
**PENGARUH YOUTUBE VIDEO GAMING TERHADAP PERILAKU KOMUNIKASI
REMAJA DI LINGKUNGAN 18-19 GRIYA MARTUBUNG MEDAN LABUHAN
(Studi Kasus Channel YouTube Jess No Limit)**

Oleh

Chairul Azhar¹, Faisal Hamdani², Erwan Efendi³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹chairulazhar@gmail.com

Article History:

Received: 13-08-2023

Revised: 29-09-2023

Accepted: 23-09-2023

Keywords:

YouTube, Perilaku
Komunikasi

Abstract: Penelitian ini memiliki judul "Pengaruh YouTube Video Gaming Terhadap Perilaku Komunikasi Remaja di Lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan (Studi Kasus Channel YouTube Jess No Limit)". Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui pengaruh mengakses video gaming YouTube channel Jess No Limit terhadap perilaku komunikasi remaja di Lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan dan untuk melihat tingkat kekuatan (keeratan) korelasi antar kedua variabel. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan korelasional. Penelitian ini menggunakan teori Computer Mediated Communication (CMC), intensitas menonton, dan perilaku komunikasi. Sampel dalam penelitian ini adalah remaja di Lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan yang berjumlah 60 responden. Objek dalam penelitian ini adalah video YouTube dan perilaku komunikasi. Hasil penelitian ini menunjukkan nilai Sig. 0,008 yang artinya terdapat pengaruh yang signifikan antara mengakses video gaming YouTube channel Jess No Limit terhadap perilaku komunikasi remaja di Lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan dan nilai correlation coefficient sebesar 0,342 yang artinya tingkat kekuatan (keeratan) korelasi kedua variabel rendah

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang begitu pesat membantu hingga memudahkan berbagai aspek kehidupan manusia sehari-hari. Munculnya internet tidak lagi sekedar alat mendapatkan informasi tetapi juga sebagai sarana hiburan. Internet menawarkan kebebasan demokrasi hampir tak terbatas untuk melacak informasi untuk berhubungan dengan ribuan individu lain. Seorang individu tidak lagi merasa terbatas dalam berkomunikasi dengan individu lain.

Salah satu teknologi yang terus melakukan inovasi yaitu teknologi komunikasi. Kehadiran teknologi komunikasi sangat membantu manusia dalam mencari informasi dan memudahkan kita untuk berkomunikasi dengan orang lain di belahan dunia manapun dengan cepat dan efisien. Dahulu kita mengenal media komunikasi massa tradisional seperti

surat, radio, televisi dan media cetak namun saat ini media tersebut seakan tertinggal oleh teknologi komunikasi dan permintaan pasar yang sangat cepat terhadap kebutuhan informasi dan komunikasi terus mendorong munculnya media baru (*New Media*) media baru adalah hasil integrasi atau penggabungan media dan jaringan sosial dan sebagai indikator komunikasi struktural (Van Dijk) seperti diketahui. Internet merupakan bentuk konvergensi dari beberapa teknologi penting terdahulu, seperti *computer* (dengan berbagai varian manfaat), televisi, radio, telepon (Bungin, 2009, 136).

Menurut Laquey (1997) internet merupakan jaringan longgar dari ribuan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya (Ardianto dan Erdinaya, 2004)

YouTube dikenal dengan slogan: *Broadcast Yourself*, yang merupakan situs video *sharing* yang menyediakan berbagai informasi berupa audio-visual. (Abraham, 2011). Pada tahun 2011, *Youtube* meduduki peringkat pertama untuk situs video *sharing*. Eksistensi situs ini yang mampu menarik perhatian masyarakat luas membuat *google inc* berani membeli *YouTube* senilai US\$ 1,65 miliar pada tahun 2006 (Prakoso, 2011, p, 45-52). Sedangkan perkembangan *YouTube* diindonesia, *head of communications consumer & YouTube indonesia*. Putri Silalahi, mengatakan bahwa jumlah penonton dan kreator video *online* di *YouTube* tumbuh dengan luar biasa di Indonesia. Banyaknya jenis konten video yang ada dalam media ini menjadi salah satu alasan *Youtube* digemari. Tidak hanya itu, pengguna bisa membuat akun di media sosial secara gratis yang kemudian pemilik akun dapat mengunggah video yang kemudian meraih pelanggan atau penayangan bisa menghasilkan uang, dan karena hal tersebut banyak orang menjadikannya sebagai profesi. Sehingga timbul sebutan *Youtuber* untuk mereka yang aktif membuat video untuk ditonton di *YouTube*.

