umur.

Dalam video tersebut, Saudari Fira juga menyampaikan ada konten yang tidak ada manfaatnya dan tidak mendidik (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa“menurut saya konten yang tidak menarik dan tidak ada faedahnya itu seperti konten pamer pamer harta, karena menurut saya itu sama seperti menyombong-nyombongkan harta dan juga bisa memicu sebuah kejahatan”..... (wawancara 31 Januari, 16.50 WIB).

Gambar 4.17
wawancara dengan saudari Fira



Sumber : Dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan penjelasan oleh saudari Fira tersebut, menurutnya konten yang berisikan memamerkan harta itu sangat tidak berfaedah dan juga memicu sebuah kejahatan.

Konten-konten lainnya juga tidak memberikan manfaat bagi pengguna youtube seperti yang di sampaikan oleh saudara Rizky (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“konten yang tidak menarik menurut saya adalah konten seperti prank, karena menurut saya konten prank tersebut sama sekali tidak mengandung edukasi dan tidak ada faedahnya”*..... (wawancara 03 Februari, 17.15 WIB).

Gambar 4.19
Wawancara dengan saudara Rizky

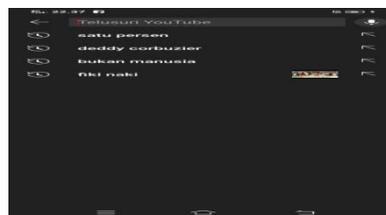


Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.18
histori pencarian saudari Fira



Gambar 4.20
History pencarian saudara Rizky



Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan penyampaian saudara Rizky tersebut dapat disimpulkan bahwa konten prank tersebut sama sekali tidak mendukung dan tidak memiliki faedah jika ditonton.

Penjelasan lain tentang persepsi negatif terhadap penggunaan media sosial youtube yang di sampaikan saudara Aulia Rahman (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa*“konten yang tidak menarik itu adalah konten prank, karena saya tidak suka melihat konten seperti itu, menurut saya menonton konten tersebut hanya membuang-buang kuota dan menghabiskan waktu saja”*..... (wawancara 03 Februari, 17.30 WIB).

Gambar 4.21

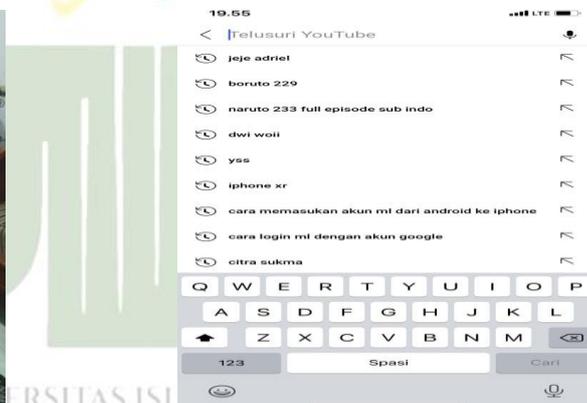
Wawancara dengan saudara Aulia



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.22

Histori pencarian saudara Aulia



Sumber : riwayat responden (2022)

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Habib (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

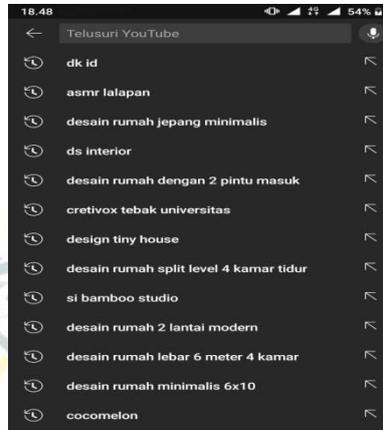
.....*“menurut saya tayangan tentang berita atau gosip ini adalah konten yang tidak berfaedah dimana berita ini adalah berita yang belum pasti akan kebenarannya karena pernah beberapa kali saya lihat di beranda youtube saya ada tentang gosip artis yang seharusnya tidak pantas di publish”*.....(wawancara 08 Februari, 14.00 WIB).

Gambar 4.23



Gambar 4.24

Wawancara dengan saudara Habib History pencarian saudara Habib



Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat Responden (2022)

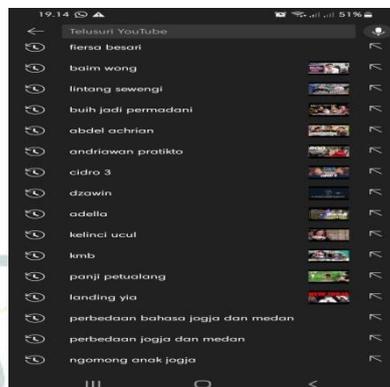
Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa persepsi negatif yang di sampaikan oleh saudara Habib adalah tentang penyebaran berita yang belum pasti kebenarannya, karena ini dapat memicu *user* youtube yang lainnya.

Selanjutnya penulis mewawancarai saudara Aji (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang juga pengguna aktif Youtube yaitu:

.....*“menurut saya konten prank atau sejenisnya itu tidak cocok bagi saya, karena itu akan memungkinkan dapat merugikan orang lain”*.....
(wawancara 08 Februari, 14.25 WIB).

