

ABSTRAK

Pengaruh Tayangan *The Newsroom* NET TV Di *YouTube* Terhadap Minat Menjadi Reporter Tv Di Kalangan Mahasiswa Universitas Sahid Jakarta

Nurhadi Wibowo

2014240012

(xi + 5 bab + 92 hal + 9 lampiran + 32 Bibl (2010 – 2017)

YouTube merupakan salah satu *platform* media sosial yang berbasis video. *YouTube* merupakan media komunikasi yang dimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikan dan bisa langsung mendapat tanggapan melalui kolom komentar yang tersedia. Tayangan video dari *YouTube* menjadi salah satu sumber informasi yang berpengaruh terhadap pola pikir masyarakat, baru kemudian disusul surat kabar, televisi dan radio. Program yang memberikan edukasi kepada penonton adalah *The Newsroom* yang ditayangkan di NET TV. Program ini merupakan satu- satunya program yang menyajikan informasi jurnalistik dalam bentuk yang berbeda. Program ini menjelaskan tentang bagaimana proses peliputan sebuah berita dan menjelaskan tentang suka duka dilapangan saat proses peliputan berita. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif. Dan menggunakan teknik *Purposive Sampling* untuk penarikan sampelnya, yaitu adalah teknik penentuan sample dengan pertimbangan tertentu, atau penentuan sample menggunakan tujuan tertentu. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tayangan *The Newsroom Net TV* di *YouTube* mempunyai hubungan yang tinggi dengan minat menjadi reporter TV dengan hasil koefisien korelasi sebesar 0,88. Artinya tayangan *The Newsroom Net TV* di *YouTube* memiliki hubungan yang tinggi dan berpengaruh kuat terhadap minat menjadi reporter TV di kalangan mahasiswa Universitas Sahid Jakarta. Dapat diartikan bahwa pengaruh tayangan *The Newsroom Net TV* di *YouTube* berpengaruh kuat berdasarkan indikator frekuensi, durasi, dan isi pesan terhadap minat menjadi reporter TV berdasarkan indikator aspek kognitif, aspek afektif, dan aspek psiko motorik

Kata kunci : minat, channel YouTube, tayangan