



**PERSEPSI MAHASISWA DIGICOM MENGENAI KONTEN
CHANNEL YOUTUBE JESS NO LIMIT**

**(Survey Pada Mahasiswa Digital Communication Angkatan 2017 – 2020
Universitas Mercu Buana)**

TUGAS AKHIR

**Diajukan sebagai salah satu syarat untuk memperoleh Gelar Sarjana
Strata 1 (S-1) Komunikasi Bidang Studi Digital Communication**

Disusun Oleh :

Muhammad Rico Hantono

44517010006

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MERCU BUANA JAKARTA**

2022

LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA

Saya yang bertanda tangan dibawah ini

Nama : Muhammad Rico Hantono
NIM : 4451701006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa Tugas Akhir dengan judul: **PERSEPSI MAHASISWA DIGICOM MENGENAI KONTEN CHANNEL YOUTUBE JESS NO LIMIT** adalah murni hasil karya yang telah saya buat untuk melengkapi salah satu persyaratan menjadi Sarjana Ilmu I(komunikasi pada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana. Skripsi tersebut bukan merupakan tiruan atau duplikasi dari skripsi atau penelitian yang sudah ada, baik yang dipublikasikan maupun tidak, lcecuali ada beberapa bagian kutipan yang sumberinformasitnya telah saya cantumkan sebagaimana mestinya. Bila terbukti saya melakukan tindakan plagiarism, maka saya bersedia menerima sanksi yaitu pembatalan kelulusan saya sebagai sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Mercu Buana dan melakukan kembali semua proses penyusunan skripsi dari awal

Jakarta, 21 Juli 2022

Yang membuat pernyataan




(Muhammad Rico Hantono)

Mengetahui,

Pembimbing

Ketua Bidang Studi



(Sofia Aunul, M,Si)



(Rika Yessica Rahma, M,Ikoin)



Fakultas Ilmu Komunikasi

Universitas Mercu Buana

LEMBAR PERSETUJUAN TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Rico Hantono
NIM : 4451010006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : Persepsi Mahasiswa DIGICOM Mengenai Konten Channel Youtube
Jess No Limit

Jakarta, 21 Juli 2022

Mengetahui,

Pembimbing

UNIVERSITAS
MERCU BUANA
Sofia Aunul

(Sofia Aunul, M.Si)



Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Mercu Buana

LEMBAR TANDA LULUS SIDANG TUGAS AKHIR

Nama : Muhammad Rico Hantono
NIM : 44517010006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication
Judul : Persepsi Mahasiswa DIGICOM Mengenai Konten Channel Youtube Jess No Limit

Jakarta, 21 Juli 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA

Ketua Sidang :


(Mardhiyah, M.I.Kom)

Penguji Ahli :


(Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si)

Pembimbing :


(Sofia Aunul, M.Si)

LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR

Judul : Persepsi Mahasiswa DIGICOM Mengenai Konten Channel Youtube
Jess No Limit
Nama : Muhammad Rico Hantono
NIM : 44517010006
Fakultas : Ilmu Komunikasi
Bidang Studi : Digital Communication

Jakarta, 21 Juli 2022

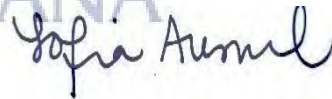
Disetujui dan diterima oleh,

**Ketua Bidang Studi
Digital Communication**



(Rika Yessica Rahma, M.Ikom)

**UNIVERSITAS
MERCU BUANA** Pembimbing



(Sofia Aunul, M.Si)

Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi



(Dr. Elly Yuliawati, M.Si)

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi



(Dr. Farid Hamid, M.Si)



Universitas Mercu Buana
Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Muhammad Rico hantono
44517010006

ABSTRAK

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi di era *milenial* saat ini sangatlah pesat mengikuti perkembangan zaman. Salah satu bentuk kecanggihan teknologi informasi adalah Youtube. Jess No Limit adalah salah satu youtuber gaming dan influence ternama di kalangan penikmat *games*. Konten-konten yang dimiliki Jess No Limit juga merupakan konten yang bisa disaksikan berbagai kalangan usia karena konsisten dalam membuat konten, berbagai ilmu, seru, kreatif dan inovatif. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui persepsi Mahasiswa Digital Komunikasi Universitas Mercu Buana mengenai konten youtube Jess No Limit s

Penelitian ini menggunakan teori S-O-R dengan menggunakan konsep Persepsi merupakan suatu proses yang didahului oleh pengindraan, yaitu proses diterimanya stimulus oleh individu melalui alat indra atau bisa disebut proses sensoris. Namun proses itu tidak berhenti begitu saja, melainkan stimulus tersebut diteruskan dan proses selanjutnya disebut proses persepsi. Proses tersebut mencakup pengindraan setelah informasi diterima oleh alat indra, informasi tersebut diolah dan diinterpretasikan menjadi sebuah persepsi yang sempurna.

Paradigma yang di gunakan pada penelitian ini adalah kuantitatif dan menggunakan metode *purposive sampling*, peneliti juga menggunakan teknik pengumpulan data dengan menyebarkan kuesioner yang seragam pada setiap responden

Hasil penelitian ini dapat diketahui hampir sebagian besar dari seluruh responden memberikan persepsi pada konten channel youtube Jess No Limit. Adanya respon dari tiap responden tersebut dihasilkan karena responden setuju terhadap isi konten yang memberikan informasi atau pengetahuan dan responden juga cukup setuju bahwa konten ini mengikuti era perkembangan di industri digital.

Kata kunci : *Kuantitatif, Persepsi, Youtube, Deskriptif*



Universitas Mercu Buana
Ilmu Komunikasi
Bidang Studi Digital Communication
Muhammad Rico hantono
44517010006

ABSTRACT

The development of Information and Communication Technology in the current millennial era is very fast following the times. One form of sophistication in information technology is Youtube. Jess No Limit is one of the leading gaming Youtubers and influencers among game lovers. Jess No Limit's content is also content that can be watched by various ages because it is consistent in creating content, sharing knowledge, being fun, creative and innovative. This study aims to determine the perception of Mercu Buana University Digital Communication Students regarding Jess No Limit's youtube content.

Jess No Limit is one of the leading gaming YouTubers and influencers among game lovers. Jess No Limit's content is also content that can be watched by various ages because it is consistent in creating content, sharing knowledge, being fun, creative and innovative. This study uses the S-O-R theory by using the concept of perception is a process that is preceded by sensing, namely the process of receiving a stimulus by the individual through the senses or can be called a sensory process. However, the process does not just stop, but the stimulus is continued and the next process is called the perception process. The process includes sensing after the information is received by the senses, the information is processed and interpreted into a perfect perception.

The paradigm used in this research is quantitative and uses purposive sampling method, the researcher also uses data collection techniques by distributing uniform questionnaires to each respondent.

The results of this study were obtained, it is known that almost all of the respondents gave a perception of the content of Jess No Limit's youtube channel. The response from each respondent was generated because the respondents agreed with the content that provided information or knowledge and the respondents also quite agreed that this content followed the era of development in the digital industry.

Keywords: *Quantitative, Perception, Youtube, Descriptive*

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji dan syukur dipanjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan segalanya berupa kekuatan serta kenikmatan tak terhingga, sehingga saya sebagai penulis mampu menyelesaikan skripsi dengan baik dan lancar.

Dalam pembuatan skripsi ini, penulis telah berusaha sekuat tenaga untuk mendapatkan hasil sempurna guna kelancaran pendidikan serta penambahan ilmu pengetahuan yang dibutuhkan, namun dalam penulis ini disarankan bahwa masih jauh dari pada sempurna dikarenakan terbatasnya pengetahuan dan pengalaman, untuk itu penulis mengharapkan saran dan kritik yang membangun dari pembaca demi kesempurnaan skripsi ini. Semoga penulis ini dapat menjadi sebuah langkah awal untuk dapat menambah pengetahuan serta wawasan yang luas khususnya dalam bidang digital komunikasi.

Pada kesempatan ini saya sebagai penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah ikut serta, baik secara langsung maupun tidak langsung dalam membantu dan mendukung penyelesaian skripsi ini dengan baik dan lancar, diantaranya:

1. Kepada Ibu Sofia Aunul, M.Si selaku dosen pembimbing yang telah memberikan bimbingan dan dorongan serta sarannya dalam membimbing dan memacu agar penulisan skripsi ini selesai tepat waktu.
2. Kepada Ibu Dr. Yoyoh Hereyah, M.Si selaku dewan penguji ahli.
3. Kepada Ibu Mardhiyyah, M.I.kom selaku ketua sidang.
4. Kepada Ibu Rika Yessica Rahma, M.Ikom sebagai ketua bidang studi Digital Communication Universitas Mercu Buana.

5. Kepada Ibu Yuni Tresnawati, M.Ikom Selaku dosen mata kuliah Tugas Akhir.
6. Segenap dosen pengajar pada Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, yang selama ini telah memberi ilmu dan pengetahuannya.
7. Kedua orangtua saya, dan beserta adik saya yang selalu memberikan segalanya mulai dari motivasi, doa, hingga banyak hal yang tak dapat diungkapkan dengan kata-kata.
8. Teman – Teman Perkuliahan Bidang Studi Digital Communication khusus nya Angkatan 2017.

Akhir kata penulis ucapkan terimakasih banyak kepada semua pihak yang telah membantu dan berharap skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya dan semoga Allah SWT memberi lindungan bagi kita semua.

Jakarta, Juni 2022

UNIVERSITAS
MERCU BUANA



Muhammad Rico Hantono

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERNYATAAN MAHASISWA.....	ii
LEMBAR PERSETUJUAN SIDANG TUGAS AKHIR	iii
LEMBAR TANDA LULUS TUGAS AKHIR.....	iv
LEMBAR LEMBAR PENGESAHAN PERBAIKAN TUGAS AKHIR.....	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I	
PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Perumusan Masalah	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.4.1 Manfaat Akademis	5
1.4.2 Manfaat Praktis	5
BAB II	
TINJAUAN PUSTAKA	
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Teori S-O-R.....	14
2.3 Persepsi	15
2.3.1 Pengertian Persepsi.....	15
2.3.2 Faktor – Faktor Yang Menentukan Persepsi.....	17
2.3.3 Macam – Macam Persepsi	18
2.3.4 Prinsip – Prinsip Persepsi	18
2.3.5 Proses Terjadinya Persepsi	19

2.4 New Media	24
2.4.1 Pengertian New Media	24
2.4.2 Fungsi New Media	25
2.4.3 Karakter New Media	26
2.5 Media Sosial.....	27
2.6 Youtube.....	28
2.7 Konten <i>Gaming</i>	28
2.8 Youtuber.....	29
BAB III	
METEDOLOGI PENELITIAN	
3.1 Paradigma Penelitian	31
3.2 Metode Penelitian	32
3.3 Populasi dan Sampel.....	32
3.3.1 Populasi	32
3.3.2 Sampel	33
3.4 Teknik Pengumpulan Sampling	34
3.5 Validitas Dan Reliabilitas	35
3.5.1 Uji Validitas	35
3.5.2 Uji Reliabilitas	36
3.6 Teknik Pengumpulan Data.....	37
3.6.1 Data Primer	38
3.6.2 Data Sekunder	38
3.7 Definisi Konsep Dan Operasional Konsep	38
3.7.1 Definisi Konsep.....	38
3.7.2 Operasional Konsep	39
3.8 Teknik Analisis Data	40
BAB IV	
HASIL PENELITIAN & PEMBAHASAN	
4.1 Gambaran Umum Objek Penelitian.....	45
4.1.1 Jess No Limit	45
4.1.2 Profile Communication	46

4.2 Hasil Penelitian	47
4.2.1 Dimensi Perhatian Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	47
4.2.2 Dimensi Penafsiran Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	53
4.2.3 Dimensi Pengetahuan Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	58
4.2.4 Akumulasi Perhatian Mahasiswa DIGICOM Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	63
4.2.5 Akumulasi Penafsiran Mahasiswa DIGICOM Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	64
4.2.6 Akumulasi Pengetahuan Mahasiswa DIGICOM Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	65
4.2.7 Akumulasi Persepsi Mahasiswa DIGICOM Terhadap Konten Channel Youtube Jess No Limit	66
4.3 Persepsi Keseluruhan	67
4.4 Pembahasan	68
BAB V	
KESIMPULAN DAN SARAN	
5.1 Kesimpulan	73
5.2 Saran	74
5.2.1 Saran Akademis	74
5.2.2 Saran Praktis	75
DAFTAR PUSTAKA	76
LAMPIRAN	79

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian terdahulu	6
Tabel 3.1 Populasi Mahasiswa Digital Communication.....	33
Tabel 3.2 Rumus Slovin	34
Tabel 3.3 Operasionalisasi Konsep.....	39
Tabel 3.4 Kategori Jawaban	41
Tabel 4.1 Perhatian pada isi konten	48
Tabel 4.2 Perhatian pada konten kreator.....	49
Tabel 4.3 Perhatian pada acara opening	50
Tabel 4.4 Perhatian pada upload konten	51
Tabel 4.5 Perhatian pada keseharian konten	52
Tabel 4.6 Penafsiran pada konten game Youtube Jess No Limit.....	53
Tabel 4.7 Penafsiran pada keseharian Jess No Limit.....	54
Tabel 4.8 Penafsiran pada gaya bawaan Jess No Limit	55
Tabel 4.9 Penafsiran pada konten Tips dan Trik Game Mobile Legend...	56
Tabel 4.10 Penafsiran pada kesuksesan Jess No Limit	57
Tabel 4.11 Pengetahuan pada isi konten Jess No Limit	58
Tabel 4.12 Pengetahuan pada kesuksesan Jess No Limit	59
Tabel 4.13 Pengetahuan pada game Mobile Legend	60
Tabel 4.14 Pengetahuan pada tim EVOS di Mobile legend.....	61
Tabel 4.15 Pengetahuan pada menjuarai perlombaan Mobile Legend.....	62
Tabel 4.16 Akumulasi Perhatian.....	63

Tabel 4.17 Akumulasi Penafisran.....	64
Tabel 4.18 Akumulasi Pengetahuan.....	65
Tabel 4.19 Akumulasi Persepsi	66
Tabel 4.20 Persepsi Secara Keseluruhan.....	67



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Channel Youtube Jess No Limit	3
Gambar 1.2 Konten Channel Youtube Jess No Limit.....	4