Tobias Justin, yang dikenal secara profesional sebagai Jess No Limit lahir di kota Jakarta, 5 februari 1996 : umur 24 tahun. Adalah seorang pemain permainan daring *streamer*, dan *YouTube* berkembang diindonesia. Awal nya memulai karir nya dengan bermain daring yang bernama *mobile legends* dimana ia banyak menjuarai turnamen, ia pernah menjuarai peringkat pertama dalam tournament dunia mobile legend. tapi ia tak lagi menekuni permainan itu lagi beralih menjadi seorang *Youtuber* yang dimana ia saat ini 10 pengikut tertinggi diindonesia dan ia juga pengikut terbanyak dalam channel gaming saat ini. Video – video yang ada di *YouTube* terkadang banyak juga remaja yang mulai mengikuti nya seperti gaya penampilan, cara berkomunikasi nya, dan ada pula yang mulai mengikuti apa yang dimainkan oleh *Youtuber* saat ini contoh nya bermain game online banyak remaja mengikuti permainan game yang dimainkan oleh seseorang *Youtuber*, termasuk channel Jess No Limit ia juga seorang Youtuber terkenal untuk kalangan *game online* saat ini, Channel Jessno limit lebih mengutamakan membahas seputar video gaming dimana saat ini digemari dan dikenali remaja yang suka bermain *game online*, membuat ia semakin terkenal. Cara bermain permainan *game online* seperti *Mobile legend* jess no limit sangat ahli untuk permainan game itu, karena game *mobile legend* awal mula karirnya, ia mempromosikan lewat video-video di *Youtube* pribadinya membuat *game online* tersebut banyak peminat untuk bermain game tersebut (<http://Wikipedia.com>)

Menurut pengamat yang telah dilakukan pada lingkungan Griya Martubung Medan Labuhan peminat konten *gaming* yang mayoritas penontonnya adalah remaja dikarenakan banyaknya yang bermain *game online* dan mengenal atau mengikuti *Channel Jess NO Limit*, maka penulis berupaya seberapa besar pengaruh konten gaming pada *YouTube* di kalangan remaja. Dalam hal ini penulis memilih remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan. Berdasarkan pembahasan di atas, maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian tentang "Pengaruh Video Gaming pada *YouTube* terhadap perilaku Komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti mengemukakan hal yang menjadi rumusan masalahnya ialah: Bagaimana pengaruh mengakses video gaming pada *YouTube channel Jess No Limit* terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan pendekatan korelasional. Pendekatan korelasional adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak dapat memanipulasi variabel.

Penelitian ini dilakukan di Griya Martubung Medan Labuhan. Waktu penelitian dimulai pada bulan Desember 2020 sampai dengan bulan September 2021.

Menurut Sugiyono (2010, hal. 80) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi yang penulis teliti adalah kalangan remaja lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan berjumlah 150 remaja yang ber-umur sekitar 18 tahun sampai 24 (Buku Induk Penduduk).

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah metode *non probability sampling* dengan teknik *Purposive sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan sampel berdasarkan pertimbangan tertentu, sampel diambil dengan maksud atau tujuan tertentu. Seseorang diambil sebagai sampel karena peneliti menganggap bahwa seseorang tersebut memiliki informasi yang diperlukan bagi penelitiannya, sehingga diharapkan dapat menjawab permasalahan penelitian. Dimana peneliti memilih sampel yang dikehendaki dengan kriteria masyarakat remaja yang menonton youtube gaming Jess No limit.

