

Pengaruh Konten Vloggers Youtube Jess No Limit terhadap Pembentukan Sikap Gen Z

Achmad Fachri Wahyudi ^{1*}, Gita Widiyanti ², Nur'aeni ³

^{1,2} Communication, STIKOM, Indonesia

³ Universitas Subang, Indonesia

fachriachmad07@gmail.com¹, gitawidya1978@gmail.com², nuraeni.tarmidzi@gmail.com³

Alamat Kampus: Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru, Jakarta Selatan

Korespondensi penulis: fachriachmad07@gmail.com*

Abstract. *Technological advances have created new forms of interaction and socialization, one of which is the innovation of communication technology in the form of social media. One of the social media that is very popular among the younger generation is YouTube. YouTube content has a variety of content according to needs, such as game content, entertainment content, beauty content and many more. The rapid development of social media, one of which is YouTube, Indonesia itself has several famous Vloggers, one of which is Jess No Limit. Tobias Justin or now better known as Jess No Limit started his career as a Youtuber in 2020 with the content of the Mobile Legend Esport Game: Bang Bang and for the first time in Indonesia Jess No Limit managed to have 10 million subscribers, YouTube content itself has had an impact on attitudes. The purpose of this study is to determine and analyze whether or not there is an influence of Youtube vloggers Jess No Limit's content on the formation of Gen Z attitudes. The theory used in this study is content and attitude. The method used in this study is quantitative with descriptive analysis, to analyze data by describing or depicting the data that has been collected. Statistical analysis and data processing using SPSS. Data collection includes questionnaires, online questionnaires, data analysis, data interpretation, and conclusions. Primary data in the form of a questionnaire on a Likert scale model with the number of respondents using the Slovin sample formula being 66 respondents. The results of the study showed that there was a positive and significant influence between the influence of Jess No Limit YouTube content on the formation of attitudes with a moderate level of influence.*

Keywords: *Jess No Limit, Content, Social Media, Attitude, YouTube.*

Abstrak. Salah satu media sosial yang sangat diminati kalangan generasi remaja adalah youtube. Konten youtube memiliki berbagai macam konten sesuai dengan kebutuhan, seperti konten game, konten hiburan, konten kecantikan dan masih banyak lagi. Pesatnya perkembangan media sosial salah satunya youtube, Indonesia sendiri mempunyai beberapa Vlogger terkenal salah satunya adalah Jess No Limit. Tobias Justin atau sekarang yang lebih dikenal dengan nama Jess No Limit memulai karir menjadi Youtuber pada tahun 2020 dengan konten Game Esport Mobile Legend: Bang Bang dan untuk pertama kalinya di Indonesia Jess No Limit berhasil memiliki 10 juta subscriber, konten youtube sendiri telah memberikan dampak terhadap sikap. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisa ada atau tidaknya pengaruh konten vloggers Youtube Jess No Limit terhadap pembentukan sikap Gen Z. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah konten dan sikap. Metode yang digunakan penelitian ini adalah kuantitatif dengan analisis deskriptif, untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul. Analisis statistik dan pengolahan data menggunakan SPSS. Pengumpulan data meliputi angket, kuesioner online, analisis data, interpretasi data, dan kesimpulan. Data primer berupa angket pada model skala likert dengan jumlah responden menggunakan rumus Slovin sampel menjadi 66 responden. Hasil penelitian menunjukkan terdapat pengaruh yang positif dan signifikan antara pengaruh Konten youtube Jess No Limit terhadap pembentukan sikap dengan tingkat pengaruh sedang.

Kata kunci; Jess No Limit, Konten, Media sosial, Sikap, Youtube

1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan sebuah proses yang terjadi dalam kehidupan setiap makhluk sosial antarindividu sampai dengan menggunakan media yang biasa disebut dengan komunikasi massa. Komunikasi bermedia ini menggunakan teknologi sampai pada bagaimana

khalayak mengakses media, lambat laun semakin berkembang sehingga dikenal dengan media lama (old media) dan media baru (new media) (David et al., 2017).

