

ABSTRAK

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE SEBAGAI SARANA *SELF HEALING* (Studi Pada *Subscribers* Akun Youtube “Menjadi Manusia”)

Oleh

Mutiara Sari

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa efektif media sosial Youtube sebagai sarana *self healing*, akun Youtube yang akan dibahas pada penelitian ini “Menjadi Manusia”. Indikator variabel pada penelitian ini adalah isi pesan (*content*), ketepatan waktu (*timing*), saluran komunikasi (*media*), format dan sumber pesan (*source*) (Hardjana, 2000:23). Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kuantitatif dengan analisis menggunakan *crosstabulations*. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan yaitu menyebarkan kuesioner secara *online ke subscribers* akun Youtube ‘Menjadi Manusia’. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dimensi Isi pesan merupakan dimensi dengan tingkat efektivitas paling tinggi (97,5%), lalu dimensi Saluran Komunikasi (95,8%), dilanjutkan dengan dimensi Sumber Pesan (94,8%), dimensi Format (93,5%), dan yang terakhir dimensi ketepatan waktu (92%). Berdasarkan analisis *crosstabulations*, akun Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden usia 21 tahun dan 22 tahun, dengan jenis pekerjaan mahasiswa. Youtube ‘Menjadi Manusia’ efektif bagi responden berjenis kelamin perempuan dengan lama *subscribe* dalam kurun waktu, 1-6 bulan, dengan frekuensi penggunaan Youtube dalam sehari sebanyak 2-3 kali dan durasi 5-10 menit.

Kata kunci: Efektivitas, Media Sosisl, *Self Healing*, Youtube

ABSTRACT

THE EFFECTIVENESS OF YOUTUBE SOCIAL MEDIA AS A MEDIUM FOR SELF HEALING (Study on Subscribers of the Youtube Account "Menjadi Manusia")

By

Mutiara Sari

The purpose of this research is to find out how effective social media specifically is as a medium for self healing, the Youtube account that will be discussed in this study "Menjadi Manusia". The variable indicators in this study are message content, timing, communication channels (media), message format and source (Hardjana, 2000:23). This study uses a quantitative descriptive method with analysis using crosstabulations. The data collection technique was carried out by distributing questionnaires online to subscribers of the Youtube 'Menjadi Manusia' account. The results showed that the message content dimension is the dimension with the highest level of effectiveness (97.5%), then the Communication Channel dimension (95.8%), followed by the Message Source dimension (94.8%), Format dimension (93.5 %), and finally the timing dimension (92%). Based on crosstabulations analysis, the Youtube account 'Menjadi Manusia' is effective for respondents aged 21 and 22 years, and among university students. Youtube 'Menjadi Manusia' is effective for female respondents with a long subscription period of 1-6 months, with a frequency of using Youtube 2-3 times a day and a duration of 5-10 minutes.

Keywords: Effectiveness, Social Media, Self Healing, Youtube