Untuk mengetahui banyaknya sampel yang diambil, peneliti menggunakan rumus *Slovin* (1960), dengan presisi 90% atau sig. 0,1 dan tingkat kesalahan yang dikehendaki adalah 10%. sebagai berikut:

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

Keterangan:

n : Jumlah sampel

N : Jumlah seluruh Populasi

e : Persen kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan.

$$n = N / (1 + N(e)^2)$$

$$n = 150 / (1 + 150 (10\%)^2)$$

$$n = 150 / (1 + 150(0.1)^2)$$

$$n = 150 / (1 + 150 (0.01))$$

$$n = 150 / (1 + 1,5)$$

$$n = 150 / (2,5)$$

$$n = 60$$

Dengan demikian jumlah sampel setelah dihitung dengan rumus *Slovin* berjumlah 60 orang.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Uji korelasi *Spearman Rank* ini dilakukan dengan menggunakan program statistik SPSS versi 24. Dalam menentukan tinggi rendahnya korelasi antar variabel dapat digunakan skala Guilford, yaitu:

- Kurang dari 0,20 hubungan rendah sekali
- 0,20 - 0,40 hubungan rendah tapi pasti
- 0,40 - 0,70 hubungan yang cukup berarti
- 0,70 - 0,90 hubungan yang tinggi; kuat
- Lebih dari 0,90 hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

Berikut ini hasil uji korelasi *Spearman Rank* antara variabel video YouTube terhadap perilaku komunikasi.

Tabel 4.1 Uji Koefisien Korelasi Spearman Rank

			Video YouTube	Perilaku Komunikasi
Spearman's rho	Video YouTube	Correlation	1.000	.342**
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.	.008
		N	60	60
	Perilaku Komunikasi	Correlation	.342**	1.000
		Coefficient		
		Sig. (2-tailed)	.008	.
		N	60	60

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Data Penelitian (2022)

Melalui tabel 4.5 di atas menunjukkan jika nilai *correlation coefficient* dari uji *spearman rank* sebesar 0,342 yang jika didasarkan dengan skala Guilford diatas maka hal ini bermakna bahwa hubungan (korelasi) yang terbentuk antara variabel video YouTube terhadap perilaku komunikasi adalah rendah. Hal ini menunjukkan jika mengakses video gaming YouTube channel Jess No Limit tidak memiliki korelasi yang kuat terhadap perilaku komunikasi remaja yang ada di lingkungan 18-19 Griya Martubung Labuhan Medan. Hal ini dapat terjadi karena ada faktor-faktor lain yang memiliki korelasi yang lebih kuat terhadap perilaku komunikasi remaja.

Uji hipotesis dilakukan untuk mengetahui data hipotesis yang telah dibuat sebelumnya bisa diterima atau ditolak. Pengujian hipotesis terhadap korelasi variabel video YouTube dan variabel perilaku komunikasi dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Spearman Rank*. Suatu hipotesis dapat diterima maupun ditolak jika memenuhi kriteria berikut ini:

- a. Apabila nilai $\text{Sig.} \leq \alpha$ atau nilai $r_{\text{hitung}} \geq r_{\text{tabel}}$, maka H_0 ditolak dan H_a diterima.
- b. Apabila nilai $\text{Sig.} \geq \alpha$ atau nilai $r_{\text{hitung}} \leq r_{\text{tabel}}$, maka H_0 diterima dan H_a ditolak.

Berdasarkan tabel 4.5 di atas diperoleh nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar 0,008 yang mana nilainya kurang dari α (0,05) yang berarti H_0 ditolak dan H_a diterima atau adanya pengaruh yang signifikan antara mengakses video gaming YouTube terhadap perilaku komunikasi. Maka hipotesis dalam penelitian ini berdasarkan hasil uji korelasi *Spearman Rank* adalah terdapat pengaruh mengakses video gaming YouTube Channel “Jess No Limit” terhadap perilaku remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan.

Temuan dan Analisis Data

Hasil dari penelitian pengaruh video gaming YouTube terhadap perilaku komunikasi ini diperoleh hasil uji korelasi *Spearman Rank* dengan nilai Sig. (*2-tailed*) sebesar 0,008 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari nilai α (0,05) yang berarti ada pengaruh yang signifikan. Berdasarkan hasil tersebut maka hipotesis penelitian ini adalah terdapat pengaruh yang signifikan antara mengakses video gaming YouTube Channel “Jess No Limit” terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan.

Melalui hasil penelitian ini diketahui bahwa terdapat perubahan perilaku komunikasi yang dialami remaja di Lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan setelah mengakses video gaming YouTube Channel “Jess No Limit”. Perubahan-perubahan perilaku komunikasi tersebut ada yang bersifat positif dan juga negatif. Perubahan perilaku komunikasi yang sifatnya positif diantaranya adalah:

- a. Tumbuh rasa ketertarikan remaja akan hal-hal baru yang sebelumnya tidak mereka ketahui dan akhirnya mereka dapat melalui interaksi mereka dengan pengguna YouTube lainnya.
- b. Tumbuh rasa ingin memperoleh tanggapan dari lawan interaksi sehingga remaja selalu aktif memulai komunikasi dengan sering memberi komentar atau sekedar menulis status pribadinya.
- c. Adanya keinginan remaja untuk memperoleh informasi dan pengetahuan saat berinteraksi menggunakan media YouTube.
- d. Terbentuknya perilaku untuk mendahulukan rasa aman saat berinteraksi sehingga terhindar dari terjadinya kesalahan yang tidak diinginkan saat berkomunikasi.
- e. Remaja menjadi komunikator dan komunikan yang baik saat berkomunikasi karena adanya keinginan untuk terlihat pintar dan lebih dari yang lain.
- f. Remaja terbentuk menjadi perilaku yang mampu untuk menguasai dan memenangkan suasana saat sedang melakukan interaksi dan komunikasi.
- g. Timbulnya perilaku yang selalu mengedepankan rasa saling percaya terlebih dahulu sebelum memulai komunikasi.
- h. Remaja melakukan komunikasi untuk tujuan tertentu dan keinginan untuk memperoleh sesuatu dari komunikasi tersebut. Sehingga mereka hanya melakukan komunikasi yang akan mendatangkan manfaat untuk mereka.

Perubahan-perubahan perilaku komunikasi yang positif ini tentunya baik untuk para remaja, hal ini dikarenakan bisa saja perilaku komunikasi tersebut bukan hanya diterapkan para remaja tersebut di dunia maya namun juga di kehidupan nyata. Sehingga remaja-remaja tersebut akan mampu melakukan komunikasi yang efektif baik kepada teman, keluarga, maupun orang lain yang baru dikenal.

Sedangkan perubahan perilaku komunikasi yang sifatnya negatif diantaranya adalah:

- a. Ketika berkomunikasi remaja menjadi komunikator dan komunikan dengan perilaku komunikasi yang tidak mengindahkan norma dan etika yang berlaku.
- b. Remaja menjadi tidak mampu mengontrol emosinya seperti marah maupun sedih saat berkomunikasi dengan orang lain.
- c. Terbentuknya perilaku ketidakhati-hatian pada remaja ketika berkomunikasi yang mana remaja kerap memberikan respon yang spontan tanpa berpikir terlebih dahulu sebelum membagikan tanggapannya.

Perubahan-perubahan perilaku komunikasi yang sifatnya negatif ini tentunya sangat tidak baik untuk diterapkan dan bahkan harus dihindari karena dinilai sebagai perilaku yang tidak waspada, tidak sopan, melanggar norma dan etika, serta kegagalan dalam mengontrol emosi. Perilaku-perilaku komunikasi yang sifatnya negatif tersebut jika diterapkan atau bahkan dibiarkan akan berakibat buruk dan memberikan banyak dampak negatif terhadap pelaku komunikasi tersebut, seperti terbentuknya rasa ketidaksukaan bahkan cenderung menjadi rasa benci, terjadinya kesalahpahaman diantara pelaku komunikasi, terjadinya penyebaran berita bohong atau hoaks, dan dampak negatif lainnya.

Hasil penelitian ini sesuai dengan salah satu teori media baru yang yakni teori Media Komunikasi Komputer (*Computer Mediated Communication / CMC*). Teori yang mengacu pada komunikasi manusia yang dicapai melalui, atau dengan bantuan teknologi komputer. *Computer Mediated Communication (CMC)* mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk atau diubah melalui pertukaran informasi menggunakan komputer. Pembentukan atau perubahan suatu perilaku seseorang dapat terjadi dengan adanya proses pertukaran pesan atau informasi menggunakan teknologi yang tidak terbatas oleh ruang dan waktu.

Sesuai juga dengan salah satu efek komunikasi massa yaitu efek pesan komunikasi. Seseorang yang melakukan komunikasi massa melalui media massa akan mengalami perubahan pada tingkat pengetahuan (kognitif), perubahan sikap (afektif), perubahan perilaku (konatif); dan perubahan sosial (*social change*). Pembentukan atau perubahan perilaku seseorang ini pun tidak lepas dari teori intensitas menonton. Intensitas menonton bukan hanya sekedar melihat sebuah tayangan namun juga secara intens memperhatikannya. Artinya para remaja tersebut bukan hanya sekedar menyaksikan tayangan video gaming YouTube channel Jess No Limit berlangsung, namun lebih dari itu mereka dengan intens memperhatikan setiap pesan atau informasi yang dibagikan bahkan cara memiliki akun mengkomunikasikan pesan atau informasinya.

Hasil dari penelitian ini juga searah dengan hasil penelitian dari peneliti-peneliti lainnya seperti hasil penelitian (Arifana, 2019) yang menjelaskan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan antara penggunaan media sosial *facebook* dan *youtube* terhadap perilaku komunikasi siswa Madrasah Tsanawiyah Aisyiyah Wilayah Sumatera Utara baik secara keseluruhan (simultan) maupun secara individu (parsial). Hasil penelitian (Syuhaya, 2017) juga menjelaskan jika ada hubungan signifikan antara YouTube dengan perilaku komunikasi siswa/i TK Kids R Us Internasional.

Penelitian lainnya yang juga sejalan dengan penelitian ini yang berhubungan dengan media komunikasi terhadap perilaku seseorang adalah penelitian dari (Allo dkk., 2018) yang menyimpulkan bahwa terpaan k-pop di youtube memiliki pengaruh terhadap perilaku komunitas soulmate. Penelitian dari (Mawadah, 2018) menyebutkan bahwa terdapat pengaruh dari intensitas menonton tayangan *gaming* pada akun YouTube milik Reza

Oktovian berpengaruh pada perilaku imitasi bahasa anak laki-laki usia 10-14 tahun di Kelurahan Cakung Timur. Serta penelitian dari (Gumelar, 2017) yang menjelaskan adanya pengaruh antara variabel terpaan saluran Youtube Dota Watafak terhadap pemenuhan informasi Pemain Dota 2 Kota Serang.

Hasil dari uji *spearman rank* juga menunjukkan perolehan nilai *correlation coefficient* sebesar 0,342. Berdasarkan pada skala Guilford terkait tingkat kekuatan (keeratan) korelasi antar variabel, maka tingkat kekuatan dari pengaruh yang terbentuk antara mengakses video gaming YouTube terhadap perilaku komunikasi remaja adalah rendah. Oleh karena itu dapat dimaknai bahwa meski ada pengaruh yang signifikan antara mengakses video gaming YouTube channel Jess No Limit terhadap perilaku komunikasi remaja yang ada di lingkungan 18-19 Griya Martubung Labuhan Medan, namun ada faktor lainnya juga yang tidak diteliti dalam penelitian ini yang memberikan pengaruh terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Labuhan Medan. Hal inilah yang diyakini mempengaruhi tingkat kekuatan (keeratan) korelasi mengakses video YouTube terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil penelitian dan analisis data diatas dapat diketahui bahwa:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara mengakses video gaming YouTube channel "Jess No Limit" terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan adalah rendah tapi pasti.
2. Hubungan (korelasi) yang terbentuk antara mengakses video gaming YouTube channel "Jess No Limit" terhadap perilaku komunikasi remaja di lingkungan 18-19 Griya Martubung Medan Labuhan adalah rendah.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdillah, Pius & Prasetya, Danu. Kamus lengkap bahasa Indonesia, Surabaya: Arloka. h. 256.
- [2] Abraham. 2011. Sukses menjadi artis dengan youtube, Surabaya. PT jawa pustaka group.
- [3] Alim M, N Hapsari T dan Purwanti L. 2007. "Pengaruh kompetensi dan Independensi etika Audit dengan etika Auditor sebagai variabel Moderasi.
- [4] Allo, P. S. T., Hatuwe, M., & Wibowo, S. E. (2018). Pengaruh Terpaan K-Pop di Youtube Terhadap Perilaku Pada Komunitas Soulmate di Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(2), 137–147. ejournal.ilkom.fisip-unmul.org
- [5] Ardianto, Evinaro dan Lukiati, Komala Erdinaya. 2004. Komunikasi masa suatu penganta. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.
- [6] Arifana. (2019). Pengaruh Penggunaan Facebook dan YouTube Terhadap Perilaku Komunikasi. *Persepsi: Communication Journal*, 2(2), 11–44.
- [7] Arifin, Anwar. (2003). Komunikasi Politik. Jakarta: Balai Pustaka.
- [8] Arifin, Zaenal. 2005. Teori keuangan dan pasar Modal Ekonomia Yogyakarta.
- [9] Arsyad, Azhar. 2011. Media Pembelajaran. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [10] Budiarga, D. (2015). Berkomunikasi Ala Net- Generation. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- [11] Bungin, Burhan. (2008). Sosiologi Komunikasi teori Paradigma dan diskursus.

Jakarta: kencana penoda media group.

- [12] _____. 2008. Kontruksi sosial media massa. Jakarta : Kencana.
- [13] Costikyan, Greg 2013. Uncertainty In Games, The MIT Press, Cambridge.
- [14] Effendi, Ononng Uchjana. 2005. Ilmu komunikasi Teori dan Praktek.
- [15] _____. 2004. Ilmu Komunikasi Teoiri dan praktek. Bandung Rosdakarya.
- [16] Flew, Terry. 2002. New media: An Introduction. Ney York : offord university press.
- [17] Frisnawati, A. (2012). Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prososial Pada Remaja. *EMPATHY*, 1(1), 47–58.
- [18] Gora, R. (2019). *Riset Kualitatif Public Relations*. Jakad Publishing.
- [19] Gumelar, A. (2017). *Pengaruh Terpaan Saluran Youtube Dota Watafak Terhadap Pemenuhan Informasi Pemain Dota 2 (Survei Pada Komunitas Dota 2 Kota Serang)*. Universitas Sultan Ageng Tirtayasa.
- [20] Hariko, Rezki. 2017. Landasan Filosofis keterampilan Komunikasi konseling jurnal kajian bimbingan dan konseling.
- [21] KBBI, A. 2017, 26. Arti kata Video. Diambil dari KBBI Daring: <http://kbbi.kemdikbud.go.id/entri/video>
- [22] KBBI. (2009). *Kamus Bahasa Indonesia*. Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Nasional.
- [23] Lubis, Suwardi. (1997). Teknologi Komunikasi dan Pembangunan. Medan: USU
- [24] Mahyuddin. (2019). *Sosiologi Komunikasi (Dinamika Relasi Sosial di Dalam Era Virtualitas)*. Shofia CV Loe.
- [25] Mawadah, I. (2018). *Pengaruh Intensitas Menonton Tayangan Gaming Pada Akun YouTube Reza Oktovian Terhadap Perilaku Imitasi Bahasa Anak*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- [26] Morissan. 2013. Teori Komunikasi :Individu Hingga Massa. Jakarta: Kencana.
- [27] Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Kencana.
- [28] Nurrahim, Hassa dan Lina, Anatan. (2009).Efektivitas komunikasi dalam organisasi jurnal manajemen vol 17 no 4. fakultas ekonomi pembangunan nasional veteran Yogyakarta.
- [29] Nurudin 2014. Pengantar Komunikasi Massa Jakarta: PT. Raja Gafindo Persada
- [30] Olivia, H., & Leonita, W. (2020). Informatika Dalam Memberantas Hoax Dan Ujaran. *Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 1(2), 60–65.
- [31] Pambayun, E. L., & Permassanty, T. D. (2021). *An Integrated Marketing Communication Circle in 4.0 Era: Filosofi, Konsep, dan Implementasi*. Penerbit Adab.
- [32] Putra, Febriyanto Pratama. 2012." Pembuatan *Game animasi 3D Role Playing Game* untuk Pendidikan Budaya Dengan Unity3D dan Bahasa Pemrograman.
- [33] Putra, Kusuma, Ananta, Lingga, Gede. 2009 Pemanfaatan Animasi Promosi dalam media Youtube. sekolah tinggi desain Bali. <https://dilihatya.com/2236/pengertian-pengaruh-pengaruh-menurut-para-ahli>
- [34] Rakhmat, Jalaluddin. 2011. Psikologi Komunikasi: PT Remaja Rosdakarya No 40 Hlm 224.
- [35] Ramdhini, V. C., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Intensitas Menonton Video Youtube Dan Kredibilitas Beauty Vlogger Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Channel Youtube Suhay Salim Video 'Wardah Instaperfect Review Tutorial Swatches'). *Scriptura*, 10(2),

- 53–59. <https://doi.org/10.9744/scriptura.10.2.53-59>
- [36] Sari, E. S. (1993). *Audience Research : Pengantar Studi Penelitian Terhadap Pembaca, Pendengar dan Pemirsa*. Andi Offset.
- [37] Sarmanu. (2017). *Dasar Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Statistika*. Airlangga University Press.
- [38] Slovin, M. J. 1960. Sampling, Simon and Schuster inc. New York.
- [39] Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Literasi Media Publishing.
- [40] Syofian. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS - Edisi Pertama*. Kencana.
- [41] Syuhaya, Y. (2017). *Pengaruh Media Video YouTube Terhadap Perilaku Komunikasi Anak Usia Dini (Studi Korelasional Pada Orangtua Murid di Taman Kanak-Kanak Kids R us International School)*. Universitas Sumatera Utara.
- [42] tafsirQ. (2022a). *Surat Al-Ahzab (Golongan-Golongan yang bersekutu) 73 Ayat / Surat ke 33 / Madaniyah*. TafsirQ.com. <https://tafsirq.com/33-al-ahzab>
- [43] tafsirQ. (2022b). *Surat Al-Isra' (Memperjalankan di waktu malam) 111 Ayat / Surat ke 17 / Makkiyah*. TafsirQ.com. <https://tafsirq.com/17-al-isra>
- [44] tafsirQ. (2022c). *Surat An-Nisa' (Wanita) 176 Ayat / Surat ke 4 / Madaniyah*. TafsirQ.com. <https://tafsirq.com/4-an-nisa>
- [45] tafsirQ. (2022d). *Surat Ta Ha (Ta Ha) 135 Ayat / Surat ke 20 / Makkiyah*. TafsirQ.com. <https://tafsirq.com/20-ta-ha>
- [46] Wahyuni, H. I. (2013). *Kebijakan Media Baru di Indonesia (Harapan, Dinamika, dan Capaian Kebijakan Media Baru Indonesia)*. Gadjah Mada University Press.
- [47] Wibawa, M. A., & Pradekso, T. (2018). Pengaruh Intensitas Menonton Channel Youtube Reza Oktovian dan Pengawasan Orang Tua terhadap Perilaku Agresif yang dilakukan Remaja Sekolah Menengah Pertama. *Interaksi Online*, 6(3), 307–311.
- [48] Yogapratama, David. (2009). Menjadi Seleb dalam 20 Menit lewat YouTube, Mozarta Mediatama Yogyakarta.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN