HUBUNGAN MENONTON CHANNEL YOUTUBE REMOTIVI TERHADAP PEMAHAMAN LITERASI MEDIA PADA KADER PELAJAR ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA BESAR

Oleh:

HERSHA RAHMAWATI[1]

ABDUL ROZAK[2]

ABSTRACT

Youtube is one of the most accessed social media platforms, namely 88 percent of its total users in 2019. This video-based media is widely used for several purposes, including reviewing media literacy that every social media user must understand. This is due to the impact of social media itself, especially on adolescents who are of a vulnerable age.

This study aims to reveal the relationship between the intensity of watching Remotivi's YouTube channel and the understanding of media literacy among the Indonesian Islamic Student cadres in Yogyakarta Besar. To answer this problem, a combination of Moderate Media Effect theory and Ues and Grativications is used. The type of research is a survey with data collection using a questionnaire, assisted by interviews, and documentation.

Based on the analysis, it was found that there was a relationship between watching Remotivi's YouTube channel and understanding media literacy in the Yogyakarta Besar Indonesian Islamic Student cadre. This can be seen from the tiered correlation value of 0.47 with a significance level of 5%. This shows that there is indeed a relationship between watching the Remotivi channel and literacy understanding even though it is at a moderate level.

Keyword: Media Literacy, Remo-tivi Youtube Channel Watch Intensity, Media Effect Theory, Indonesian Islamic Students.

[1] Alumni Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

[2] Lektor Kepala pada Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi telah membawa perubahan pada kemajuan media di dunia. Kemunculan internet pada abad ke 21 ini memberi peluang semakin beragamnya bentuk komunikasi antar manusia. Salah satunya terlihat dari maraknya transformasi dari media konvensional ke media digital. Namun disamping manfaat dan kegunaan dari media digital, masyarakat harus hati-hati dengan potensi dampak negatif yang mungkin muncul, karena media sedikit banyaknya telah mengkonstruksi perilaku, gaya hidup serta cara berpikir seseorang[3]. Dampak buruk dampak muncul dari bentuk tayangan yang bernuansa kekerasan, intimidasi dan perilaku yang tidak sesuai dengan nilai budaya bangsa.

Intensitas tayangan negatif yang lebih dominan daripada konten pendidikan dapat berdampak negatif terutama pada khalayak remaja yang sebagian besar dapat meniru isi tayangan[4]. Terlebih lagi pada media sosial yang sudah menjamur penggunanya. Mulai dari anak-anak sampai orang tua. Tidak bisa dipungkiri bahwa media sosial mempunyai dampak besar pada kehidupan seseorang, terkhusus pada seorang remaja. Media sosial sudah menjadi candu yang membuat penggunanya tiada hari tanpa media sosial[5]. Salah satu tawaran solusi adalah menanamkan pemahaman akan pentingnya literasi media, namun hal ini belum banyak dilakukan di kalangan remaja. Padahal literasi media pada remaja sangat penting mengingat mereka merupakan generasi penerus bangsa yang diharapkan menjadi aset berharga dalam peradabannya[6].

---

[3]Ika Merdekawati Kusmayadi, Sandi Jaya Saputra, dan Justito Adiprasetio, "Pentingnya Literasi Media", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2: 3 (2018), hlm. 1.

[4] Aditsa Amalia Muthmainah, *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru Oleh Remotivi Tahun 2017,*Skripsi (Yogyakarta: Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, UMY, 2018),hlm.2.

[5] Wilga Secsio Ratsja, R. Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja", *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3: 1 (tt.), hlm. 48.

[6] Rahayu Ginarti, *Hubungan Intensitas Menonton Sinetron Remaja Terhadap Kesadaran Literasi Media oleh RemzzcGHYF GI7 aja (Studi pada Siswa MAN Wonokromo)*, Skripsi

Remotivi merupakan sebuah pusat studi media dan komunikasi yang meliputi penelitian, advokasi, dan penerbitan. Mereka membuat video-video pendek yang antara lain berisikan hasil riset seputar literasi media dan komunikasi, yang kemudian di publikasikan melalui *Youtube.* Sampai sekarang Remotivi sudah mencapai lebih dari 206 ribu *subsciber* dan ada 146 video yang di *upload*[7]*.* Hal ini dimaksudkan untuk membuka wawasan penonton terkait positif dan negatifnya media *mainstream*. Aktivitas Remotivi tersebut memperoleh apresiasi dari Aliansi Jurnalis Indonesia (AJI) dengan diperolehnya penghargaan Tasrif Award di tahun 2014. Remotivi bisa menjadi alternatif tontonan terutama remaja agar memilki kecakapan dan pemahaman literasi yang baik.

Kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta, sebagaimana remaja lainnya, memiliki kecenderungan masih labil dalam menentukan sikap. Mereka harus dibekali dengan sikap kritis berbentuk literasi media. Karena itulah penting untuk melakukan kajian bagaimana hubungan menonton Channel YouTube Remotivi dengan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia (PII) Yogyakarta Besar.

2. KAJIAN PUSTAKA

2.1 Literasi Media

Konsep literasi media merujuk pada kemampuan khalayak dalam melek terhadap media, bagaimana khalayak mampu memilih atau menyaring (*filter)* isi pesan atau informasi yang dipaparkan oleh media. Harapannya khalayak semakin cerdas, aktif dan kritis sehingga tidak mudah mempercayai begitu saja

(Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 5.

[7] *Youtube Remotivi*, https://www.youtube.com/user/remotivi, diakses pada 14 Oktober 2020

pesan yang disampaikan media. Karena inilah penting adanya media edukasi dalam konteks literasi media[8].

Tujuan literasi media tidak hanya untuk menghafal fakta-fakta tentang media, namun lebih kepada mengeksplorasi pertanyaan yang muncul ketika seseorang terlibat secara kritis dengan pesan media,baik cetak maupun elektronik[9]. Menurut Silverblatt ada empat tujuan literasi media, yaitu: kesadaran kritis, diskusi, pilihan kritis, dan aksi sosial. Namun yang utama adalah memberikan berbagai manfaat bagi khalayak untuk mendapatkan informasi secara benar terkait *coverage* media; lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari; menginterpretasikan pesan media; membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan; mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah; serta mempertimbangkan media dalam keputusan-keputusan individu.

Pengukuran terhadap pemahaman literasi media dapat merujuk *Nasional Leadership Conference on Media Education* dan Sonia Livingstone. Menurut mereka, literasi media dapat dilihat dari empat indikator, yaitu: mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan. Pemahaman mengoperasionalkan, mengakses, dan mampu memahami isi pesan merupakan salah satu kemampuan awal yang harus dimiliki oleh khalayak dalam mencari informasi. Mengakses informasi adalah mencari dan mengambil informasi dari suatu sumber untuk dijadikan referensi[10].

Menganalisa adalah kemampuan memahami tujuan pesan, mengidentifikasi pengirim pesan melalui media, dan mengetahui apa isi pesan yang disampaikannya. Menurut Gorys Keraf, analisa adalah sebuah proses untuk memecahkan sesuatu ke dalam bagian-bagian yang saling berkaitan satu

[8] Dewi Novianti dan Siti Fatonah, "Model Literasi Media di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Pada Kec. Gondomanan Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul Di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14 No. 2 (2016), hlm. 104.
[9] *Ibid.*, hlm. 55.
[10] https://slideplayer.info/slide/13268237/, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

sama lainnya. Hal ini senada dengan Komarrudin yang mengatakan bahwa analisis merupakan suatu kegiatan berfikir untuk menguraikan suatu keseluruhan menjadi komponen sehingga hubungan satu sama lain dan fungsi masing-masing dalam suatu keseluruhan terpadu [11] . Dengan demikian khalayak dapat menerapakannya dalam melihat media sebagai penyampaian pesan atau informasi.

Langkah berikutnya adalah evaluasi dalam arti proses perbandingan dan pengukuran dari hasil analisa. Hasil evaluasi dimaksudkan untuk perencanaan kembali. Tahap terakhir mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain[12]. Mengkomunikasikan ini bermakna dapat membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain.

2.1.1 Intensitas Menonton

Menurut Ajzen, intensitas adalah suatu usaha seseorang atau individu dalam melakukan usaha tertentu memiliki jumlah pada pola tindakan atau perilaku yang sama, yang di dalamnya adalah usaha tertentu dari orang tersebut untuk mendapatkan pemuas kebutuhan[13]. Asumsi dasar yang dibangun dari intensitas menonton adalah ketika seseorang menonton secara terus menerus sebuah media maka akan menimbulkan sikap atau perilaku yang dari sikap *intens* apa yang ditonton.

Mengikuti Azjen, pengukuran intensitas menonton khalayak harus objektif sesuai dengan indikator-indikatornya., yaitu: perhatian, pemahaman, durasi, dan frekuensi .[14] Perhatian atau daya konsentrasi adalah ketertarikan

[11] https://pengertiandefinisi.com/pengertian-analisa-menurut-ahli/, diakses pada Selasa, 28 Juli 2020
[12] Christiany Juditha, "Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste", *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 15 No. 1 (2017), hlm. 52.
[13] Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di Trans TV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2018), hlm. 15.
[14] *Ibid.*, hlm. 19–20.

terhadap objek tertentu yang menjadi target perilaku. Hal ini di ilustrasikan dengan adanya stimulus yang diberikan, kemudian stimulus di respons berupa adanya perhatian individu terhadap pesan yang dimaksud. Perhatian ini juga timbul karena adanya pemenuhan kebutuhan dari khalayak. Memilih channel media informasi merupakan salah satu bukti bahwa khalayak bersifat aktif.

Penghayatan atau pemahaman adalah kemampuan individu menyerap informasi untuk kemudian dipahami, dinikmati, dan disimpan sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan. Durasi merupakan lamanya selang waktu yang dibutuhkan individu untuk mengakses media, sedangkan frekuensi adalah banyaknya pengulangan sikap yang menjadi target. Menonton tayangan Youtube dapat berlangsung dalam frekuensi yang berbeda. Hal ini juga dipengaruhi dari frekuensi dari video tersebut *upload* dan juga tergantung dari khalayak.

2.2 Teori Efek Media

Sejarah awal studi tentang teori ini lebih cenderung melihat efek tersebut dari segi sikap dan perilaku[15]. Menurut Keith R. Stamm dan John E.Bowes terdapat tiga efek media, yaitu efek tidak terbatas (*unlimited effect),* efek terbatas (*Limited effect),* efek moderat (*non Limited)*[16]*.* Efek moderat nampaknya lebih relevan dalam perkembangan pengetahuan dan pengalaman khalayak dan juga perkembangan media massa sekarang ini. Stanley Baran dan Dennies Davis menambahkan teorie kultural karena pengalaman terhadap kenyataan merupakan suatu konstruksi sosial yang berlangsung terus menerus, jadi bukan sesuatu yang hanya dikirimkan begitu saja ke publik. Masyarakat tidak hanya bersikap pasif, namun juga berperan aktif mengolah informasi tersebut,

[15] Nurudin dan Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 214.
[16] *Ibid.*

membentuknya dan hanya menyimpan informasi yang memang memenuhi kebutuhannya secara kultural[17].

2.3 Uses and Gratification

Teori *uses and gratification* merupakan salah satu teori yang mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan khalayak mencari, menggunakan dan memberi tanggapan terhadap isu media secara berbeda-beda, karena dipengaruhi oleh beberapa faktor sosial dan psikologi masing-masing individu[18]. Sebagaimana yang kita ketahui, kebutuhan manusia memiliki motif yang berbeda sesuai dengan latar belakang, pengalaman, dan lingkungan yang dimiliki oleh masing-masing individu. Perbedaan tersebut tentunya berpengaruh terhadap pemilihan konsumsi media.

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasi, yaitu tipe penelitian yang melihat hubungan antara satu atau beberapa ubahan dengan satu satu beberapa ubahan lainnya[19]. Data dikumpulkan dengan prosedur-prosedur non tes, yaitu : kuesioner yang telah disusun berdasarkan indikator variabel setelah melewati uji reliabilitas dan validitas. Disamping itu juga dilakukan wawancara semi terstruktur dengan mengajukan beberapa pertanyaan untuk dimintai penjelasan kepada narasumber. Studi pustaka dan analisis dokumen melengkapi data penelitian.

---

[17] Nina Himawanti dan Mutiara Isya, *Mass Media Effect,*(Yogyakarta:Program Studi Ilmu Komunikasi , Universitas Mercu Buana,2016) hlm. 15

[18] Rahma Novita Alim Putri, *Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma'arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015*, Skripsi (Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2017), hlm. 15.

[19] A. Muri Yusuf, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif & Penelitian Campuran*, cet. 1 (Jakarta: Kencana, 2014), hlm. 64.

Analisis data menggunakan statistik inferensial karena penelitian ini bertujuan menjelaskan hubungan antara dua variabel atau lebih. Karena jenis datanya berskala ordinal, maka digunakan statistik non parametik, korelasi tata jenjang atau disebut dengan *Sperarman Rank Order Correlation*. Adapun rumusnya sebagai berikut[20]:

$$R_s = 1 - \frac{6 \times \sum D^2}{n(n^2-1)}$$

Keterangan :
Rs : Nilai Korelasi Spearman
D^2: Selisih setiap pasangan rank
n : Responden

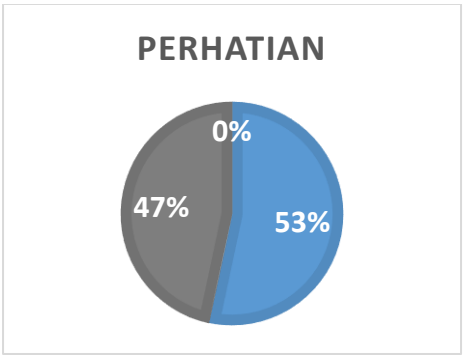
Populasi penelitian adalah kader Pelajar Islam Indonesia yang berstruktur aktif di PD (Pengurus Daerah) maupun PW (Pengurus Wilayah) yang tergabung dalam basisnya wilayah Yogyakarta Besar. Dalam hal ini ada Sembilan PD dan satu PW. Sampel yang diambil adalah Pengurus Aktif dan sudah menonton channel Youtube Remotivi, diperoeh sebanyak 30 responden.

4. PEMBAHASAN

4.1 Intensitas menonton channel Youtube Remotivi

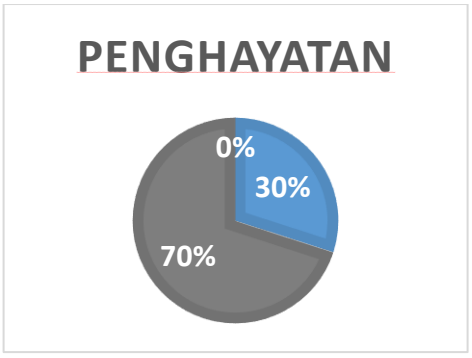
Terdapat 4 indikator yang digunakan dalam mengukur intensitas menonton channel Youtube Remotivi responden yaitu, perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi. Hasil pengolahan data dari indikator tersebut adalah sebagai berikut :

[20] Khatib A. Latief, "Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman" Eprint, Repository Ar-raniry.ac.id, hal. 5



Gambar 1. Perhatian Responden terhadap variabel 4.1

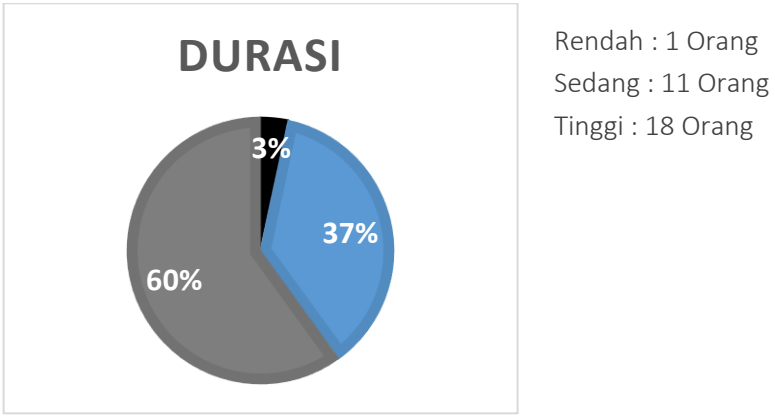
Dari gambar 1 di atas diketahui terdapat sebesar 16 atau 53,3 % responden dalam kategori perhatian sedang, 14 atau 46,7% responden pada kategori perhatian tinggi, dan dari hasil penelitian tersebut penulis tidak menemukan responden dengan tingkat perhatian yang rendah atau 0 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perhatian responden terhadap intensitas menonton channel youtube Remotivi termasuk dalam kategori sedang. Artinya bahwa responden memiliki daya tarik dan rasa suka yang sedang ketika menonton channel youtube yang disajikan oleh Remotivi. Hal ini dapat dilihat dari hasil frekuensi terbesar yang diperoleh, yaitu 16 responden atau 53,3 %.



Gambar 2. Penghayatan Responden terhadap variabel 4.1

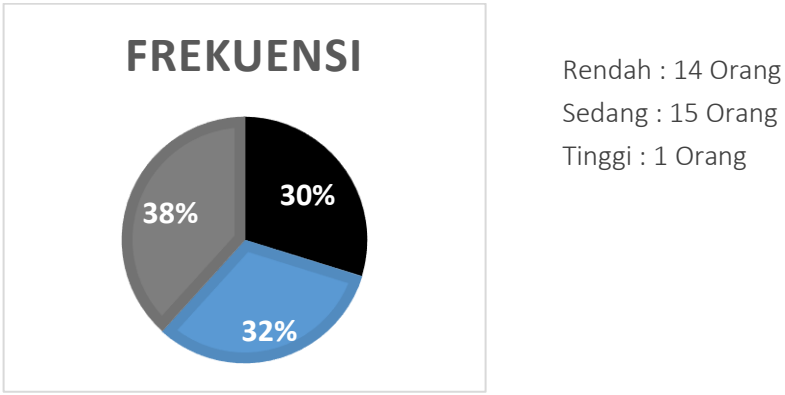
Berdasarkan gambar 2 di atas diketahui terdapat sebesar 9 atau 30 % responden dalam kategori penghayatan sedang, 21 atau 70% responden pada kategori penghayatan tinggi dan dari hasil penelitian tersebut penulis tidak menemukan responden dengan tingkat penghayatan yang rendah atau 0 responden. Sehingga dapat disimpulkan bahwa penghayatan responden terhadap intensitas menonton channel youtube Remotivi termasuk kategori tinggi

Artinya bahwa responden memahami terhadap isi materi postingan yang disajikan channel tersebut, kemudian disimpan sebagai informasi baru atau pengetahuan. Berdasarkan hasil pengelolaan kuesioner, responden sebagian besar sangat fokus dalam menonton channel Youtube Remotivi, sehingga penyerapan untuk penghayatan dalam intensitas memberikan efek yang pada responden. Selain itu, materi yang disajikan Remotivi pada channelnya memberikan hal ang *up to date* sehingga responden merasa mendapatkan informasi tambahan setiap menonton channel Youtube Remotivi. Hal ini dapat dilihat dari hasil frekuensi terbesar yang diperoleh, yaitu 21 responden atau 70%.



Gambar 3. Durasi Responden terhadap variabel 4.1

Dari gambar 3 di atas diketahui terdapat sebesar 1 atau 3,3 % responden dalam kategori durasi rendah, adapun kategori durasi sedang 11 atau 36,7 % , dan adapun kategori durasi tinggi 18 atau 60 %. Artinya bahwa durasi responden terhadap intensitas mengakses akun channel Youtube Remotivi mayoritas termasuk dalam kategori tinggi. Dengan mayoritas responden menonton video channel youtube Remotivi dari awal sampai akhir.

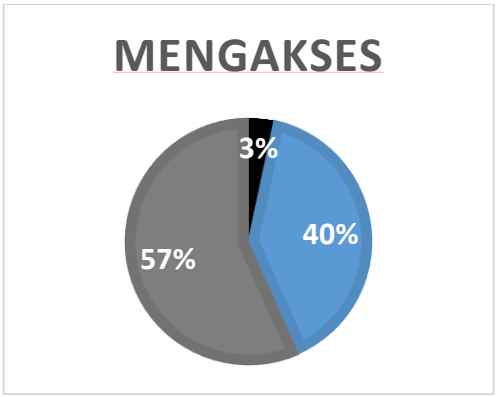


Gambar 4. Frekuensi Responden terhadap variabel 4.1

Berdasarkan gambar 4 di atas diketahui terdapat sebesar 14 atau 46,7 % responden dalam kategori rendah, 15 atau 50% responden pada kategori frekuensi sedang dan 1 atau 3,3 % responden pada kategori frekuensi tinggi. Artinya bahwa frekuensi responden terhadap intensitas mengakses channel youtube Remotivi termasuk dalam kategori sedang.

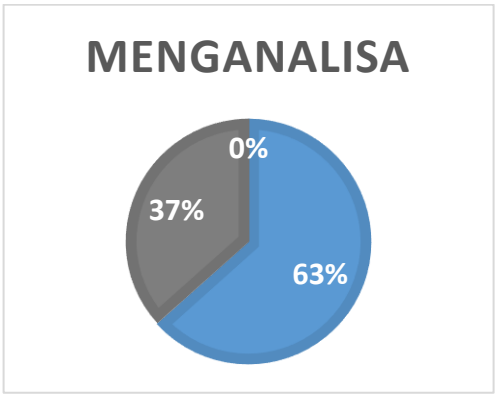
4.2 Pemahaman Literasi Media

Terdapat empat indikator mengukur pemahaman literasi media, yaitu: Mengakses, menganalisa, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan. Hasil dari perhitungan dari 30 responden sebagai berikut:



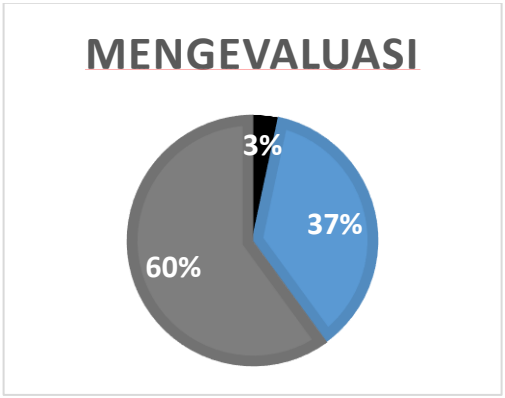
Gambar 5. Mengakses Responden terhadap variabel 4.2

Gambar 4 di atas menunjukkan bahwa terdapat 1 responden atau 3,3 % pada kategori mengakses rendah, 12 responden atau 40 % termasuk pada kategori mengakses sedang, dan 17 responden atau 56,7 % masuk dalam kategori mengakses tinggi dalam hal pemahaman literasi media. Responden lebih banyak masuk dalam kategori tinggi yang persentasenya 56,7 %, artinya responden mempunyai kemampuan mengakses dalam pemahaman literasi media.



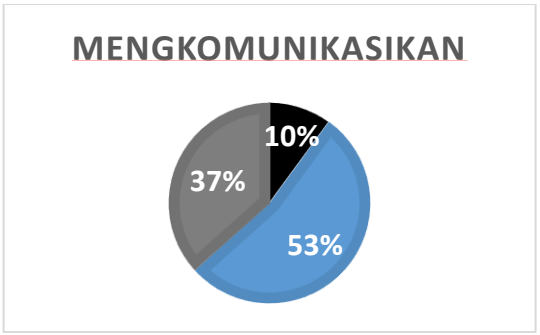
Gambar 6. Menganalisa Responden terhadap variabel 4.2

Berdasarkan gambar 6 di atas terlihat bahwa hasil pada indikator menganalisa dari 30 rsponden yang diteliti terdapat 19 responden atau 63,3 % pada kategori menganalisa sedang, 11 responden atau 36,7 % pada kategori menganalisa tinggi, dan peneliti tidak menemukan responden pada kategori rendah atau 0 responden. Responden lebih banyak masuk dalam kategori sedang yang persentasenya 63,3 % artinya responden mempunyai kemampuan standar memahami maksud dan tujuan informasi media yang digunakan.



Gambar 7. Mengevaluasi Responden terhadap variabel 4.2

Gambar 7 menunjukkan bahwa 9 responden atau 30 % pada kategori mengevaluasi sedang, 21 responden atau 70% pada kategori mengevaluasi tinggi, dan peneliti tidak menemukan responden pada kategori rendah atau 0 responden. Dari gambar 7 di atas menunjukkan responden lebih dominan masuk dalam kategori tinggi yang persentasenya 70 %, artinya responden mempunyai kemampuan tinggi dapat menilai pesan yang diterima dan dapat membandingkan dengan perspektif sendiri.

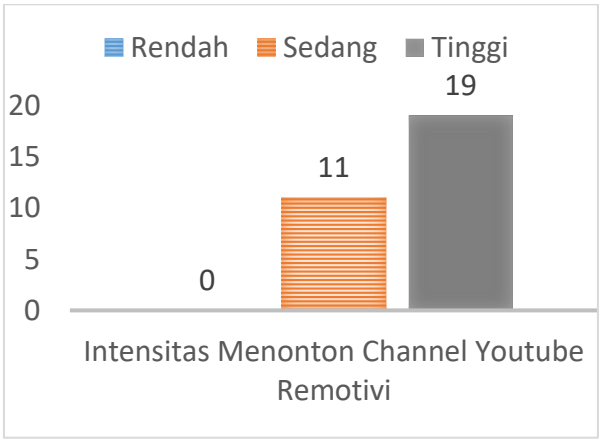


Gambar 8. Mengkomunikasikan Responden terhadap variabel 4.2

Dari gambar 8 terdapat 3 responden atau 10 % pada kategori mengevaluasi rendah, 16 responden atau 53, 3 % masuk pada kategori mengkomunikasikan sedang, dan 11 responden atau 36,7 % pada kategori mengkomunikasikan tinggi. Dari gambar 8 di atas responden lebih banyak masuk dalam kategori sedang yang persentasenya 53,3 %, artinya responden mampu mengkomunikasikan pesan yang diterima dari media dalam bentuk apa saja kepada orang lain.

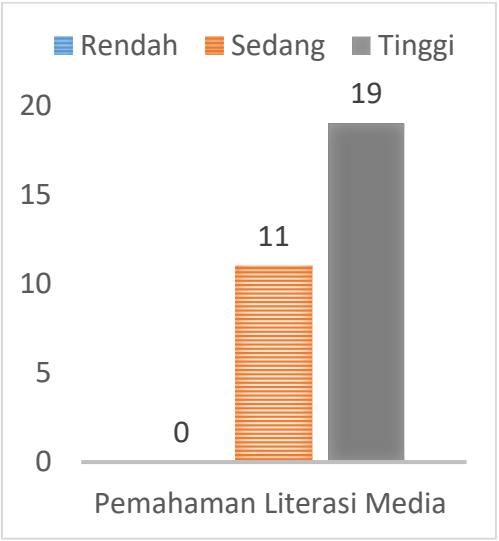
4.3 Hubungan menonton channel Youtube Remotivi dan Pemahaman Literasi Media

Berdasarkan deskripsi di atas, maka didapatkan hasil keseluruhan sebagai berikut:



Gambar 9. Intensitas menonton channel youtube Remotivi secara keseluruhan

Dari gambar 9 di atas diketahui terdapat sebesar 11 atau 36,7 % responden dalam kategori intensitas sedang, dan sebesar 19 atau 63,3 % responden dalam kategori tinggi. Sehingga dapat disimpulkan bahwa perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi responden terhadap intensitas menonton channel youtube Remotivi termasuk dalam kategori tinggi.



Gambar 10. Pemahaman Literasi Media secara keseluruhan

Berdasarkan gambar 10 di atas diketahui terdapat 11 responden atau 36,7 % dalam kategori pemahaman literasi media sedang, 19 responden atau 63,3 % berada pada kategori tinggi, dan pada gambar tersebut tidak ditemukan kategori pada tingkat rendah atau 0 responden. Maka dapat diketahui bahwa mayoritas responden masuk ke dalam kategori tinggi terhadap pemahaman literasi media. Hal ini dipengaruhi dari indikator-indikator pembentuk pemahaman literasi media, yaitu mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan yang persentasenya tinggi.

Untuk mengetahui apakah terdapat hubungan antara menonton channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar, digunakan rumus korelasi tata jenjang atau *spearman Rank Order Correlation.* Langkah pertama adalah membuat angking

pada skor variabel X dan variabel Y, kemudian dicari nilai perbedaan atau dengan tabel penolong, jika ada skor yang kembar maka nilai tersebut harus disesuaikan terlebih dahulu, kemudian membuat table untuk menghitung nilai perbedaan (D). Nilai perbedaan (D) dihitung dengan mengurangi skor variable X yang sudah disesuaikan dan variabel Y yang sudah disesuaikan. Langkah selanjutnya adalah mengkuadratkan hasil nilai perbedaan (D^2).

Berdasarkan perhitungan didapatkan hasil sebesar 0,47 dengan nilai perbedaan kuadrat yakni 2387 dan jumlah responden sebanyak 30. Tingkat signifikansi yang dipilih yakni 5 %. Pada tabel distribusi nilai *rho* (korelasi tata jenjang) hasil yang diperoleh adalah 0,364 dengan nilai N 30, karena 0,47 lebih besar dari 0,364 maka hubungannya dinyatakan signifikan.

Sedangkan untuk koefisien korelasi antar variabel, semakin besar nilainya berarti hubungan antara dua variabel semakin erat, yang berkisar antara 0,88 – 1,000 = sangat tinggi, antara 0,600 – 0,799 = tinggi, antara 0,400 – 0,599 = cukup, antara 0,200 – 0,399 = rendah, dan antara 0,000 – 0,199 = sangat rendah (tidak valid)[21]. Dari perhitungan di atas didapat nilai sebesar 0,47 maka dapat disimpulkan bahwa hubungan antara dua variabel masuk kategori cukup. Hal ini menunjukkan bahwa adanya factor lain yang juga mempengaruhi pemahaman literasi media kader pelajar islam Indonesia Yogyakarta besar, salah satunya karena channel youtube Remotivi menyajikan banyak konten yang tidak hanya focus akan literasi media saja dan latar belakang pendidikan responden serta melihat dari rentang waktunya, channel youtube remotivi tidak update setiap waktu yang telah direncanakan sehingga frekuensi responden dalam melihat tayangan video dari channel youtube Remotivi juga dipengaruhi.

[21] Ika Nur Hasanah, Hubungan intensitas mengakses akun instagram @remaja.islami dengan sikap berbusana muslim pada mahasiswi PGSD UST Yogyakarta Angkatan 2016, Skripsi (Yogyakarta:Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi, UIN Sunan Kalijaga, 2019), hlm. 90.

5. KESIMPULAN

1. Tingkat intensitas menonton channel Youtube Remotivi pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar masuk dalam kategori tinggi. Penghayatan dan durasi masuk dalam kategori tinggi, sedangkan perhatian dan frekuensi masuk dalam kategori sedang. Hal ini berarti bahwa kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar cukup intens dalam menonton channel Youtube Remotivi.

2. Pemahaman literasi media kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar setelah menonton channel youtube Remotivi masuk dalam kategori tinggi. Hal ini berarti kader PII mampu memahami video yang diberikan oleh Remotivi, sehingga responden dapat mengkomunikasikan apa yang diterima kepada orang lain dan dalam bentuk apapun.

3. Terdapat hubungan antara menonton channel youtube Remotivi dan pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Hal ini berarti Hipotesis Alternatif (Ha) diterima dan Hipotesis Nol (H0) ditolak, dimana tingginya intensitas menonton channel youtube Remotivi Indonesia mempengaruhi pemahaman literasi media pada kader Pelajar Islam Indonesia Yogyakarta Besar. Hal tersebut dilihat dari nilai yang didapat sebesar 0,47 dengan nilai perbedaan kuadrat yakni 2387. Tingkat signifikansi yang dipilih yakni 5% pada table distribusi nilai *rho* dengan N 30 yakni 0,364. Karena 0,47 lebih besar dari 0,364 maka hubungannya dinyatakan signifikan. Dan dari nilai tersebut disimpulkan bahwa hubungan keeratan kedua variabel dinyatakan cukup.

DAFTAR PUSTAKA

Ginarti, Rahayu, *Hubungan Intensitas Menonton Sinetron Remaja Terhadap Kesadaran Literasi Media oleh Remaja (Studi pada Siswa MAN Wonokromo)*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Hasanah, Ika Nur, *Hubungan Intensitas Mengakses Akun Instagram @remaja.islam dengan Berbusana Muslim pada Mahasiswi PGSD UST Yogyakarta Angkatan 2016*, Yogyakarta:UIN Sunan Kalijaga, 2019

Himawanti, Nina dan Mutiara Isya, *Mass Media Effect*, Yogyakarta: Universitas Mercu Buana,2016

https://slideplayer.info/slide/13268237/,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

https://pengertiandefinisi.com/pengertian-analisa-menurut-ahli/,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

https://www.dosenpendidikan.co.id/pengertian-komunikasi-menurut-para-ahli/,diakses pada Selasa, 28 Juli 2020

Juditha, Christiany, "Literasi Media pada Anak di Daerah Perbatasan Indonesia dan Timor Leste", *Jurnal Ilmu Pengetahuan dan Teknologi Komunikasi*, vol. 15 No. 1, 2017, hlm. 47–62.

Kusmayadi, Ika Merdekawati, Sandi Jaya Saputra, dan Justito Adiprasetio, "Pentingnya Literasi Media", *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 2 No.3, 2018.

Latief, Khatib A, *Analisis Koefisien Korelasi Rank Spearman*, Eprint, Repository Ar-raniry.ac.id

Muthmainah, Aditsa Amalia, *Literasi Media Berbasis Media Baru: Aplikasi Model Literasi Media Berbasis Media Baru Oleh Remotivi Tahun 2017*, 2018,

http://repository.umy.ac.id/handle/123456789/21549, diakses pada 30 November 2018.

Novianti, Dewi dan Siti Fatonah, "Model Literasi Media di Lingkungan Ibu-Ibu Rumah Tangga di Yogyakarta (Studi Pada Kec. Gondomanan Yogyakarta dan Kec. Banguntapan Bantul Di Yogyakarta)", *Jurnal Ilmu Komunikasi*, vol. 14 No. 2, 2016, hlm. 101–13.

Nurudin dan Dedy Nur Hidayat, *Pengantar Komunikasi Massa*, Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007.

Rahma Novita Alim Putri, *Hubungan Pemahaman Literasi Media terhadap Selektivitas Menonton Tayangan Televisi pada Siswa Mts Ma'arif Candimulyo Magelang Angkatan 2015*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2017.

Ratsja, Wilga Secsio, R. Nunung Nurwati, dan Meilanny Budiarti S, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja", *Prosiding Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3 No.1, tt., hlm. 1–154.

Rohmayanti, *Pengaruh Intensitas Menonton Program Tayangan Berita Islami Masa Kini (Beriman) di Trans TV terhadap Pemahaman Keagamaan Mahasiswi Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Skripsi, Yogyakarta: Jurusan KPI Fakultas Dakwah dan Komunikasi,UIN Sunan Kalijaga, 2018.

Youtube Remotivi, https://www.youtube.com/user/remotivi, diakses pada 14 Oktober 2020

Yusuf, A. Muri, *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif & Penelitian Campuran*, cet. 1, Jakarta: Kencana, 2014.