Saat ini teknologi serba digital, sosial media semakin banyak dan berkembang serta digemari masyarakat luas salah satunya adalah situs YouTube (Akbar, 2018). Di YouTube mereka dapat menemukan banyak konten-konten menarik yang mereka sukai sehingga sangat menikmati apabila menontonnya, tren YouTube sendiri mulai merebak sejak tahun 2014 dan memiliki banyak konten mulai dari pendidikan, berita, bahkan hiburan. Di balik konten-konten menarik yang dinikmati masyarakat tentu ada orang-orang kreatif yang membuatnya dan disebut Youtuber. Mereka membuat konten-konten dalam bidangnya masing-masing, dan salah satu konten yang menyita masyarakat adalah vlog (Hidayanto & Irwansyah, 2019).

Vlog atau video blogger adalah kegiatan blogging yang menyajikannya dengan audio visual. Pembuat vlog itu sendiri disebut dengan Vlogger, biasanya vlogger mempertontonkan aktivitas yang mereka lakukan di setiap harinya. Vlogger menggunakan kamera atau handphone untuk mengambil video atau gambar yang mereka buat (Hernawan, 2019). Menurut data dari “We Are Social”, perusahaan yang fokus pada pemberitaan perkembangan internet, media sosial, dan perkembangan teknologi, Indonesia menempati peringkat tiga besar pengguna YouTube di dunia. Ada 139 juta pengguna YouTube di Indonesia (sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>). Ketika pengguna berpartisipasi dalam menonton video pembelajaran di YouTube, dan dapat memberikan data input jumlah penayangan, like, subscribe, durasi, dan komentar. Dalam hal video pembelajaran di YouTube, uniknya manusia lebih banyak menggunakan gaya belajar visual dan auditori (Mujiyanto, 2019)

Visual yang dimaksud adalah penglihatan dan auditori sendiri mendominasi pada pendengaran. Video adalah salah satu gaya belajar gabungan antara visual dan auditori, dimana gambar dan suara muncul secara bersamaan sehingga lebih mudah dipahami oleh manusia (Sari, 2014). Pesatnya perkembangan platform digital telah membawa dampak dan perubahan besar bagi masyarakat. Platform digital memfasilitasi hubungan dan interaksi komunitas dengan mengintegrasikan sistem. Platform digital juga berfungsi sebagai tempat berbagi donasi dan kegiatan sosial lainnya. Ekosistem platform digital bersifat akses terbuka dan berpusat pada komunitas. Dampak yang negatif juga bisa didapat sehingga masyarakat dalam menjelajahi sesuatu di platform digital harus berhati-hati dan memilih sesuatu yang berkualitas (Rabbani & Najicha, 2023).

Indonesia sendiri mempunyai beberapa Vlogger terkenal salah satunya adalah Jess No Limit. Tobias Justin atau sekarang yang lebih dikenal dengan nama Jess No Limit memulai karir menjadi Youtuber pada tahun 2020 dengan konten Game Esport Mobile Legend: Bang

Bang dan untuk pertama kalinya di Indonesia Jess No Limit berhasil memiliki 10 juta subscriber. Awal Jess No Limit dikenal karena kepiawaiannya bermain Game Esport Mobile Legend: Bang Bang dan telah menjuari beberapa Turnamen di Indonesia bersama tim Esport yaitu Evos Legends pada tahun 2018 dan mengikuti turnamen Mobile Legends: Bang Bang Professional League Indonesia (MPL ID). Sekarang ini Jess No Limit memiliki jumlah subscriber 50,2 juta di Indonesia, pertanggal 5 Juli 2024 jam 06.16 WIB dilansir dari youtube.com. Jess No Limit sudah menjadi wajah dari Mobile Legend: Bang Bang sampai dari pihak Mobile Legend membuat emote ataupun stiker yang bisa dimunculkan saat tengah bermain Mobile Legend: Bang Bang (Limit, 2022).

Diketahui bahwa penonton vlog itu sendiri kebanyakan adalah Gen Z yang merupakan generasi muda yang lahir antara tahun 1997-2012. Gen Z dan digitalisasi akan terus tumbuh bersama semakin berkembangnya zaman. Gen Z terbiasa mengekspresikan keinginan dari hal-hal yang baru. Karakteristik dari Gen Z salah satunya adalah kemudahan dalam menjelajah dan terkoneksi dengan sesuatu lewat internet, banyak sekali hal-hal baru yang bisa di eksplor dan dipelajari hanya dengan duduk dirumah. Selain itu Gen Z sangat mudah menerima mengenai perbedaan dan jadi sulit untuk mendefinisikan dirinya sendiri karena dampak dari mengikuti sesuatu yang dapat mempengaruhi sikap dari Gen Z (Ramadhani & Hadi, 2023).

2. KAJIAN TEORITIS

Gen Z yang bermain Game Esport Mobile Legend: Bang Bang menjadikan Jess No Limit sebagai Role Model, mereka menjadikan Jess No Limit sebagai panutan mereka untuk sukses menjadi Pro Player di game tersebut dengan 2,8 ribu video Mobile legend yang telah di upload. Saat mereka melihat konten YouTube dari Jess No Limit perlahan akan meniru apa yang Jess lakukan di konten bahkan sampai perkataan akan di ikuti oleh para penonton konten Jess No Limit. Hal tersebut akan menjadikan sikap para penonton akan terbentuk karena konten yang mereka tonton. Semakin sering menonton konten-konten yang disajikan oleh Jess No Limit semakin besar keinginan untuk mencoba apa yang Jess lakukan dan katakan (David et al., 2017).

Dari permasalahan pembentukan sikap yang mengikuti Jess No Limit karena menonton konten-konten Mobile Legend: Bang Bang di YouTube, oleh karena itu penelitian ini akan dilakukan terhadap Gen Z khususnya mahasiswa aktif STIKOM InterStudi dengan melihat sikap yang terbentuk di karenakan menonton vlog Jess No Limit di Youtube. Selain aktif menggunakan media sosial terutama YouTube terlebih mereka menuntut ilmu tentang komunikasi maka akan dilihat pengaruh apa yang terjadi dalam pembentukan sikap dari

tontonan vlog youtube yang mengandung unsur positif maupun negatif dari cara pandang mereka sebagai seseorang yang mempelajari tentang ilmu komunikasi bermedia.

Rumusan masalah dalam penelitian yang akan dilakukan adalah apakah terdapat pengaruh konten vloggers Youtube Jess No Limit terhadap pembentukan sikap Gen Z. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menganalisa seberapa besar pengaruh konten vloggers Youtube Jess No Limit terhadap pembentukan sikap Gen Z. Manfaat penelitian secara akademis untuk mengembangkan kajian dan referensi studi ilmu komunikasi dengan tema mengenai efek media sosial, khusus konten vloggers Youtube, sehingga dapat menghasilkan pengetahuan yang berkembang.

Manfaat praktis, penelitian ini dibuat agar bisa menjadi pengetahuan bagi para pembaca dan juga Gen Z khususnya, serta bagi para pelaku vloggers itu sendiri mengenai pengaruh vloggers Youtube Jess No Limit Terhadap Pembentukan Sikap, diharapkan bahwa Gen Z dapat memperoleh dan membuat karya-karya kreatif dan juga edukasi yang sangat bermanfaat untuk mengembangkan diri. Dalam kaitannya dengan penelitian ini yaitu pengaruh konten vloggers Youtube Jess No Limit terhadap pembentukan sikap Gen Z, dapat disebutkan bahwa terdapat dua variable yaitu variable bebas (X) yang diwakili dengan konten dan variable terikat (Y) yang diwakili dengan pembentukan sikap. Jika di gambarkan seperti yang terlihat di bawah ini :



Gambar 1. Kerangka Pemikiran

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif, menggunakan desain penelitian deskriptif. Sebagai landasan sebuah metode penelitian, pendekatan kuantitatif adalah bagian dari penelitian yang berdasarkan filsafat positivisme atau biasa lebih dikenal dengan paradigma positivistik, dengan jenis penelitian deskriptif (Sugiyono, 2017).

