

SITUS YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMENUHAN KEBUTUHAN INFORMASI: SEBUAH SURVEI TERHADAP MAHASISWA PROGRAM STUDI ILMU PERPUSTAKAAN UNIVERSITAS DIPONEGORO ANGKATAN 2013-2015

Julian Nur Afifur Rohman*), Jazimatul Husna

*Jurusan Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Situs YouTube Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi: Sebuah Survei Terhadap Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui apakah situs YouTube sebagai media pilihan untuk pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015. Peneliti mengambil penelitian ini atas dasar kebutuhan informasi mahasiswa yang cukup banyak dan semakin berkembangnya teknologi informasi. Desain yang digunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Teknik pengambilan data yang digunakan pada penelitian ini adalah proporsional stratified random sampling dan metode pengumpulan data menggunakan teknik kuesioner. Metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini adalah analisis data deskriptif dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menyatakan bahwa situs YouTube menjadi pilihan untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa, dibuktikan hampir setengahnya 41,1% mahasiswa lebih mudah memahami informasi dari YouTube daripada sumber informasi lain dan informasi pada situs YouTube dapat dipertanggungjawabkan dan relevan.

Kata Kunci: *YouTube, kebutuhan informasi, mahasiswa*

Abstract

[Title: YouTube Site For Media Information Needs Fulfillment: A Survey of Students Against Library Studies Program Faculty of Humanities Diponegoro University Generations 2013-2015]. The purpose of this study to tell if YouTube as a medium of choice to meet the information needs of Library Science student of the Faculty of Humanities, University of Diponegoro generations from 2013-2015. Researchers took this study on the basis of the information needs of students in large scale and growing information. Desain technic used in this research is quantitative descriptive survey method. Data collection techniques used in this research is proportional stratified random sampling and data collection methods using questionnaire techniques. Methods of data analysis used in this study is descriptive data analysis and conclusion. The conclusion study states that YouTube is the information source needs of students, 41.1% half the students more easily understand information from YouTube than other sources of information and information on the YouTube can be justified and relevant.

Keywords: *YouTube, information need, student*

**) Penulis Korespondensi.*

E-mail: afifurjulian77@gmail.com

1. Pendahuluan

Ilmu pengetahuan dan teknologi berkembang dan mengalami kemajuan, sesuai dengan perkembangan cara berfikir manusia. Dahulu manusia hanya berfikir untuk memenuhi kebutuhannya saja tanpa memikirkan cara yang cepat mudah dan efektif. Sesuai pemikiran yang seperti itu manusia lambat laun mulai berfikir cara untuk memenuhi kebutuhan yang cepat mudah dan efektif. Pikiran itulah yang memacu manusia untuk menciptakan suatu penemuan baru.

Sesuai dengan banyaknya penemuan yang berkembang, salah satu contohnya penemuan dalam bidang teknologi. Teknologi tersebut dibuat bertujuan untuk membantu manusia dalam menjalankan aktifitas sehari-harinya. Selain itu juga berfungsi sebagai menghemat waktu dan tenaga. Teknologi-teknologi tersebut antara lain seperti televisi dan radio.

Perkembangan teknologi dan sosial budaya. Telah berkembang media-media lain yang kemudian dikelompokkan ke dalam media massa seperti internet. internet memenuhi kebutuhan informasi tidak lagi harus bertatap muka (*face to face*), tetapi dapat melalui dengan media elektronik. Dalam perkembangannya internet memiliki fungsi yang beranekaragam seperti, berkomunikasi dan mencari informasi. Internet seolah-olah meringkas berbagai media yang telah ada sebelumnya seperti : koran, majalah, periklanan, televisi, film dan video, hal ini membuat internet menjadi sebuah lubang serta gudang informasi juga pergerakan baru dari dampak era globalisasi yang terjadi saat ini. Dalam dunia keilmuan, salah satunya sebagai sumber belajar dan informasi.

Seiring berkembang informasi, media *online* menjadi salah satu media *mainstream* yang dijadikan sebuah alat untuk mendapatkan informasi. Penggunaan media *online*, informasi dari belahan dunia manapun dapat diperoleh. Kecepatan dan kemudahan ini yang menjadikan media *online* sebagai media favorit pada era *modern* ini. Pemanfaatan media *online* sebagai sumber belajar layaknya perpustakaan dirasa tepat untuk menghasilkan informasi global tanpa adanya jarak dan waktu.

Setiap orang sangat membutuhkan informasi setiap hari baik guru, pedagang, petani, mahasiswa dan lainnya. Kebutuhan informasi setiap individu dengan individu lainnya berbeda-beda. Adanya kemajuan teknologi, informasi semakin mudah didapatkan untuk memenuhi kebutuhan informasi setiap individu. Sebagai mahasiswa dituntut untuk mengikuti perkembangan teknologi di bidangnya, dalam rangka meningkatkan wawasan ilmu pengetahuan, karena tidak semua informasi dapat diperoleh dalam bentuk media cetak saja dalam memenuhi kebutuhan mahasiswa sebagai praktisi keilmuan guna membantu tugas kuliah. Tetapi juga untuk memenuhi kebutuhan lain yang ingin dicapai. Kebutuhan dapat berupa pencarian informasi,

hiburan dan hobi, diskusi dan tanya jawab, bisnis, dan kebutuhan lain yang bisa di manfaatkan dari internet. Hal inilah yang memicu mahasiswa untuk menggunakan teknologi internet.

Internet menawarkan berbagai kemudahan berbagai situs yang bertujuan untuk mengakses berita, hiburan, edukasi dan lain sebagainya. Jika kita ingin berkomunikasi dengan mudah cepat kita dapat menggunakan media sosial, jika ingin mengakses informasi atau berita kita dapat mengakses dari berbagai mesin pencarian di internet. Mesin pencarian ini dapat menemukan berbagai informasi dalam segala bidang. Salah satu situs mesin pencarian yang populer adalah situs *YouTube*.

YouTube merupakan salah satu situs yang banyak dikunjungi oleh para pengguna internet di dunia. *YouTube* menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video yang dibuat para pengguna *YouTube* sendiri. Banyak orang juga terkenal dari situs ini dengan hanya meng-*upload* video mereka di *YouTube*. Bukan hanya itu saja situs *YouTube* juga dapat digunakan sebagai sarana untuk memasarkan produk. Misalnya dengan meng-*upload* video usaha kita secara gratis ke *YouTube*. Bukan hanya sebagai sarana hiburan, namun juga para pengguna *YouTube* juga meng-*upload* video tutorial yang sangat berguna misalnya tutorial memainkan musik atau tutorial memainkan game sehingga tidak harus mengeluarkan biaya yang banyak. Sesuai realita yang ada banyak hal yang di timbulkan oleh *YouTube* berita yang menjadi *headline* besar dan opini publik saat ini, *YouTube* memberikan sebuah tontonan audio visual yang mampu memberikan berita dan informasi bagi khalayak luas. *YouTube* juga merupakan sebuah komunitas berbagi video yang, berarti pengguna *YouTube* bisa meng-*upload* dan melihat berbagai macam video klip *online*, menggunakan *browser web* apapun (Miller, 2009: 3). Selain itu *YouTube* bisa diterima masyarakat sebagai informasi dengan isi yang beragam, *YouTube* juga bisa memberikan sebuah hiburan untuk masyarakat penikmat video sebagai media yang mampu memberikan stimulus kuat, dengan *YouTube* masyarakat berhak memilih sajian dan tayangan mana yang mereka inginkan dan butuhkan.

Demikian halnya dengan mahasiswa Universitas Diponegoro, berdasarkan pengamatan yang telah peneliti lakukan sebelumnya, bahwa mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro 2013-2015 dalam pemanfaatan media online sebagai sumber informasi secara teknis bukanlah sesuatu yang asing. Di sisi lain keberadaan situs *YouTube* yang bersifat audiovisual lebih memudahkan mereka untuk memahami informasi yang didapatkan. Mahasiswa Ilmu Perpustakaan angkatan 2013-2015 lebih membutuhkan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka seperti halnya tentang desain perpustakaan dan sistem

automasi perpustakaan. Berbeda dengan mahasiswa baru angkatan 2016 dimana mereka baru mempelajari dasar-dasar ilmu perpustakaan dan informasi. Hampir semua mahasiswa memiliki *gadget* ataupun laptop untuk dapat mengakses media *online*, maka sangat disesalkan apabila ada mahasiswa yang buta akan internet untuk memanfaatkannya sebagai kebutuhan informasi layaknya perpustakaan personal.

Kebutuhan informasi dapat diartikan informasi yang harus dimiliki seseorang. Menurut Sulistyobasuki (2004: 393) "Kebutuhan informasi adalah informasi yang diinginkan seseorang untuk pekerjaan, penelitian, kepuasan rohaniyah, pendidikan dan lain-lain". Kebutuhan informasi muncul karena adanya masalah yang terjadi dalam diri manusia yang dirasa tidak memadai untuk mencapai suatu tujuan dalam hidupnya. Hal ini menyebabkan seseorang merasa harus memperoleh masukan dan sumber-sumber di luar dirinya. Kebutuhan akan informasi dengan sendirinya melahirkan permintaan informasi yang diinginkan oleh pemakai informasi. Sebab, permintaan dan kebutuhan sangat berkaitan erat karena apa yang diminta oleh seseorang tentu merupakan apa yang dibutuhkan orang tersebut. Proses pencarian informasi yang dilakukan untuk memenuhi kebutuhan informasi dapat dimulai melalui interaksi dengan saluran-saluran dan sistem informasi yang ada (Nicholas, 2000: 25). Jadi, dapat disimpulkan bahwa kebutuhan terjadi ketika seseorang menyadari adanya kekurangan dalam mencari kebutuhan akan informasi dan berusaha untuk mencari kekurangan dalam memenuhi kebutuhan akan informasi tersebut.

Kebutuhan informasi seseorang dapat diukur dengan indikator faktor kebutuhan informasi Saracevic (dalam pendit, 2008: 144) sebagai berikut :

1. Persepsi seseorang tentang masalah yang sedang dihadapi.
2. Rencana seseorang dalam penggunaan informasi.
3. Kondisi pengetahuan seseorang yang relevan dengan kebutuhannya.
4. Dugaan seseorang tentang ketersediaan informasi yang dibutuhkannya

Yang dimaksud dalam indikator-indikator tersebut adalah kebutuhan informasi seseorang sangat tergantung pada kondisi dan situasi yang dialami pada diri seseorang tersebut.

Media adalah suatu ekstensi manusia yang memungkinkannya mempengaruhi orang lain, yang tidak mengadakan kontak langsung dengan media. Media Audio Visual berasal dari kata media yang berarti bentuk perantara yang digunakan oleh manusia untuk menyampaikan atau menyebar ide, gagasan, atau pendapat sehingga ide, pendapat atau gagasan yang dikemukakan itu sampai kepada penerima yang dituju (Harjanto, 2005:246). Media visual yang menggabungkan penggunaan suara memerlukan

pekerjaan tambahan untuk memproduksinya. Salah satu pekerjaan penting yang diperlukan dalam media audio-visual adalah penulisan naskah dan storyboard yang memerlukan persiapan yang banyak, rancangan, dan penelitian. Yang didalamnya terdapat media audio dan visual seperti televisi, headphone, video player, radio cassette, dan alat perekam. Macam-macam Media Audio Visual dan Pemanfaatannya Media ini dibagi dalam: 1) Audio visual murni yaitu baik unsur suara maupun unsur gambar berasal dari satu sumber seperti video kaset. 2) Audio visual tidak murni yaitu unsur suara dan unsur gambarnya berasal dari sumber yang berbeda. Misalnya film bingkai suara yang unsur gambarnya berasal dari slides proyektor dan unsur suaranya berasal dari tape recorder.