Gambar 4.25**Wawancara dengan saudara Aji**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.26**Histori pencarian saudara Aji**

Sumber : riwayat responden (2022)

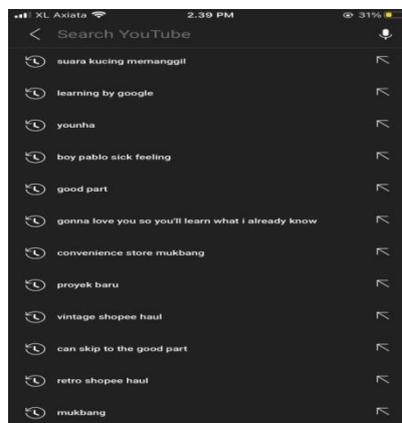
Berdasarkan dengan apa yang disampaikan dengan saudara Aji dapat disimpulkan bahwa konten prank atau sejenisnya itu tidak memiliki daya tarik baginya, dan juga dapat merugikan orang lain. Pernyataan ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh saudara Rizky dan Aulia.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Dinda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“menurut saya konten yang tidak menarik itu seperti konten prank, seperti kayak ngeprank istri, ngeprank orang-orang di mall itu menurut saya mengganggu kali”*.....(wawancara 08 Februari, 14.40 WIB).

Gambar 4.27**Wawancara dengan saudara Dinda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.28**Histori pencarian saudara Dinda**

Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Saudari Dinda di atas maka dapat disimpulkan bahwa konten prank itu sangat mengganggu, pernyataan narasumber ini juga sejalan dengan pernyataan yang diberikan oleh saudara Rizky, Aulia, dan Habib. Yang artinya tidak menyukai konten prank atau sejenisnya.

Penulis juga melakukan wawancara tentang persepsi negatif kepada saudari Wilda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yaitu:

.....“menurut saya konten prank yang aneh-aneh itu saya tidak suka dan juga seperti kontent reaction video yang aneh-aneh, karena itu menurut saya mengganggu”.....(wawancara 08 Februari, 14.58 WIB).

Gambar 4.29

Wawancara dengan saudari Wilda



Gambar 4.30

histori pencarian saudari Wilda



Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Dari pernyataan yang diberikan oleh narasumber diatas maka dapat disimpulkan bahwa konten prank aneh dan konten reaction video yang aneh itu membuat pengguna youtube merasa terganggu.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan dari informan diatas, persepsi negatif mahasiswa terhadap youtube sebagai media *content video creative* adalah:

1. Banyaknya video yang beredar tentang pembicaraan hal dewasa.
2. Menjadi tempat memamerkan harta.
3. Memberikan tontonan yang tidak mengedukasi.
4. Memberikan tontonan yang merugikan orang lain.

Persepsi negatif tersebut mengacu pada informasi tentang barang yang tidak sesuai dengan objek yang dipersepsikan. Menurut hipotesis kegunaan dan kepuasan, pengguna YouTube seringkali tidak puas dan cenderung menolak apa yang mereka lihat.

Menurut definisi Jalaludin Rakhmat tentang persepsi yaitu pengalaman terhadap suatu objek, peristiwa, atau hubungan yang diperoleh dengan menarik kesimpulan dari data dan menginterpretasikan pesan yang disampaikan, persepsi mahasiswa UINSU mengenai pemanfaatan YouTube sebagai media konten video kreatif adalah dievaluasi berdasarkan temuan wawancara penulis diambil secara keseluruhan.

2. Efek yang ditimbulkan youtube sebagai media *content video creative*

Siaran di Youtube bisa menyebabkan timbulnya persepsi yang berdampak bagi pengguna youtube tersebut baik dampak negatif maupun dampak positif yang terjadi pada para pengguna media sosial youtube. Efek ini terwujud dalam bentuk sikap atau tindakan baru yang diadopsi secara aktif. Dampak penggunaan YouTube dapat dikategorikan sebagai efek kognitif, emosional, dan perilaku.

A. Efek Kognitif

Dampak kognitif adalah efek berbasis pengetahuan, artinya sebelum dampak dapat terbentuk, pengguna harus terlebih dahulu menerima informasi atau pengetahuan dari video YouTube. Persepsi pengguna tentang acara ini sebagai informatif adalah konsekuensi dari proses ini, yang menunjukkan bahwa Youtube memiliki dampak yang menguntungkan pada pertumbuhan pengetahuan. Ketika ada proses perubahan terhadap apa yang sebelumnya diketahui, dipahami, dan diyakini, efek ini terjadi.

Wawancara penulis bersama saudara Rizky Pratama menghasilkan pernyataan berikut (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) mengatakan:

.....*“saya menonton youtube yang konten nya berisikan tentang seorang youtuber tersebut bermain aplikasi Ome TV dan disitu youtuber nya berbicara dengan orang yang berasal dari berbagai negara asing, dari*

menonton konten tersebut saya jadi terinspirasi untuk mempelajari bahasa asing”..... (wawancara 03 Februari, 17.15 WIB).

Gambar 4.31

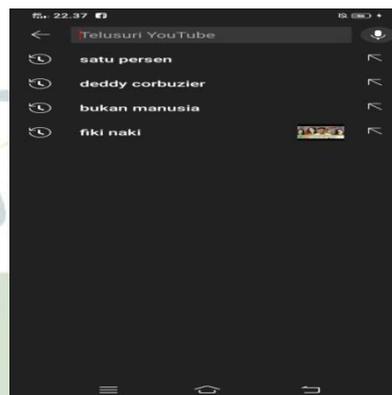
Wawancara dengan saudara Rizky



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.32

History pencarian saudara Rizky



Sumber : Riwayat responden (2022)

Kesimpulan yang diperoleh dari wawancara diatas ialah narasumber ini mendapatkan pengetahuan tentang berbahasa asing dari ucapan youtuber kepada orang-orang yang ada di dalam aplikasi Ome TV tersebut.

Penulis juga melakukan wawancara kepada seorang narasumber yang bernama Aulia Rahman (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) mengatakan bahwa:

.....“saya menonton youtube itu hanya sekedar untuk hiburan, konten yang saya tonton yaitu konten yang berisi seputar mobile legends, dari menonton konten tersebut saya bisa mempelajari tutorial dan skill dalam bermain mobile legends”.....(wawancara 03 Februari, 17.30 WIB).

Gambar 4.33**Wawancara dengan saudara Aulia**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.34**Histori pencarian saudara Aulia**

Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan penyampaian yang diberikan saudara Aulia Rahman dapat disimpulkan bahwa dengan menonton youtube dia dapat mengetahui tutorial dan skill dalam bermain mobile legends. Penegasan ini konsisten dengan efek kognitif dari media massa, yang berkorelasi dengan pengetahuan dan kemampuan.

Selanjutnya penjelasan yang diberikan oleh saudari Vika (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) tentang efek kognitif terhadap youtube sebagai media *content video cetaive* bahwa:

.....“menurut saya youtube sudah memenuhi kebutuhan informasi , misalnya saya sering menonton podcast Dedi Corbuzier salah satunya tentang kekerasan dilingkungan kampus dan itu sesuai dengan apa yang saya pelajari dikampus saya”..... (wawancara 31 Januari, 17.20 WIB).

Gambar 4.35**Wawancara dengan saudari Vika**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.36**Histori pencarian saudari Vika**

Sumber : riwayat responden (2022)

Kesimpulan dari wawancara tersebut ialah youtube sudah memenuhi kebutuhan informasi dari segi manapun salah satunya tentang kekerasan dilingkungan kampus yang di jelaskan oleh narasumber diatas.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudari Fira (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang merupakan salah satu pengguna aktif youtube, yaitu:

.....*“benar, youtube memberikan saya tentang informasi dan pengetahuan saya, dengan menonton youtube tersebut saya bisa melakukan sebuah tindakan seperti yang ditayangkan di youtube ketika saya sedang merasa bingung dalam sesuatu hal”*..... (wawancara 31 Januari, 16.50 WIB).

Gambar 4.37
wawancara dengan saudari Fira



Gambar 4.38
Histori pencarian youtube saudari Fira



Sumber : Dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Dari penjelasan yang diberikan narasumber diatas tentang efek kognitif kesimpulannya ialah media sosial youtube menyediakan informasi dan pengetahuan bagi para pengguna media sosial youtube.

Penulis juga melakukan wawancara kepada Saudara Aji (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“dengan menonton video yang ada diyoutube beberapa hal yang saya temukan, ya dapat menambah pengetahuan saya sendiri mengenai apa yang belum saya ketahui sebelumnya”*.....(wawancara 08 Februari, 14.25 WIB).

Gambar 4.39

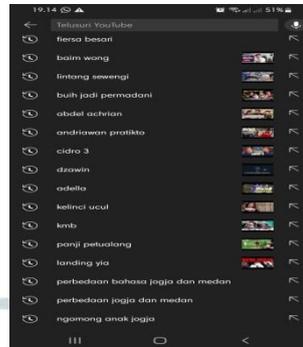
Gambar 4.40

Wawancara dengan saudara Aji



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Histori pencarian saudara Aji



Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwa dengan menonton video di youtube dapat menambah pengetahuan mengenai apa yang belum diketahui sebelumnya, artinya adalah youtube bersifat informatif dan juga memberikan edukasi.

Selanjutnya wawancara turut dilakukan kepada saudari Dinda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yaitu:

.....*“iya, youtube menambah pengetahuan saya, seperti konten beauty content, make up dari menonton konten ini saya dapat mempelajari tutorial dan trik lainnya dalam ber make up, dan juga saya menonton konten yang membahas kepribadian jadi dari menonton konten tersebut membuat kita menginstropeksi diri”*.....(wawancara 08 Februari, 14.40 WIB).

Gambar 4.41

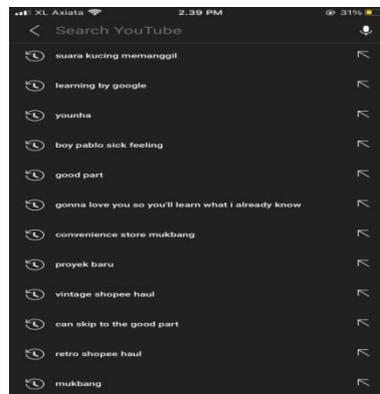
Wawancara dengan saudari Dinda



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.42

Histori pencarian saudari Dinda



Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan hasil penelitian diatas maka dapat disimpulkan bahwasanya Pengetahuannya dapat berubah tergantung pada saluran atau topik yang disukainya, mengubahnya menjadi informasi baru untuknya. Klaim ini konsisten dengan dampak kognitif dari media massa, yang terkait dengan pengetahuan.

Selanjutnya hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada saudara Habib (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yaitu:

.....*“kalau dalam memberikan informasi, menurut saya youtube sudah cukup memberikan informasi yang sesuai dengan apa yang saya inginkan, seperti kayak saya saat sekarang ini sering menonton konten tentang desain rumah,nah disini saya emang ingin melihat bagaimana cara mendesain rumah dan juga saya ingin tau bagaimana cara youtuber itu mendubbingkan untuk menjelaskan desain tersebut”*.....(wawancara 08 Februari. 14.00 WIB).

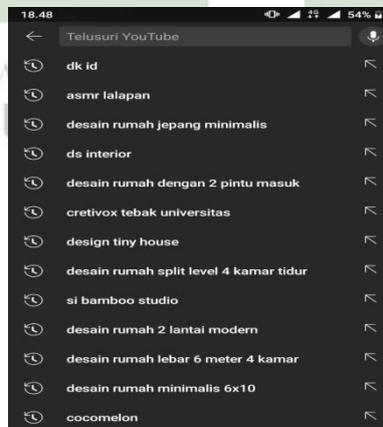
Gambar 4.43

Wawancara dengan saudara Habib



Gambar 4.44

History pencarian saudara Habib



Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat Responden (2022)

Berdasarkan apa yang disampaikan oleh saudara Habib diatas maka kesimpulannya ialah YouTube cukup untuk memberikan pengetahuan dan fakta baru berdasarkan kebutuhan kita. Artinya setelah menonton YouTube, apapun yang sebelumnya tidak dia ketahui menjadi informasi baru. Hal ini merupakan sebuah ketergantungan seorang pengguna terhadap penggunaan youtube dimana

narasumber ini memiliki ketergantungan akan informasi yang di tayangkan oleh media sosial youtube.

Penulis juga melakukan wawancara kepada Saudari Wilda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang juga merupakan pengguna youtube yaitu:

.....*“saya menonton youtube ini random, apa yang muncul di beranda saya itu yang saya tonton selagi channel tersebut menarik dan memberikan edukasi dan informasi, sejauh ini saya menonton youtube saya merasa youtube sudah memberikan pengetahuan dan edukasi yang cukup menurut saya”*.....(Wawancara 08 Februari, 14.58 WIB).

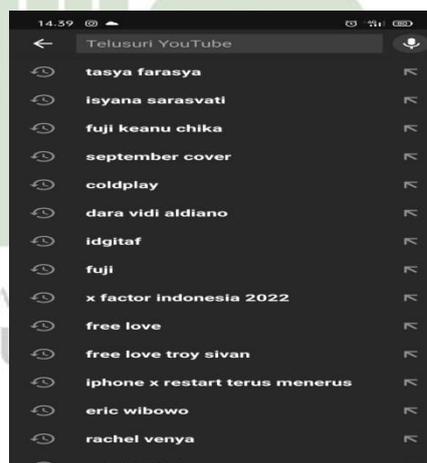
Gambar 4.45

Wawancara dengan saudari Wilda



Gambar 4.46

histori pencarian saudari Wilda



Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan dengan pendapat yang diutarakan oleh saudari Wilda maka kesimpulannya ialah informasi juga edukasi yang disediakan oleh youtube sudah cukup menurutnya.

Adapun beberapa point yang disimpulkan menurut pendapat hasil wawancara ialah:

1. Adanya proses penambahan pengetahuan baru.
2. Adanya proses penambahan keterampilan.
3. Tersedianya transmisi pengetahuan.
4. Proses penyesuaian diri.
5. Ketergantungan akan kebutuhan informasi.

6. Ketergantungan terhadap penggunaan youtube.

hampir setiap penonton YouTube mengalami dampak kognitif. Hipotesis penggunaan dan kepuasan oleh Bluner dan Kats, yang berpendapat bahwa konsumen media secara aktif berpartisipasi dalam pemilihan dan penggunaan media, konsisten dengan efek kognitif ini.

B. Efek Afektif

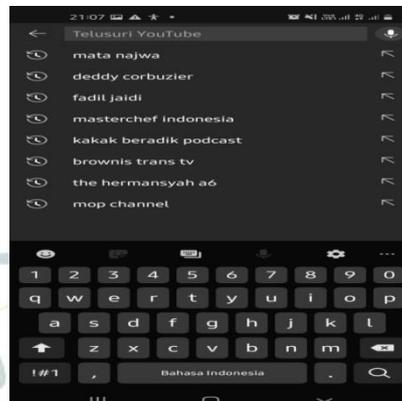
Ketika pengunjung YouTube memperoleh informasi dan kemudian mulai memutuskan apakah akan menerima atau menolak informasi yang ditawarkan dalam tampilan video, ini dikenal sebagai efek afektif. Bergantung pada perasaan yang dialami penonton, efek ini bisa positif dan buruk. Efek positifnya termasuk kegembiraan yang didapat dari menonton materi YouTube, misalnya. Saat melihat konten yang menyinggung, akibat buruknya adalah sensasi permusuhan.

Dibawah ini adalah hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada saudari Vika (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambul 2018) yang juga merupakan pengguna aktif Youtube bahwa:

.....“kalau menurut saya, setuju atau tidaknya itu tergantung kepada tayangannya sih, kalau saya kan sering menonton konten mata najwa misalnya yang membahas tentang hak perempuan, nah ketika ada sebuah narasumber yang menjelaskan selagi penjelasannya benar menurut persepsi saya, ya saya setuju atas pendapatnya”.....(wawancara 31 Januari, 17.20 WIB).

Gambar 4.47**Wawancara dengan saudari Vika**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.48**Histori pencarian saudari Vika**

Sumber : riwayat responden (2022)

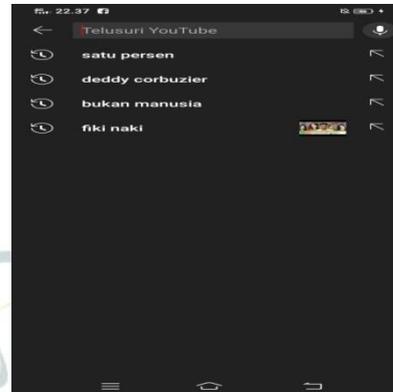
Berdasarkan penjelasan yang diberikan narasumber tersebut menurutnya youtube dapat diterima jika tayangan tersebut menjelaskan sesuai dengan persepi nya, dan juga setuju atau tidaknya itu tergantung juga kepada tayangan atau jenis konten. Yang artinya narasumber ini akan setuju jika penjelasan yang dijelaskan oleh narasumber tersebut masuk akal dan dapat diterima.

Penulis juga melakukan wawancara kepada seseorang mahasiwa Ilmu Komunikasi stambuk 2018 yang bernama Rizky salah satu sebagai pengguna yotube juga, yaitu:

.....“ya, saya setuju sih karena kan saya sering menonton konten fiki naki, nah fiki naki ini selalu memotivasi para penonton nya untuk belajar bahasa asing, dan saya merasa ini memotivasi diri saya sendiri untuk mempelajari bahasa asing tersebut, makanya saya tertarik kepada konten fiki naki”.....(wawancara 03 Februari, 17. 15 WIB).

Gambar 4.49**Wawancara dengan saudara Rizky**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.50**History pencarian saudara Rizky**

Sumber : Riwayat responden (2022)

Dari penjelasan yang disampaikan oleh saudara Rizky maka diketahui bahwasanya narasumber mengikuti dan merasa setuju atas apa yang disampaikan oleh youtuber. Pernyataan ini sesuai dengan efek afektif, dimana penentuan sikap pengguna terhadap apa yang dipersepsikannya dimulai.

Kemudian hasil wawancara yang dilakukan penulis kepada saudari Fira (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) mengatakan bahwa:

.....“menurut saya sih lebih cenderung setuju dengan statement yang dikeluarkan oleh youtuber yang saya tonton, nah saya kan sering menonton konten tentang pelajaran kehidupan, karena konten ini membuat saya untuk mempelajari cara bagaimana menjalani kehidupan, dan bagaimana cara mengatasi ketika kita didalam suatu situasi yang membingungkan”..... (wawancara 31 Januari, 16.50 WIB).

Gambar 4.51**Wawancara dengan saudari Fira**

Sumber : Dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.52**Histori pencarian youtube saudari Fira**

Sumber : riwayat responden (2022)

Dari pernyataan yang disampaikan saudara Fira maka dapat disimpulkan bahwa menurutnya dia mengikuti dan merasa setuju terhadap tayangan yang dia tonton, karena menurutnya hal itu sangat membantu dan juga cocok untuk dilakukan didalam kehidupan sehari-hari. Pernyataan ini sesuai dengan efek afektif terhadap youtube dimana narasumber ini mulai mengikuti dan juga menyetujui apa yang disampaikan oleh youtuber tersebut.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Aulia Rahman (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa :*“menurut saya iya, karena pengguna youtube sekarang bukan hanya anak remaja dan juga dewasa, namun anak-anak juga bisa menggunakan youtube untuk sebagai media hiburan”*.....(wawancara 03 Februari, 17.30 WIB).

Gambar 4.53

Wawancara dengan saudara Aulia



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.54

Histori pencarian saudara Aulia



Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa youtube dapat diterima karena untuk saat sekarang ini anak-banyak menggunakan aplikasi youtube tersebut sebagai media hiburan, yang artinya youtube bukan hanya sebagai media untuk mencari informasi dan pengetahuan, melainkan youtube juga bisa sebagai media hiburan.

Penulis juga melakukan wawancara kepada Saudari Dinda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“biasanya kan saya menonton konten tentang ngereview produk, kadang saya setuju sih kadang juga tidak setuju dengan apa yang di sampaikan youtuber*

tersebut, tergantung kepada cara penyampaian youtuber nya dan juga fakta atau bukti yang mendukungnya apakah itu memang benar atau tidak”.....(wawancara 08 Februari, 14.40 WIB).

Gambar 4.55

Wawancara dengan saudari Dinda



Gambar 4.56

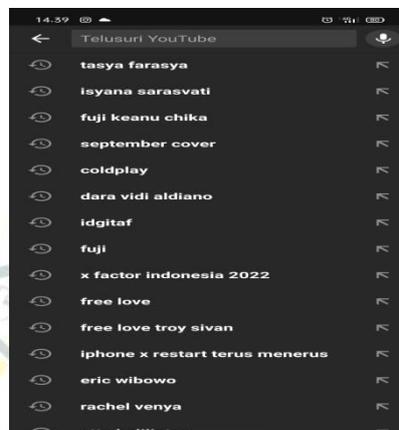
Histori pencarian saudari Dinda



Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat responden (2022)

Menurutnya, ketika melihat isi, narasumber ini tidak langsung memutuskan apa yang diamatinya, melainkan menilainya untuk menetapkan kebenarannya, yakni dengan melihat teknik penyebaran atau fakta dan bukti pendukung. Kesimpulan ini dapat ditarik dari penjelasan yang diberikan oleh sumber-sumber di atas. Penegasan ini konsisten dengan dampak emotif, di mana pengguna mulai memutuskan bagaimana perasaannya tentang apa yang dipersepsikannya.

Sejalan dengan wawancara yang dilakukan penulis dengan saudari Wilda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) menurutnya yaitu:*“saya kan sering menonton tentang konten yang memasarkan make up, setuju atau tidaknya itu tergantung juga sih, saya tidak mau langsung setuju, karena saya melihat terlebih dahulu, banyak atau tidak para youtuber yang membenarkan tentang produk tersebut, dan saya juga melihat brand dari produk itu, apakah sudah memiliki nama yang dikenal banyak orang atau tidak”*.....(wawancara 02 Februari, 14.58 WIB).

Gambar 4.57**Wawancara dengan saudari Wilda****Gambar 4.58****histori pencarian saudari Wilda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Menurut pendapat Wilda diketahui bahwasanya narasumber ini tidak langsung menerima apa yang disampaikan oleh youtuber tersebut, narasumber ini mempertimbangkan terlebih dahulu untuk menerima apa yang disampaikan youtuber tersebut dengan cara melihat jumlah para youtuber yang membenarkan itu dan juga latar belakang dari brand sebuah produk tersebut. Pernyataan ini sesuai dengan efek afektif dimana pengguna mulai menentukan sikap dalam menerima sebuah informasi.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Habib (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang juga merupakan pengguna aktif youtube bahwa:

.....“kalo menurut saya pribadi lebih banyak setuju sih, karena ketika saya menonton youtube itu, saya tidak mau sembarangan menonton, disini saya lihat terlebih dahulu apakah video tersebut memberikan feedback yang baik atau tidak, jadi kembali lagi kepada isi kontennya, selagi konten itu mengedukasi, memberi informasi dan hiburan saya setuju-setuju aja”.....(wawancara 08 Februari, 14.00 WIB).

Gambar 4.59

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Berdasarkan apa yang dikatakan oleh saudara Habib maka dapat disimpulkan bahwa menurutnya dia menerima youtube tersebut jika kontennya yang mengedukasi dan juga memberikan informasi dan hiburan. Yang artinya pernyataan ini sesuai dengan efek afektif dimana pengguna tersebut mulai menentukan sikap dalam menerima atau menolak tentang apa yang dipersepsikannya.

Kemudian penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Aji (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yaitu:

.....*“kalo menurut saya pribadi, saya setuju sih, karena memberikan informasi sehingga dapat memberikan informasi kepada diri sendiri dan juga sebagai media hiburan bagi diri saya sendiri”*.....(wawancara 08 Februari, 14.25 WIB).

Gambar 4.61

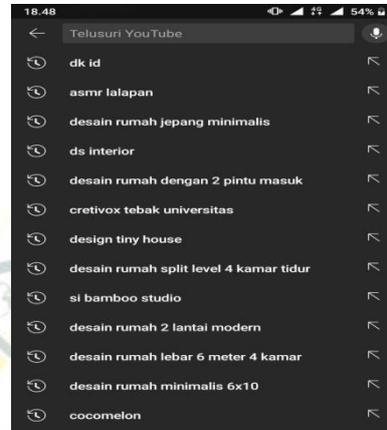
Wawancara dengan saudara Aji



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.60

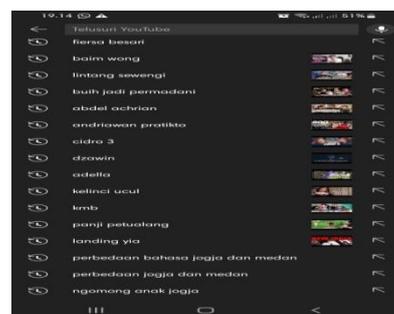
History pencarian saudara Habib



Sumber : Riwayat Responden (2022)

gambar 4.62

histori pencarian saudara Aji



Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas tersebut maka kesimpulannya yaitu Sumber ini setuju dengan acara YouTube yang dia tonton. Klaim ini konsisten dengan efek emosional yang dibuat oleh pengguna YouTube, yang mulai membentuk opini tentang apa yang mereka lihat.

Beberapa point yang disimpulkan oleh penulis menurut hasil wawancaranya yaitu :

1. Ada dampak positif yang diberikan youtube bagi penggunanya yakni peningkatan wawasan.
2. Dampak positif hiburan juga dirasakan bagi pengguna youtube.
3. Youtube akan berdampak negatif apabila disalahgunakan oleh penggunanya.

Setelah menonton acara di YouTube dan menerima informasi, konsumen akan memutuskan apakah akan menerima atau menolak informasi yang disajikan dalam acara tersebut. Efek afektif ini akan mengikuti efek kognitif. Hal ini konsisten dengan hipotesis kegunaan dan kepuasan, yang berpendapat bahwa pengguna dapat memutuskan sikap berdasarkan informasi yang dibutuhkan.

C. Efek Behavioral

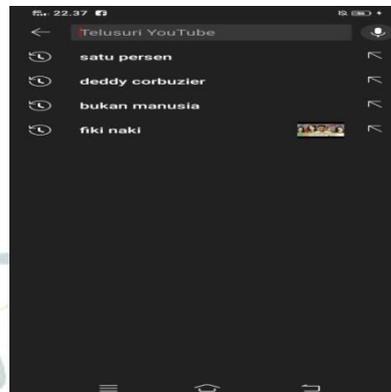
Dampak yang, khususnya berpengaruh pada tindakan, perilaku, atau aktivitas disebut dampak behavioral. Biasanya, bergantung pada orang atau perilaku pengguna YouTube, dampak ini mungkin positif atau negatif. Salah satu dampak negatifnya adalah kecenderungan memanfaatkan YouTube untuk menghabiskan waktu, misalnya. Mengadopsi perilaku sebagai hasil dari konten YouTube, seperti memulai pekerjaan sebagai blogger video, adalah salah satu dampak positifnya.

Hasil wawancara penulis dengan saudara Rizky Pratama (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) menyatakan bahwa:

.....“dari menonton youtube ada sih yang mempengaruhi seperti dari gaya pengucapan yang di ucapkan youtuber kadang saya ikutin gaya bicaranya ketika saya berbicara kepada orang sekitar saya”..... (wawancara 03 Februari, 17.15 WIB).

Gambar 4.63**Wawancara dengan saudara Rizky**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.64**History pencarian saudara Rizky**

Sumber : Riwayat responden (2022)

Dari penjelasan narasumber diatas dapat di simpulkan bahwa dia mengatakan bahwa menonton youtube dapat memberikan efek kepada penonton yang menonton sebuah konten, dimana narasumber ini mengikuti gaya bicara dari youtuber tersebut. Penegasan ini konsisten dengan efek behavioral, yang terjadi ketika seseorang mengubah rutinitasnya sebagai respons terhadap persepsi yang dimilikinya.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Aulia Rahman (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang juga merupakan pengguna youtube mengatakan bahwa:

.....*“saya rasa ada sedikit pengaruh terhadap diri saya, terkadang karena keasikan menonton youtubue dikamar saya jadi jarang bersosial karena menonton youtube tersebut sehingga membuat merasa kesusahan ketika berbicara didepan publik”*.....(wawancara 03 Februari, 17.30).

Gambar 4.65**Wawancara dengan saudara Aulia**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.66**Histori pencarian saudara Aulia**

Sumber : riwayat responden (2022)

Dari penjelasan yang diberikan narasumber diatas maka dapat disimpulkan youtube membuat diri menjadi lebih jarang melakukan interaksi sosial kepada orang sekitar, artinya youtube membuat diri memiliki sifat introvert. Pernyataan ini sesuai dengan efek behavioral dimana efek ini merupakan perubahan perilaku sosial terhadap pengguna youtube.

Hasil wawancara tersebut sangat sejalan dengan apa yang di sampaikan saudari Fira (Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2018) yaitu*“iya, karena kadang dengan menonton youtube membuat menjadi malas untuk bersosialisasi kepada orang lain”*.....(wawancara 31 Januari, 16.10 WIB).

Gambar 4.67**Wawancara dengan saudari Fira**

Sumber : Dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.68**Histori pencarian saudari Fira**

Sumber : riwayat responden (2022)

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudari Vika (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“kalo untuk saya youtube tidak terlalu mempengaruhi, dan juga tidak sama sekali merubah kehidupan sosial saya, karena saya menonton youtube ini tidak sering saya menonton kalau saya memiliki waktu senggang aja”*..... (wawancara 31 Januari, 17. 20 WIB).

Gambar 4.69

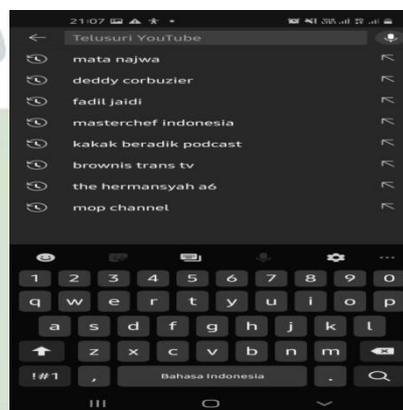
Wawancara dengan saudari Vika



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.70

Histori pencarian saudari Vika

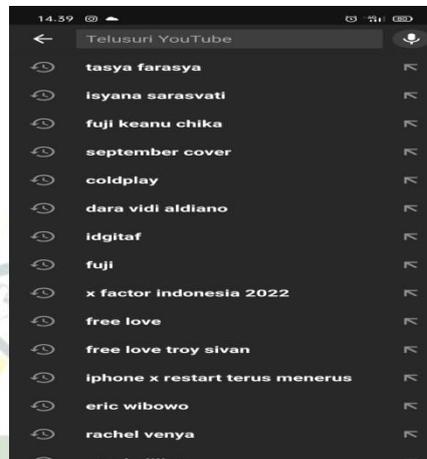


Sumber : riwayat responden (2022)

Dari penjelasan yang diberikan narasumber diatas dapat disimpulkan bahwa youtube tidak mempengaruhi kehidupan ataupun kebiasaan diri selagi kita menggunakan aplikasi tersebut tidak terlalu sering dan tidak memiliki ketergantungan terhadap youtube tersebut.

Penulis juga melakukan wawancara kepada saudari Wilda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“kalau untuk merubah pola pikir dan kebiasaan saya itu tidak ada sih, karena saya menonton youtube itu hanya sekedar untuk mengisi waktu kosong saja”*.....(wawancara 08 Februari, 14.58 WIB).

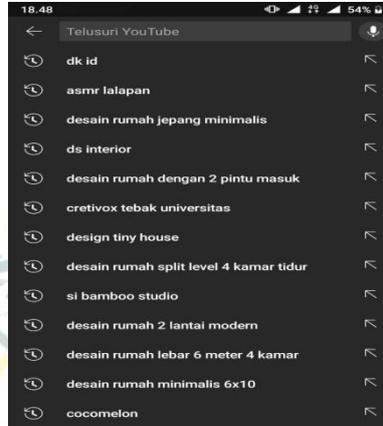
Gambar 4.71**Wawancara dengan saudari Wilda****Gambar 4.72****histori pencarian saudari Wilda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan apa yang dikatakan oleh saudari Wilda dapat disimpulkan bahwa menonton youtube tersebut tidak merubah kebiasaan bagi dirinya, hal ini karena narasumber menonton youtube hanya waktu kosong saja.

Selanjutnya penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Habib (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) yang juga merupakan pengguna aktif youtube bahwa:

.....*“kalau untuk kediri saya untuk merubah pola pikir nggak ada sih tapi lebih ke kebiasaan aja, karena kadang ketika nonton youtube membuat saya lupa waktu, sehingga saya menonton youtube dengan waktu yang lama”*.....(wawancara 08 Februari, 14.00 WIB).

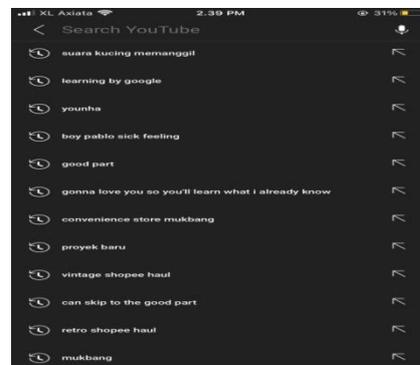
Gambar 4.73**Wawancara dengan saudara Habib****Gambar 4.74****History pencarian saudara Habib**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat Responden (2022)

Berdasarkan apa yang dikatakan saudara Habib maka dapat disimpulkan bahwa menurutnya menonton youtube bisa merubah kebiasaan, dimana kebiasaan itu membuat lupa waktu dikarenakan menonton youtube dengan waktu yang lama.

Selanjutnya penulis juga melakukan wawancara kepada saudara Dinda (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018). Bahwa:

.....*“ada sedikit merubah kebiasaan pada diri saya, misalnya kaya konten yang tentang morning productive, jadi kita ini kaya terikuti untuk produktif seperti youtuber tersebut”*.....(wawancara 08 Februari, 14.40 WIB).

Gambar 4.75**Wawancara dengan saudari Dinda****Gambar 4.76****Histori pencarian saudari Dinda**

Sumber : dokumentasi pribadi (2022) Sumber : Riwayat responden (2022)

Berdasarkan apa yang dikatakan saudari dinda bahwa menurutnya menonton youtube bisa merubah kebiasaan diri kita sendiri, apalagi konten yang kita tonton itu sesuai dengan kehidupan kita. Secara alami, kebiasaan ini tidak langsung terbentuk. Sebaliknya, itu berkembang dari waktu ke waktu melalui proses yang melibatkan ketergantungan untuk terus-menerus menonton YouTube, yang akan mengubah rutinitas sehari-hari. Namun, dilihat dari kalimat sebelumnya, praktik ini menguntungkan karena betapa bahagianya dia sebagai hasil dari persepsinya.

Wawancara turut dilakukan kepada saudara Aji (Mahasiswa Ilmu Komunikasi stambuk 2018) bahwa:

.....*“kalau untuk merubah kebiasaan ada sih, namun tidak sepenuhnya, dan kalo untuk merubah pola pikir ada sih tetapi ketika saya menonton konten yang mengedukasi saja dan juga konten tentang seperti pengalaman hidup seseorang”*.....(wawancara 08 Februari, 14.25 WIB).

Gambar 4.77

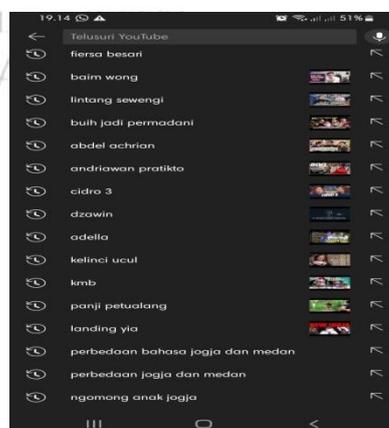
Wawancara dengan saudara Aji



Sumber : dokumentasi pribadi (2022)

Gambar 4.78

Histori pencarian saudara Aji



Sumber : riwayat responden (2022)

Berdasarkan apa yang dikatakan oleh saudara Aji maka dapat disimpulkan bahwa menurutnya youtube dapat merubah pola pikir, tetapi kembali lagi konten apa yang kita tonton. Pernyataan diatas sesuai dengan efek behavioral dimana seseorang mulai merubah pola pikir atau kebiasaan yang di persepsikannya.

Berdasarkan hasil wawancara diatas penulis kemudian menyimpulkan poin-poin kesimpulan wawancara diantaranya :

1. Merubah kebiasaan.
2. Memberikan pengaruh pada kehidupan sehari-hari.
3. Merubah pola pikir.
4. Merubah tindakan atau perilaku.

Menurut beberapa temuan wawancara tersebut di atas, YouTube memiliki pengaruh kognitif karena digunakan untuk memenuhi kebutuhan individu akan informasi baru yang sebelumnya tidak diketahui. Orang akan mencari materi di youtube tergantung minat dan hobinya karena penasaran. Dengan kata lain, hampir setiap penonton YouTube akan mengalami dampak kognitif. YouTube juga memiliki dampak emosional karena pada intinya penonton akan senang dengan konten yang mereka cari berdasarkan preferensi dan kesukaan mereka. Namun, pengguna tidak akan mencari informasi yang tidak mereka sukai karena hal itu akan membuat mereka marah.

Pengguna tidak dapat menghindari efek emosional ini karena jenis perasaan yang terwujud bergantung pada informasi/konten yang mereka cari. Kecenderungan untuk menggunakan aplikasi sebagai sumber pengetahuan adalah dampak perilaku terakhir yang dialami pengguna YouTube. Karena mereka terbiasa dan nyaman dengan informasi yang disampaikan dalam bentuk audio-visual, membaca menjadi kurang menarik bagi mereka. Dengan kata lain, anak-anak mengembangkan kebiasaan menelusuri YouTube daripada buku atau aplikasi yang memberikan informasi dalam bentuk teks saat mereka tidak yakin akan apa pun. Karena mereka yakin YouTube menjadi sarana penyebaran ilmu yang lebih lengkap, praktis, dan sukses. Sebaliknya, efek perilaku adalah efek berdampak pada perilaku dan berperan mengikuti efek kognitif dan afektif. Hal ini sesuai dengan teori kegunaan dan kepuasan, yang menyatakan bahwa pengguna YouTube akan menggunakan layanan tersebut sebagai sumber pengetahuan.