Menurut Sugiyono bahwa penelitian deskriptif adalah survei yang dilakukan untuk mengetahui nilai suatu variabel bebas, satu atau lebih variabel (bebas), tanpa membandingkan atau mengaitkan dengan variable lain (Sugiyono, 2017). Mengenai pendekatan kuantitatif, menjelaskan bahwa pendekatan ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena menggunakan angka, dimulai dengan pengumpulan data, interpretasi data, dan munculnya hasil (Slamet, 2020).

Berdasarkan uraian tersebut, dapat diartikan bahwa penelitian deskriptif dilakukan dengan cara mencari informasi tentang gejala yang ada, mengartikulasikan tujuan yang ingin dicapai, merencanakan cara pendekatannya, dan mengumpulkan berbagai jenis data untuk mendukung pembuatan laporan.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada penelitian ini, melihat seperti apakah demografi responden jika dilihat dari jenis kelamin dan usia. Dengan mengetahui demografi responden maka akan dapat mengetahui karakteristik responden terkait Pengaruh Konten Vloggers Youtube Jess No Limit Terhadap Pembentukan Sikap Gen Z. Jumlah kuesioner yang disebar 48 eksemplar sesuai dengan jumlah sampel responden yang telah diuraikan sebelumnya. Dilihat dari karakteristik jenis kelamin dengan kategori perempuan persentasenya sebesar 25% dan kategori laki-laki persentasenya sebesar 75%. Jika dilihat dari karakteristik usia, responden yang paling banyak berada di usia 21-25 tahun dengan presentase sebanyak 63%.

Penelitian ini menganalisa mengenai Pengaruh Konten Vloggers Youtube Jess No Limit Terhadap Pembentukan Sikap Gen Z Pada Mahasiswa aktif STIKOM Interstudi. Menganalisa 66 orang dengan perhitungan menggunakan SPSS, melakukan pengujian terhadap uji validitas, reliabilitas dan Mean. Analisis menggunakan uji hipotesis dan regresi linier sederhana.

Hasil Validitas

Uji Validitas digunakan untuk menguji pernyataan pada kuesioner yang disebar apakah valid atau tidak. Dengan membandingkan antara r hitung dengan r tabel. Bila nilai r hitung $>$ r tabel, maka item pernyataan valid. Bila nilai r hitung $<$ r tabel, maka item pernyataan tidak valid. $N = 66$, r tabel = 0,254. Hasil tersebut dapat dilihat pada table 4.1.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel

Item	Std deviations	Item	Std deviations	Item	Std deviations	r tabel
X1	.535	Y1	.544	Y13	.530	
X2	.684	Y2	.489	Y14	.473	

X3	.912	Y3	.441	Y15	.465	
X4	.477	Y4	.341	Y16	.522	
X5	.407	Y5	.578	Y17	.446	
X6	.488	Y6	.482	Y18	.560	0,25 4
		Y7	.473	Y19	.387	
		Y8	.482	Y20	.483	
		Y9	.522	Y21	.337	
		Y10	.482	Y22	.361	
		Y11	.560	Y23	.379	
		Y12	.387	Y24	.531	

Sumber; Hasil olah SPSS 2024

Diketahui nilai r hitung dari seluruh item pernyataan variabel lebih besar dari r tabel sehingga seluruh pernyataan dinyatakan valid.

Hasil Reliabilitas

Selain dari uji validitas, dilakukan juga uji reliabilitas terhadap sampel yang berjumlah 66 responden. Uji reliabilitas adalah ukuran-ukuran konsistensi item pernyataan dalam sebuah penelitian. Jika nilai reliabilitas kurang dari 0,6 maka nilainya tidak stabil. Nilai reliabilitas dalam penelitian ini terlihat cukup baik dan layak untuk diuji asumsi. Uji reliabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur yang biasanya menggunakan kuesioner (Priyatno, 2014). Maksudnya, apakah alat ukur tersebut akan mendapatkan pengukuran yang tetap konsisten jika pengukuran diulang kembali. Uji reliabilitas merupakan kelanjutan dari uji validitas, dimana item masuk pengujian adalah item yang valid saja.

Hasil uji reliabilitas dapat dilihat pada tabel reliability statistics dari output SPSS. Penentuan apakah instrumen penelitian reliabel atau tidak dilakukan dengan melihat nilai Cronbach's Alpha. Pengujian reliabilitas menggunakan uji Alfa Cronbach dilakukan untuk instrumen yang memiliki jawaban benar lebih dari 1 (Adamson dan Prion, 2013). Hasil tersebut dapat dilihat pada table 4.2.

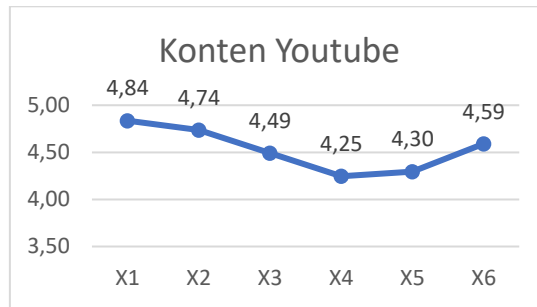
Tabel 2. Uji Reliabilitas variabel X dan varibael Y

Variabel	α	N
Konten Youtube (X)	0,794	6
Pembentukan Sikap (Y)	0,767	24

Sumber; Hasil olah SPSS 2024

Tabel 4.2 menunjukkan nilai reliabilitas variabel x 0,794 dan variabel Y 0,767 maka nilai tersebut lebih besar dari 0,6 sehingga dalam penelitian dapat dikatakan bahwa semua dimensi variabel bisa digunakan sebagai alat pengumpulan data

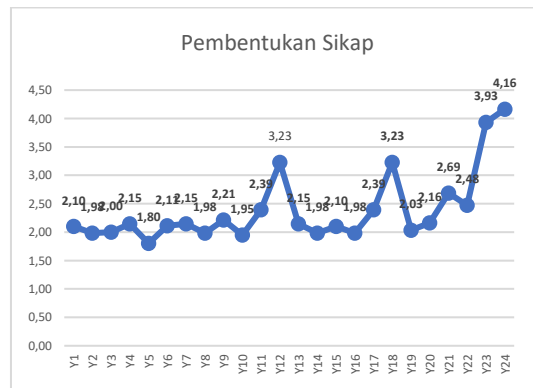
Mean Variabel Konten Youtube (X)



Gambar 2. Grafik Mean Variabel X

Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) variabel konten youtube (X) tertinggi berada pada skor 4.84 pada pernyataan XI yaitu “Saya selalu menonton konten youtube Jess No Limit setiap hari” artinya responden sangat antusias dalam topik ini dan skor terendah memiliki angka 4,25 terdapat pada pernyataan X4 yaitu “Konten youtube Jess No Limit sangat memberikan informasi update hero dan build terbaru”. Artinya responden untuk mendapatkan update hero dan build terbaru tidak hanya melalui konten Jess No Limit saja, tetapi bisa dari media lain seperti Tiktok atau Youtuber lainnya.

Mean Variabel Sikap (Y)



Gambar 3. Grafik Mean Variabel Y

Sumber: Hasil olah SPSS 2024

Pada Grafik diatas, nilai rata-rata (mean) terendah pada variabel pembentukan sikap (Y) berada pada skor 1,80 terdapat pada pernyataan Y5 yaitu “Saya tidak pernah berkata kasar setiap kali menonton konten youtube Jess No Limit” artinya responden ikut terbawa emosi dengan komentar kasar pada saat menonton konten Jess No Limit dan skor tertinggi pada skor 4,16 terdapat dalam pernyataan Y24 yaitu “Saya tidak marah kepada keluarga jika saya diganggu saat bermain game mobile legend setelah menonton konten Jesss No Limit”.

Uji Asumsi Klasik

Uji Asumsi klasik adalah syarat kelayakan yang harus terpenuhi saat kita menggunakan regresi linear sederhana. Syarat dalam uji asumsi klasik antara lain jumlah sampel yang digunakan harus sama, jumlah variabel bebas konten youtube (X) adalah satu, nilai residual harus berdistribusi normal, terdapat hubungan yang linear antara variabel X (konten youtube) dengan variabel Y (perubahan sikap) dan tidak terjadi gejala heteroskedasitas, dapat dilihat pada table 4.3.

Tabel 3. Uji Normalitas Kolmogorov Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		66
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	0E-7
	Std. Deviation	3.59247 851
Most Extreme Differences	Absolute	.103
	Positive	.068
	Negative	-.103
Kolmogorov-Smirnov Z		.803
Asymp. Sig. (2-tailed)		.539
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		

Uji normalitas merupakan salah satu bagian dari uji persyaratan uji asumsi klasik, dasar pengambilan keputusan dalam uji normalitas K-S adalah jika nilai signifikansi lebih besar dari 0.05 maka data penelitian berdistribusi normal, sebaliknya jika lebih kecil dari 0.05 maka data penelitian tidak berdistribusi normal. Berdasarkan tabel output SPSS diatas, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0.539 lebih besar dari 0.05 maka disimpulkan bahwa data berdistribusi normal.

Analisis Regresi

Regresi sederhana digunakan untuk mencari besarnya pengaruh atau hubungan fungsional kedua variabel tersebut. Berikut merupakan rumus persamaan regresi linear sederhana:

$$Y = a + bX$$

a: konstanta. Dalam penelitian ini nilainya sebesar 9.391. Angka ini adalah nilai konstan yang memiliki arti bahwa jika tidak ada konten youtube (X) maka nilai konsistensi sikap (Y) adalah 9.391.

b: Koefisien regresi atau dalam penelitian ini yang bernilai sebesar 0,476. Artinya bahwa setiap penambahan 1% tingkat konten youtube (X), maka sikap (Y) akan naik sebesar 0,476. Oleh karena itu, persamaan regresinya adalah $Y = 9.391 + 0,476(X)$.

Uji Signifikan Individu (Uji t)

Uji t digunakan untuk menguji apakah terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel bebas terhadap variabel terikat (konten youtube terhadap perubahan sikap) dapat dilihat melalui Sig. yang tertera pada tabel 4.4 bawah ini.

Tabel 4. Uji Signifikan Individu

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	B		
1	(Constant)	9.391	5.886		1.090	.000
	Xtotal	.476	.118	.464	4.028	.000

a. Dependent Variable: Ytotal

Sumber; Hasil olah SPSS 2024

Pengujian kebenaran hipotesis yang diperlukan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara variabel satu dengan yang lain, apakah saling mempengaruhi atau tidak. Uji t dilakukan sebagai pembuktian kebenaran hipotesis penelitian bahwa terdapat konten youtube terhadap perubahan sikap Adapun rumus dalam mencari t tabel adalah: Nilai $\alpha/2=0,05/2=0,025$ Derajat kebebasan (df) = $n-2 = 66-2= 64$ Nilai 0,025; 64 kemudian dalam t tabel di dapat nilai sebesar 1.997. Oleh karena itu diketahui t hitung (4.028) > t tabel (1.997) dan nilai sig. (0,000) < 0,05. Artinya variabel konten youtube berpengaruh positif dan signifikan terhadap sikap.

Analisis Koefisien Determinasi (R²)

Tabel 5. Uji Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.464 ^a	.526	.502	3.623

a. Predictors: (Constant), Xtotal

Sumber; Hasil olah SPSS 2024

Koefisien determinasi (R²) ditujukan untuk mengukur seberapa jauh kebiasaan variabel (X) dalam menjelaskan variasi variabel (Y). Nilai koefisien determenasi adalah nol sampai satu. Dengan demikian persamaan regresi yang dihasil baik untuk mengestimasi nilai variabel dependen dan R Square merupakan koefisien determinasi. Berdasarkan tabel Model Summary di atas, diketahui nilai R square sebesar 0,526 sehingga sumbangan pengaruh variabel konten Youtube terhadap variabel sikap adalah sedang sebesar 52,6% sedangkan sisanya (100% -

52,6% = 47,4%) dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini seperti media sosial Tiktok dan Instagram.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Dari hasil penelitian dan pembahasan diatas menunjukkan bahwa variabel konten youtube Jess No Limit (X) dan sikap (Y). Hasil penelitian dan pembahasan, kesimpulannya adalah benar terbukti jika konten youtube Jess No Limit berpengaruh positif dan signifikan terhadap perubahan sikap, hasil uji koefisien determinasi menunjukkan variabel konten youtube Jess No Limit berpengaruh cukup terhadap sikap.

Berdasarkan uraian pembahasan dan data yang sudah dijelaskan di atas melihat dari hasil uji deskriptif nilai terendah masing-masing variabel, maka saran yang diberikan kepada youtubers Jess No Limit dalam melakukan konten di youtube sebaiknya selalu memberikan informasi terkini akan hero dan build dalam game mobile legend serta memberikan tutorial permainan agar mudah diterima oleh subscribers. Selain itu dalam melakukan konten youtube sebaiknya diperbanyak akan pemahaman terkait sikap yang sebaiknya dimiliki oleh setiap gamers, terutama akan sopan santun dan tatakrama dalam bermain game satu sama lainnya.

Penelitian selanjutnya pada bidang ilmu komunikasi, disarankan agar menggali lebih dalam mengenai faktor Media sosial khususnya konten youtube yang dapat mempengaruhi pembentukan sikap.

DAFTAR REFERENSI

- Afriana, F., Rahayu, A. P., & Agustiningrum, H. (2017). Hierarki Efek Model Pada Tayangan Iklan Youtube. *Interkomunika*, 2(2), 140. <https://doi.org/10.33376/ik.v2i2.33>
- Ainiyah, N. (2018). Media Sosial Sebagai Media Informasi. *Jurnal Pembangunan Ilmu Sosial*, 2(April), 221–236.
- Akbar, A. (2018). Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi On Tv). 1–112. Retrieved From [https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali Akbar.Pdf](https://repository.ar-raniry.ac.id/id/eprint/5845/4/Ali%20Akbar.pdf)
- Budiati, I., Susianto, Y., Adi, W. P., Ayuni, S., Reagan, H. A., Larasaty, P., ... Saputri, V. G. (2018). *Profil Generasi Milenial Indonesia*. 1–153.
- Bungin, B. (2011). *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi Dan Kebijakan Publik Serta Ilmu-Ilmu Sosial Lainnya)* (Cetakan Ke). Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Clinton, B. (2021). Pengguna Medsos Di Indonesia Habiskan 25 Jam Per Bulan Untuk Nonton Youtube. Retrieved July 5, 2024, From [Kompas.Com Website](https://www.kompas.com):

<https://Tekno.Kompas.Com/Read/2021/02/23/11320087/Berapa-Lama-Orang-Indonesia-Akses-Internet-Dan-Medsos-Setiap-Hari?Page=All>

- David, E., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi. *Acta Diurna*, 6(1). Retrieved From <https://Ejournal.Unsrat.Ac.Id/Index.Php/Index/Index>
- Ghozali, I. (2013). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program Spss*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hakim, R. M., & Fatoni, A. (2020). Pengaruh Terpaan Media Sosial Youtube Dan Interaksi Antarsosial Terhadap Perilaku Imitasi Remaja Putri (Studi Kasus Video Clip Blackpink-Ddu Du Ddu Du). *Scriptura*, 10(1), 15–23. <https://doi.org/10.9744/Scriptura.10.1.15-23>
- Hernawan, R. (2019). Pembangunan Aplikasi Video Untuk Vlogger Menggunakan Google Cloud Vision Pada Smartphone Berbasis Android. *Unikom*, 2(1), 3. Retrieved From <https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/1232/>
- Hidayanto, S., & Irwansyah. (2019). Youtube-Vlog: Lahirnya Era User-Generated Content Dan Industri Vlog Di Indonesia. *Journal Ilmiah Komunikasi*, 2(1), 18–34. Retrieved From <https://ejournal.stikpmedan.ac.id/index.php/jikq/article/view/21/22>
- Kotler, & Gary, A. (2016). *Dasar-Dasar Pemasaran (Jilid 1, E)*. Jakarta: Erlangga.
- Limit, J. N. (2022). Akhirnya Emote Full Power Keluar Juga! - Mobile Legends. Retrieved July 5, 2024, From Youtube.Com Website: <https://www.youtube.com/watch?v=Lxrx0046unc>
- Mar'at. (2000). *Sikap Manusia, Perubahan, Serta Pengukurannya*. Ghalia Indonesia.
- Maulida. (2017). *Innovation : Kisah Youtube Yang Didirikan 3 Mantan Karyawan Paypal*. Retrieved July 5, 2024, From Techno.Okezone.Com Website: <https://techno.okezone.com/>
- Mujianto, H. (2019). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Ajar Dalam Meningkatkan Minat Dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159.
- Pratama, S., & Hermanu, D. H. (2023). Pengaruh Konten Video Youtube Dan Dimas Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja. *Inter Komunika: Jurnal Komunikasi*, 7(2), 34. <https://doi.org/10.33376/ik.v7i2.2069>
- Puntoadi. (2011). *Menciptakan Penjualan Melalui Sosial Media*. Jakarta: Pt Elex Komputindo.
- Rabbani, D. A., & Najjicha, F. U. (2023). Pengaruh Perkembangan Teknologi Terhadap Kehidupan Dan Interaksi Sosial Masyarakat Indonesia. *Researchgate.Net*, (November), 0–13. Retrieved From https://www.researchgate.net/profile/Dana-Rabbani/publication/375525102_Pengaruh_Perkembangan_Teknologi_Terhadap_Kehidupan_Dan_Interaksi_Sosial_Masyarakat_Indonesia/links/654dcc8dce88b87031d8db65/Pengaruh-Perkembangan-Teknologi-Terhadap-Kehidupan-Dan-Inte

- Rakanda, D. R. (2020). Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Pembentukan Identitas Diri Generasi Z Atau Igeneration Di Desa Cawas. Universitas Pembangunan Nasional, 8(75), 147–154. Retrieved From <https://doi.org/10.1016/j.jnc.2020.125798><https://doi.org/10.1016/j.smr.2020.02.002><http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/810049><https://doi.wiley.com/10.1002/anie.197505391><http://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780857090409500205>
- Ramadhani, C., & Hadi, S. P. (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram Akun @Nazlaalifa Terhadap Gaya Hidup. *Inter Script: Journal Of Creative Communication* |, V(1), 38.
- Rohmiyati, Y. (2018). Analisis Penyebaran Informasi Pada Sosial Media. *Anuva*, 2(1), 29. <https://doi.org/10.14710/Anuva.2.1.29-42>
- Salim, H. (2019). *Penelitian Pendidikan: Metode, Pendekatan, Dan Jenis*. Kencana.
- Sari, A. K. (2014). Analisis Karakteristik Gaya Belajar Vak (Visual , Auditorial , Kinestetik) Mahasiswa Pendidikan. *Jurnal Ilmiah Edutic*, 1(1), 1–12.
- Shidqi, M. (2019). Pengaruh Tayangan Video Anti Narkoba Terhadap Sikap Remaja Pada Napza (Studi Eksperimen Pada Remaja Dusun Patran Kelurahan Sinduadin Kecamatan Mlati Kabupaten Sleman).
- Slamet, R. & H. A. . (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian Di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan Dan Eksperimen*. Yogyakarta: Deepublish.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif* (Alfabeta, Ed.). Bandung.
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Bandung: Pt Alfabeta.
- Suharyat, Y. (2009). Hubungan Antara Sikap, Minat Dan Perilaku Manusia. *Jurnal Region*, 1(3), 1–19.
- Sujarweni, V. W. (2020). *Metodologi Penelitian Lengkap, Praktis Dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Syaifullah, A., & Anggraini, R. (2022). Sikap Remaja Mengenai Berita Hoax Covid 19 Di Media Sosial. *Inter Script: Journal Of Creative Communication* |, 4(2), 47–67.
- Team Penulis. (2020). Video Vlogging; Manfaat Vlogging. In *Educause.Edu*. Retrieved From <https://www.educause.edu/focus-areas-and-initiatives/teaching-and-learning-program>
- Team. (2020). 100 Channel Terbaik Di Indonesia. Retrieved July 5, 2024, From *Socialblade.Com* Website: <https://socialblade.com/youtube/top/100/mostsubscribed>
- Yusuf, S. (2019). *Psikologi Perkembangan Anak Dan Remaja*. Bandung: Remaja Rosdakarya.