YouTube merupakan salah satu layanan dari Google yang memfasilitasi penggunaannya untuk meng-*upload* video dan bisa diakses oleh pengguna yang lain dari seluruh dunia secara gratis. *YouTube* merupakan situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa 'gambar bergerak' dan bisa diandalkan. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi *video* dan menontonnya langsung. Kita juga bisa berpartisipasi mengunggah (meng-*upload*) video ke *server YouTube* dan membaginya ke seluruh dunia (Baskoro, 2009: 58). *YouTube* diprakarsai oleh tiga orang mantan pegawai perusahaan Paypal yaitu Chad Hurley, Steve Chen, dan Jawed Karim. Hurley merupakan alumnus design di University Indiana Pennsylvania, sedangkan Chen dan Karim alumnus ilmu komputer di University Illinois Urbana-Champaign. Nama domain '*YouTube.com*' sendiri diaktifkan pada 15 Februari 2005, dan pada bulan-bulan berikutnya *YouTube* mulai dibangun. Mereka mempublikasikan preview dari website tersebut pada Mei 2005, atau 6 bulan sebelum launching secara resmi

Informasi merupakan sekumpulan fakta-fakta yang telah diolah menjadi bentuk data, sehingga dapat menjadi lebih berguna dan dapat digunakan oleh siapa saja yang membutuhkan data-data tersebut sebagai pengetahuan ataupun dapat digunakan dalam pengambilan keputusan. Jogiyanto (2000 : 692) menyatakan bahwa : "Informasi dapat didefinisikan sebagai hasil pengolahan data dalam suatu bentuk yang lebih berarti bagi penerimanya yang menggambarkan suatu kejadian yang nyata yang digunakan untuk pengambilan keputusan". Sumber informasi berperan sebagai media atau sarana yang menjembatani antara pemakai informasi dengan informasi. Menurut Notoatmodjo (dalam Rahmahayani, 2010:28), sumber informasi adalah asal dari suatu informasi atau data yang diperoleh. Sumber informasi adalah data. Data itu berupa fakta kenyataan yang menggambarkan suatu kejadian-kejadian dan kesatuan nyata. Kemudian data tersebut diolah melalui suatu metode untuk menghasilkan informasi. Sumber informasi itu ada di

mana-mana, di pasar, sekolah, rumah, lembaga-lembaga suatu organisasi komersial, buku-buku, majalah, surat kabar, perpustakaan dan tempat-tempat lainnya. Intinya dimana suatu benda atau peristiwa berada, di sana bisa tercipta informasi yang kemudian direkam dan disimpan melalui media cetak ataupun media elektronik. Yusup (2009: 31) sumber-sumber informasi banyak jenisnya. Buku, majalah, surat kabar, radio, tape recorder, CD-ROM, disket komputer, brosur, pamflet, dan media rekaman informasi lainnya merupakan tempat penyimpanannya informasi atau sumber-sumber informasi, khususnya informasi terekam.

Perkembangan teknologi komunikasi semakin canggih, sehingga informasi dapat berpindah dengan cepat karena munculnya media komunikasi baru yaitu internet sebagai media online. Media *online* secara perlahan semakin berkembang, bahkan mungkin penemu sistem internet tidak terbayangkan bahwa perkembangan dunia internet berkembang begitu majunya seperti yang terjadi 10 tahun belakangan ini. Tidak hanya berkembang pada bidang jaringan dan perangkat lunak namun juga berkembang dalam bidang perangkat keras. Secara umum media *online* yaitu segala jenis atau format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. Media *online* yang meliputi blog, jejaring sosial, wikipedia, forum dan dunia *virtual*, yang sangat berguna dan bermanfaat pada era *modern* seperti saat ini. Media *online* merupakan tipe baru jurnalisme karena memiliki sejumlah fitur dan karakteristik dari jurnalisme tradisional. Fitur-fitur uniknya mengemuka dalam teknologinya, menawarkan kemungkinan-kemungkinan tidak terbatas dalam memproses dan menyebarkan berita (Septiawan Santana K, 2005: 137). Kita dapat mencari informasi yang sangat bermanfaat bagi mahasiswa dengan media *online*, seperti mencari berita terbaru yang masih hangat diperbincangkan. Media *online* itu sendiri menawarkan multimedia yaitu hasil karya seseorang yang berupa gambar, video maupun desain yang disebar luaskan ke pengguna lainnya. Kemajuan teknologi informasi seperti media *online* dapat merubah kebiasaan orang dalam cara hidup mereka.

YouTube merupakan salah satu media *online* yang menyediakan informasi-informasi yang berupa video. *YouTube* menurut (Miller, 2009: 3) adalah sebuah komunitas berbagi video yang berarti bahwa pengguna *YouTube* bisa meng-*upload* dan melihat segala macam video klip *online* menggunakan *webbrowser* apapun. Video-video tersebut dapat berupa tutorial, hiburan dan lain sebagainya. Bagi kebanyakan orang, video-video tersebut tidak terlalu berguna. Namun, video-video tersebut sangat berguna bagi sebagian orang dalam menunjang kehidupan mereka. Informasi yang berupa video akan membuat seseorang lebih cepat menangkap informasi yang terkandung di dalamnya. Oleh sebab

itu, *YouTube* menjadi salah satu media *online* yang populer saat ini dan berguna untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Menurut John Fiske (2005: 88) secara tak langsung menyatakan bahwa pesan adalah apa yang dibutuhkan oleh khalayak, bukan yang dimaksudkan oleh pengirim. Menurutnya, teori *uses and gratifications* adalah suatu teori yang menyatakan bahwa para anggota khalayak memiliki kebutuhan atau dorongan tertentu yang bisa dipenuhi dengan menggunakan sumber-sumber media dan nonmedia; atau berpendapat bahwa khalayak berpaling ke media untuk kepuasan tertentu, menggunakan media massa daripada digunakan oleh media massa; atau suatu studi tentang motif-motif penggunaan media dan ganjaran yang dicari.

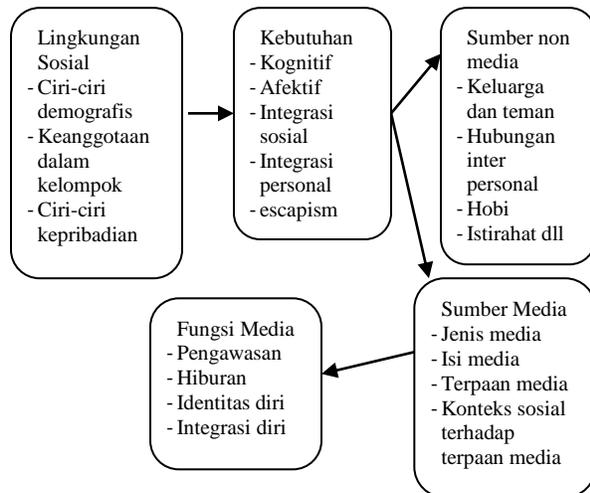
Teori ini memusatkan perhatian pada penggunaan (*uses*) media untuk mendapatkan kepuasan (*gratifications*) atas kebutuhan seseorang. Penilaian tentang arti kultural dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak. (Elvinaro Ardianto, 2007: 71).

Menurut Katz, Blumler & Gurevitch (1974) dalam Jalaluddin Rakhmat (2005: 205), menjelaskan mengenai asumsi dasar mengenai *Teori Uses & Gratifications*, yaitu:

- a) Khalayak dianggap aktif, artinya khalayak sebagai penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan
- b) Dalam proses komunikasi massa, inisiatif untuk mengaitkan pemuasan kebutuhan dengan pemilihan media terletak pada anggota khalayak
- c) Media massa harus bersaing dengan sumber-sumber lain untuk memuaskan kebutuhannya. Kebutuhan yang dipenuhi media hanyalah bagian dari rentangan kebutuhan manusia yang lebih luas. Bagaimana kebutuhan ini terpenuhi melalui konsumsi media amat bergantung kepada perilaku khalayak yang bersangkutan
- d) Banyak tujuan pemilih media massa disimpulkan dari data yang diberikan anggota khalayak. Artinya, orang dianggap cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif pada situasi-situasi tertentu
- e) Penilaian tentang arti *cultural* dari media massa harus ditangguhkan sebelum diteliti lebih dahulu orientasi khalayak.

Jadi pengguna media itu adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Teori *Uses And Gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini lebih menekankan pada pendekatan manusiawi didalam melihat media. Artinya, manusia itu punya otonomi dan wewenang

untuk memperlakukan media. Selain itu, konsumen mempunyai kebebasan untuk memutuskan bagaimana mereka menggunakan media (lewat media mana) dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya (Nurudin, 2003: 181).



Gambar 1. Teori *uses and gratifications* (Onong Uchjana E, 2003: 293)

Bagan tersebut menjelaskan bahwa kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan afektif berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional. Kebutuhan pribadi secara integratif berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas, dan status individual. Kebutuhan sosial secara integratif berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dunia, dan kebutuhan pelepasan berkaitan dengan upaya menghindarkan tekanan, ketegangan, dan hasrat akan keanekaragaman.

Berbicara tentang kebutuhan, biasanya orang akan merujuk kepada hirarki Abraham Maslow yaitu kebutuhan fisiologis, kebutuhan keamanan, kebutuhan cinta, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri (Jarvis Matt, 2000: 94). Para peneliti *uses and gratifications* lebih banyak tertarik kepada kebutuhan cinta, kebutuhan penghargaan, dan kebutuhan aktualisasi diri. Penjelasan di atas dapat dikatakan, bahwa seseorang menggunakan media massa didorong oleh motif-motif tertentu. Motif-motif itulah yang mendorong seseorang untuk menggunakan media massa yang mereka inginkan. Kebutuhan kognitif inilah yang menyebabkan seseorang memilih media untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

2. Metode Penelitian

Desain penelitian oleh Sulistyono-Basuki (2006: 37), menyatakan bahwa desain penelitian adalah rencana dan struktur kerangka kerja dalam penelitian yang

dipengaruhi oleh sifat hipotesis, variabel, kendala nyata yang terjadi dan sebagainya. Jenis penelitian merupakan klasifikasi penelitian yang memudahkan peneliti. Desain dan jenis penelitian “Situs *YouTube* Sebagai Media Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro Angkatan 2012-2015” yaitu kuantitatif deskriptif dengan metode survei. Menurut Kerlinger (dalam Sugiyono, 2007: 7), penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar-variabel sosiologis maupun psikologis

Subjek penelitian menurut Arikunto (2010: 152) merupakan sesuatu hal yang sangat penting dalam penelitian, subjek penelitian harus ditentukan sebelum peneliti mengumpulkan data. Subjek penelitian dapat berupa benda atau orang. Oleh sebab itu subjek dari penelitian ini adalah mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015. Selain menetapkan subjek penelitian, maka objek penelitian perlu ditentukan. Menurut Supranto (2000: 21) objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas Anto Dayan (1986: 21), obyek penelitian adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Objek penelitian ini adalah situs *YouTube*.

Populasi penelitian ini merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap hidup, dan sebagainya objek – objek ini dapat menjadi sumber data penelitian. Adapun populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015 mahasiswa.

Sampel adalah sebagian dari populasi yang merupakan perwakilan (Hamidi, 2007: 5). Sedangkan dalam menentukan sampel, penulis menggunakan teknik proporsional stratified random sampling. Menurut Sutrisno Hadi, suatu cara disebut proporsional stratified random sampling jika kita pada waktu mengambil sampling secara random memperhatikan perimbangan atau proporsi individu dan stratum-stratum dalam populasi. Sedangkan menurut Suharsimi Arikunto, jika subyeknya besar dapat diambil antara 10 - 15 % atau 20 - 25 % atau lebih. Berdasarkan penjelasan di atas maka dalam penelitian ini penulis akan mengambil sample 39 mahasiswa dari 381 mahasiswa dengan proporsi 23 mahasiswa dari mahasiswa Ilmu Perpustakaan angkatan 2013, 8 mahasiswa dari mahasiswa Ilmu Perpustakaan angkatan

2014 dan 8 mahasiswa dari mahasiswa Ilmu Perpustakaan angkatan 2015 sebagai berikut :

- a. Jumlah mahasiswa angkatan 2013, 227 mahasiswa x 10% = 22,7 dibulatkan menjadi 23 mahasiswa.
- b. Jumlah mahasiswa angkatan 2014, 77 mahasiswa x 10% = 7,7 dibulatkan menjadi 8 mahasiswa.
- c. Jumlah mahasiswa angkatan 2015, 77 mahasiswa x 10% = 7,7 dibulatkan menjadi 8 mahasiswa.

Variabel adalah objek penelitian atau apa yang menjadi titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010:161). Sedangkan menurut Sugiyono (2009:38) variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya. Jenis variabel dalam penelitian ini adalah variabel *moderator* atau sering disebut variabel tunggal. Variabel dalam penelitian ini adalah kebutuhan informasi mahasiswa. Menurut Saracevic (dalam pendit, 2008: 144) kebutuhan informasi mahasiswa dapat diukur dengan menggunakan indikator yaitu:

- X1= Persepsi seseorang tentang masalah yang sedang dihadapi
- X2= Rencana seseorang dalam penggunaan informasi
- X3= Kondisi pengetahuan seseorang yang relevan dengan kebutuhannya
- X4= Dugaan seseorang tentang ketersediaan informasi yang dibutuhkannya.

Jenis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif. Data kuantitatif adalah data yang berbentuk angka atau bilangan. Sesuai dengan bentuknya, data kuantitatif dapat diolah atau dianalisis menggunakan teknik perhitungan matematika atau statistika. Data kuantitatif berfungsi untuk mengetahui jumlah atau besaran dari sebuah objek yang akan diteliti.

Data – data yang dikumpulkan dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi data primer dan data sekunder.

a. Data Primer

Data primer merupakan informasi yang diperoleh dari responden melalui kuesioner yang dibagikan. Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden, yang tujuannya adalah mencari informasi yang lengkap mengenai suatu masalah dari responden tanpa merasa khawatir bila responden memberikan jawaban yang tidak sesuai dengan kenyataan dalam pengisian daftar pertanyaan.

b. Data Sekunder

Data sekunder adalah data penunjang penelitian yang diperoleh dari berbagai sumber untuk melengkapi penelitian. Data sekunder diperoleh dalam bentuk sudah jadi (tersedia) melalui publikasi dan informasi yang dikeluarkan berbagai

organisasi. Penelitian kepustakaan dengan mengamati dan meneliti buku yang ada hubungannya dengan masalah yang diteliti untuk mendapatkan teori – teori yang diperlukan agar dapat melengkapi data dalam penelitian.

Untuk pengumpulan data pada penelitian ini, penulis meneliti mahasiswa pengguna situs *YouTube* pada mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015.

Metode pengumpulan data penelitian ini menggunakan kuesioner untuk mengetahui pengaruh situs *YouTube* terhadap kebutuhan informasi mahasiswa. Menurut Sulisty-Basuki (2006: 155-156) menyatakan, “kuesioner adalah pertanyaan terstruktur yang diisi sendiri oleh responden atau diisi oleh pewawancara yang membacakan dan kemudian mencatat jawaban yang diberikan”. Kuesioner dalam penelitian ini menggunakan jenis kuesioner tertutup. Menurut Sulisty-Basuki (2006: 159) mengatakan bahwa kuesioner tertutup merupakan kuesioner yang didalamnya terdapat pertanyaan untuk dijawab responden dengan memilih dari sejumlah alternatif. Selain itu, kuesioner tertutup sering disebut dengan *multiple choice questionnaire*. Salah satu cara membuat struktur kuesioner tertutup ialah menggunakan skala jawaban. Dalam metode penelitian ini, penulis menggunakan skala Likert, yaitu berisi pernyataan yang sistematis untuk menunjukkan sikap seorang responden terhadap pertanyaan itu. Skala ini mengasumsikan bahwa masing-masing kategori jawaban ini memiliki intensitas yang sama. Keunggulannya adalah kategorinya memiliki urutan yang jelas mulai dari “selalu”, “sering”, kadang-kadang”, dan “tidak pernah” (Prasetya, 2008: 110).

Analisis data adalah pengolahan data yang diperoleh dengan menggunakan rumus atau dengan aturanaturan yang ada sesuai dengan pendekatan penelitian (Arikunto, 2006: 239).

Pengolahan data dalam penelitian ini menggunakan komputerisasi program SPSS for Windows versi 21.0, yaitu suatu program komputer statistik yang mampu memproses data statistik secara tepat dan cepat, menjadi output yang dikehendaki para pengambil keputusan.

Analisis data dilakukan dengan tujuan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan simpulan. Pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Metode ini digunakan untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian yaitu: situs *YouTube* sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi sebuah survei terhadap mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015.

Perhitungan persentase didasarkan pada rumus yang dikemukakan oleh Hartono (2002: 17). Adapun Rumus tersebut adalah sebagai berikut:

$$P = \frac{F}{N} \times 100\%$$

Keterangan:

P = hasil persentase

F = frekuensi hasil jawaban

N = jumlah responden yang diolah

Setelah data diperoleh dan dihitung dengan menggunakan rumus presentase, maka untuk memudahkan penafsiran terhadap nilai presentase yang telah diolah, data dideskriptifkan menggunakan parameter-parameter sebagai berikut:

0%	: Tidak Satupun
1% - 24%	: Sebagian Kecil
25% - 49%	: Hampir Setengahnya
50%	: Setengahnya
51% - 74%	: Sebagian Besar
75% - 99%	: Hampir Seluruhnya
100%	: Seluruhnya

(Hermawan, 1992: 11)

Setelah tabulasi data selesai dikerjakan, maka analisis data bisa dilakukan, yaitu dengan menginterpretasikan data atau memberikan penafsiran pada nilai persentase yang diperoleh tersebut. Proses analisis data mencakup prosedur mengubah data menjadi bentuk baku sehingga mempermudah perhitungan dan perbandingan serta penerapan teknik analisis sehingga dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan penelitian. Karena penelitian ini mengutamakan data kuantitatif maka analisis data yang digunakan adalah analisis statistik.

3. Hasil dan Pembahasan

Penelitian ini merupakan penelitian yang terdiri dari satu variabel. Bentuk analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah persentase atau proposisi yang juga menggunakan bantuan program SPSS versi 21.0 untuk mendiskripsikan persepsi responden atas setiap item-item yang diajukan. Adapun pertanyaan yang diajukan sebagai berikut:

Tabel 1. Jawaban responden apakah membutuhkan informasi

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	34	87,2
3	Sering	5	12,8
2	Kadang-kadang	0	0
1	Tidak pernah	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 1 hampir seluruhnya responden menyatakan selalu membutuhkan informasi yaitu

sebanyak 34 (87,2%) responden. Dan yang menyatakan sering sebanyak 5 (12,8%) responden.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa yang diteliti selalu membutuhkan informasi untuk memenuhi kebutuhannya. Hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya mahasiswa yang memilih jawaban tidak pernah dan kadang-kadang, yang berarti semua mahasiswa membutuhkan informasi guna untuk memenuhi kebutuhan informasi sehari-harinya.

Tabel 2. Jawaban responden membutuhkan informasi dalam menyelesaikan tugas kuliah

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	29	74,4
3	Sering	10	25,6
2	Kadang-kadang	0	0
1	Tidak pernah	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 2 sebagian besar 29 (74,4%) responden menyatakan selalu membutuhkan informasi untuk menyelesaikan tugas kuliahnya. Sedangkan yang menyatakan sering sebanyak 10 (25,6%) responden dan tidak ada yang menyatakan kadang-kadang maupun tidak pernah membutuhkan informasi dalam menyelesaikan tugas kuliah.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa informasi selalu dibutuhkan oleh mahasiswa dalam menyelesaikan tugas kuliahnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan tidak adanya mahasiswa yang memilih jawaban tidak pernah dan kadang-kadang, yang berarti sebagian besar mahasiswa membutuhkan informasi guna untuk menyelesaikan tugas kuliahnya.

Tabel 3. Jawaban responden apakah mengetahui YouTube

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Sangat tahu	8	20,5
3	Tahu	18	46,2
2	Cukup tahu	13	33,3
1	Tidak tahu	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 3 dapat diketahui bahwa sebagian besar 18 (46,2%) responden mengetahui situs YouTube dengan sangat tahu. Sedangkan terdapat 13 (33,3%) responden menyatakan cukup tahu responden untuk mengetahui situs YouTube. Bahkan ada 8 (20,5%) responden yang sangat tahu situs YouTube. Serta dalam kuesioner ini tidak ada responden yang tidak tahu situs YouTube.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa sebagian besar pernah menonton video yang ada pada YouTube. Hal tersebut dapat dibuktikan oleh

tidak adanya mahasiswa yang menjawab tidak tahu situs *YouTube*.

Tabel 4. Jawaban responden apakah *YouTube* juga memenuhi kebutuhan informasi

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	6	15,4
3	Sering	13	33,3
2	Kadang-kadang	14	35,9
1	Tidak pernah	6	15,4
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 4 hampir setengahnya 14 (35,9%) responden menyatakan kadang-kadang video dalam *YouTube* memenuhi kebutuhan informasi yang mereka cari. Sedangkan 13 (33,3%) responden sering mendapatkan informasi yang dicari untuk kebutuhan informasinya. Bahkan ada yang menyatakan 6 (15,4%) responden selalu mendapatkan informasi yang dicari untuk kebutuhan informasinya pada *YouTube*. Tetapi ada juga 6 (15,4%) responden yang tidak pernah mendapatkan informasi yang penting untuk kebutuhan informasinya.

Paparan di atas dari hasil di atas dapat disimpulkan bahwa kadang-kadang memilih menonton *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Tabel 5. Jawaban responden tentang dugaan jika *YouTube* mengandung informasi yang dibutuhkan

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	2	5,1
3	Sering	11	28,2
2	Kadang-kadang	24	61,5
1	Tidak pernah	2	5,1
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 5 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yaitu 24 (61,5%) menyatakan kadang-kadang sudah menduga jika *YouTube* mengandung informasi yang dibutuhkan, sedangkan yang menyatakan selalu menduga jika *YouTube* mengandung informasi yang dibutuhkan 2 (5,1%) responden dan yang menyatakan sering sebanyak 11 (28,2%). Namun ada juga yang menyatakan tidak pernah 2 (5,1%) responden.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa yang menduga jika informasi yang mengandung informasi yang dibutuhkan ada pada saat menonton *YouTube*. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang menyatakan selalu, sering dan kadang-kadang dan hanya 2 mahasiswa saja yang menyatakan tidak pernah menduga jika *YouTube* mengandung informasi yang dibutuhkan.

Tabel 6. Jawaban responden mencari informasi ketika menonton *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	7	17,9
3	Sering	19	48,7
2	Kadang-kadang	13	33,3
1	Tidak pernah	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 6 menyatakan bahwa hampir setengahnya 19 (48,7%) responden menyatakan sering dalam menonton *YouTube* ketika mencari informasi. Terdapat 7 (17,9%) responden menyatakan selalu mencari informasi dengan menonton *YouTube* dan 13 (33,3%) responden menyatakan kadang-kadang mencari informasi dengan menonton *YouTube*. Dan tidak ada responden yang menjawab tidak pernah.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa informasi yang ada pada *YouTube* dibutuhkan mahasiswa ketika mencari informasi. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya mahasiswa yang menjawab selalu, sering dan kadang-kadang. Sedangkan mahasiswa yang menjawab tidak pernah mencari informasi ketika menonton *YouTube* tidak ada.

Tabel 7. Jawaban responden seberapa sering memanfaatkan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasi

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Tidak pernah	2	5,1
3	Kadang-kadang	4	10,3
2	Sering	20	51,3
1	Selalu	13	33,3
	Total	62	100

Berdasarkan tabel 7 sebagian besar responden sering memanfaatkan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya yaitu sebagian besar 20 (51,3%) responden. Bahkan ada 13 (33,3%) responden menyatakan selalu dan 4 (10,3%) responden yang menyatakan kadang-kadang memanfaatkan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Namun, sebanyak 2 (5,1%) responden menyatakan tidak pernah membuka *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa dari data di atas bahwa mahasiswa yang menonton *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya tergolong banyak. Hal ini dapat dibuktikan dengan sebagian besar mahasiswa yang menjawab sering memanfaatkan *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasinya sebanyak 51,3%.

Tabel 8. Jawaban responden apakah apakah dalam memenuhi kebutuhan informasi situs *YouTube* mudah dipahami daripada sumber informasi yang lain

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	11	28,2
3	Sering	16	41,1
2	Kadang-kadang	10	25,6
1	Tidak pernah	2	5,1
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 8 hampir setengahnya 16 (41,1%) responden menyatakan sering memahami dengan mudah informasi yang diperoleh saat menonton *YouTube*. Sedangkan 11 (28,2%) responden menyatakan selalu memahami informasi dengan mudah saat menonton *YouTube*. Tetapi, ada juga yang menyatakan kadang-kadang mudah untuk memahami informasi pada *YouTube* sebanyak 10 (25,6%) responden dan tidak pernah 2 (5,1%).

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa semua mahasiswa mudah memahami informasi yang diperoleh saat menonton video pada *YouTube*. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan tidak adanya mahasiswa yang menjawab tidak pernah, yang berarti mahasiswa mudah memahami informasi yang diperoleh apabila menonton video dalam *YouTube*.

Tabel 9. Jawaban responden mencari referensi pada saat menonton *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	2	5,1
3	Sering	12	30,8
2	Kadang-kadang	21	53,8
1	Tidak pernah	4	10,3
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 9. sebagian besar responden kadang-kadang menonton *YouTube* untuk mencari referensi yaitu sebesar 21 (53,8%) responden. Terdapat 2 (5,1%) responden menyatakan selalu dan 12 (30,8%) responden menyatakan sering. Namun adapula yang menyatakan tidak pernah yaitu sebesar 4 (10,3%).

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa mahasiswa banyak yang mencari referensi yang dibutuhkan dengan menonton video pada *YouTube*. Hal ini dapat dibuktikan dari banyaknya mahasiswa yang menjawab selalu, sering, dan kadang-kadang. Sedangkan mahasiswa yang menjawab tidak pernah mencari referensi pada saat menonton *YouTube* hanya 4 orang saja.

Tabel 10. Jawaban responden apakah apakah informasi pada *YouTube* bisa dipertanggungjawabkan

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Tidak bisa	1	2,6
3	Cukup bisa	12	30,8
2	Bisa	20	51,2
1	Sangat bisa	6	15,3
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 10 hampir seluruhnya responden menyatakan informasi yang terdapat pada *YouTube* bisa dipertanggungjawabkan yaitu sebanyak 20 (51,2%) responden. Namun ada juga sebanyak 12 (30,8%) responden yang menyatakan cukup bisa dipertanggungjawabkan informasi pada *YouTube*. Bahkan sebanyak 6 (15,3%) yang menyatakan informasi pada *YouTube* sangat bisa dipertanggungjawabkan dan hanya 1 (2,6%) menyatakan tidak bisa dipertanggungjawabkan.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa dari hasil di atas sebagian besar mahasiswa beranggapan bahwa informasi yang ada pada *YouTube* bisa dipertanggungjawabkan isinya.

Tabel 11. Jawaban responden tentang apakah situs *YouTube* terdapat pengetahuan yang relevan sesuai kebutuhan

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	1	2,6
3	Sering	7	17,9
2	Kadang-kadang	24	61,5
1	Tidak pernah	7	17,9
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 11 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yaitu 24 (61,5%) menyatakan kadang-kadang pengetahuan yang relevan sesuai kebutuhan ada pada *YouTube*, sedangkan yang menyatakan selalu 1 (2,6%) responden dan yang menyatakan sering sebanyak 7 (17,9%). Namun ada juga 7 (17,9%) responden yang menyatakan tidak pernah pengetahuan yang relevan sesuai kebutuhan ada pada *YouTube*.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa pengetahuan yang ada pada saat kita menonton *YouTube* kadang-kadang relevan sesuai dengan kebutuhan yang kita inginkan. Hal ini dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang menjawab kadang-kadang pengetahuan yang relevan ada pada *YouTube*.

Tabel 12. Jawaban responden rencana menyelesaikan masalah dengan *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	1	2,6
3	Sering	4	10,3
2	Kadang-kadang	21	53,8
1	Tidak pernah	13	33,3
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 12 dapat dilihat bahwa sebagian besar responden yaitu 21 (53,8%) responden menyatakan kadang-kadang mempunyai rencana menyelesaikan masalah dengan *YouTube*, sedangkan yang menyatakan selalu 1 (2,6%) responden dan 4 (10,3%) responden menyatakan sering. Namun ada 13 (33,3%) responden yang menjawab tidak pernah mempunyai rencana untuk menyelesaikan masalahnya dengan *YouTube*.

Berdasarkan data di atas dapat di analisis bahwa intensitas rencana mahasiswa menyelesaikan masalah dengan menonton *YouTube* masih kecil. Hal ini dapat dibuktikan dengan hanya ada 1 mahasiswa yang menjawab selalu mempunyai rencana menyelesaikan masalahnya dengan menonton *YouTube*.

Tabel 13. Jawaban responden tentang apakah masalahmu terselesaikan dengan adanya situs *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	2	5,1
3	Sering	11	28,2
2	Kadang-kadang	25	64,1
1	Tidak pernah	1	2,6
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 13 dapat diketahui bahwa sebagian besar 25 (64,1%) responden menjawab kadang-kadang menonton *YouTube* membantu menyelesaikan masalah, sedangkan yang menjawab selalu 2 (5,1%) responden dan yang menjawab sering 11 (28,2%) responden yang menyatakan *YouTube* membantu menyelesaikan masalah. Namun adapula yang menjawab tidak pernah 1 (2,6%) responden yang menyatakan *YouTube* membantu menyelesaikan masalah.

Berdasarkan data di atas dapat di analisis bahwa mahasiswa ketika mempunyai masalah, mahasiswa juga menonton *YouTube* untuk membantu menyelesaikan masalahnya. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang menjawab sering dan selalu. Bahkan hanya 1 mahasiswa saja yang menjawab tidak pernah membantu menyelesaikan masalah ketika menonton *YouTube*.

Tabel 14. Jawaban responden tentang apakah menyelesaikan masalahmu tanpa *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	2	5,1
3	Sering	15	38,5
2	Kadang-kadang	18	46,2
1	Tidak pernah	4	10,3
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 14 dapat dilihat bahwa hampir setengahnya responden yaitu 18 (46,2%) menyatakan kadang-kadang menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube*, sedangkan yang menyatakan selalu menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube* sebanyak 2 (5,1%) responden dan yang menyatakan sering sebanyak menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube* sebanyak 15 (38,5%). Namun ada juga yang menyatakan tidak pernah menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube* 4 (10,3%) responden.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa banyak mahasiswa yang menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube* masih kecil. Hal ini dapat dibuktikan dengan banyak mahasiswa yang menyatakan menyelesaikan masalahnya tanpa *YouTube* dengan jawaban selalu hanya 2 mahasiswa saja karena sebagian besar menyatakan kadang-kadang, sering dan tidak pernah.

Tabel 15. Jawaban responden menonton *YouTube* untuk mencari hiburan

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	7	17,9
3	Sering	21	53,8
2	Kadang-kadang	11	28,2
1	Tidak pernah	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 15 sebagian besar responden menyatakan sering untuk mencari hiburan ketika menonton *YouTube* yaitu sebesar 21 (53,8%) responden. Terdapat 7 (17,9%) responden menyatakan selalu. Namun sebanyak 11 (28,2%) responden berpendapat kadang-kadang. Dan yang menyatakan tidak pernah (0%).

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa intensitas mahasiswa saat membuka *YouTube* untuk mencari hiburan banyak. Hal ini dapat dibuktikan dari tidak adanya mahasiswa yang menjawab tidak pernah mencari hiburan saat menonton *YouTube*. Kebanyakan mahasiswa menjawab selalu, sering, dan kadang-kadang.

Tabel 16. Jawaban responden mendapatkan manfaat saat menonton *YouTube*

Skor	Jawaban responden	Frekuensi (mahasiswa)	Presentase (%)
4	Selalu	7	17,9
3	Sering	14	35,9
2	Kadang-kadang	18	46,2
1	Tidak pernah	0	0
	Total	39	100

Berdasarkan tabel 16 hampir setengahnya responden menyatakan kadang-kadang bahwa mendapatkan manfaat ketika menonton video dalam *YouTube*, yaitu sebesar 18 (46,2%) responden. Bahkan sebanyak 7 (17,9%) menyatakan selalu dan 14 (35,9%) menyatakan sering mendapatkan manfaat saat menonton *YouTube* dan tidak ada responden yang menyatakan tidak pernah mendapatkan manfaat.

Paparan di atas dapat disimpulkan bahwa menonton *YouTube* dapat memberikan manfaat yang di dapat bagi mahasiswa yang menontonnya. Hal tersebut dapat dibuktikan dengan banyaknya mahasiswa yang menjawab selalu, sering, dan kadang-kadang. Sedangkan mahasiswa yang tidak pernah mendapatkan manfaat saat menonton *YouTube* tidak ada.

4. Simpulan

Simpulan penelitian mengenai situs *YouTube* sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi sebuah survei terhadap mahasiswa program studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro angkatan 2013-2015 dapat dilihat dari indikator, yaitu:

Berdasarkan persepsi seseorang tentang masalah yang dihadapi, dari 39 responden yang disebar hampir setengahnya 41,1% mengatakan dalam memenuhi kebutuhan informasi situs *YouTube* dirasa lebih mudah dipahami daripada sumber informasi lain dan informasi pada situs *YouTube* dapat dipertanggungjawabkan.

Berdasarkan rencana seseorang dalam penggunaan informasi, dari 39 responden yang disebar dilihat dari rencana seseorang dalam penggunaan informasi sebagian besar 58,9% mahasiswa telah memiliki rencana dalam penggunaan informasi yang diperoleh dari situs *YouTube*. Informasi-informasi tersebut digunakan antara lain untuk menyelesaikan tugas kuliah, mencari referensi dan sebagainya.

Berdasarkan kondisi pengetahuan seseorang yang relevan dengan kebutuhannya, dari 39 responden yang disebar sebagian besar 61,5% setelah menonton *YouTube* mahasiswa mendapatkan informasi yang relevan sesuai kebutuhannya. Informasi tersebut untuk melengkapi pengetahuan yang sudah mereka miliki.

Berdasarkan dugaan seseorang tentang ketersediaan informasi yang dibutuhkannya, hampir setengahnya 28,2% mahasiswa telah menduga jika informasi yang tersedia pada situs *YouTube* untuk memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa. Selain itu

sebagian besar mahasiswa memanfaatkan *YouTube* karena sudah menduga jika *YouTube* dapat memenuhi kebutuhan informasinya.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro dan Lukito Komala Erdiyana. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____. 2010. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik(edisi revisi)*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskoro, Adi. 2009. *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta Selatan: TransMedia.
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fiske, John.2005. *Cultural and Communication Studies: Sebuah Pengantar Paling Komprehensif*. Yogyakarta: Jalasutera.
- Hamidi. 2007. *Metode Penelitian dan Teori Komunikasi*. Malang: UMM Press.
- Hasan, Iqbal. 2004. *Analisis Data Penelitian dengan Statistik*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Harjanto. 2005. *Perencanaan Pengajaran, cet.2*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Jogiyanto, HM. 2000. *Pengenalan Komputer: Dasar Ilmu Komputer, Pemograman, Sistem Informasi dan Intelegensi Buatan*. Yogyakarta: Andi.
- Miller, Michael. 2009. *Sams Teach Yourself YouTube in 10 Minutes*. United State of Amerika: SAMS.
- Nicholas, David. 2000. *Assessing information needs: tools, techniques and concepts for the internet age*. 2nded. London: Aslib.
- Nurudin. 2003. *Komunikasi Massa*, Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Pendit, Putu Laxman. 2008. *Perpustakaan Digital dari A sampai Z*. Jakarta. Cita KaryaKarsa Mandiri.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Sugiyono. 2007. *Metode Penelitian Administrasi: Dilengkapi dengan Metode R&D*. Bandung : Alfabeta.

_____. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R & D*. Bandung :Alfabeta.

Sulistyo-Basuki. 2004. *Pengantar Ilmu Perpustakaan*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.

_____. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra.

Supranto, J. 2000. *Metode Penelitian Hukum Dan Statistik*. Jakarta: Rineka Cipta.

Yusup, Pawit M. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara.