



## Hubungan terpaan informasi kanal Youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*

Anan Rafid Syihabuddin<sup>1</sup>, Agus Rusmana<sup>2</sup>, Samson CMS<sup>3</sup>

<sup>123</sup>Universitas Padjadjaran

<sup>1</sup>[anan17001@mail.unpad.ac.id](mailto:anan17001@mail.unpad.ac.id), <sup>2</sup>[a.rusmana@unpad.ac.id](mailto:a.rusmana@unpad.ac.id), <sup>3</sup>[samsonCMS@unpad.ac.id](mailto:samsonCMS@unpad.ac.id)

### Info Artikel :

Diterima :

25 November 2023

Disetujui :

5 Desember 2023

Dipublikasikan :

20 Desember 2023

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui adakah hubungan antara frekuensi, durasi, serta atensi penyampaian informasi dari kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi *viewers* dalam memilih gawai *smartphone*. Metode yang digunakan pada penelitian ini yakni metode kuantitatif dengan pendekatan analisis korelasi. Teori yang mendasari pada penelitian ini yakni teori terpaan informasi. Lalu teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan angket dan studi kepustakaan. Penyebaran angket dilakukan secara daring melalui *google form*. Adapun populasi dari penelitian ini adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang telah memenuhi ketentuan kriteria penelitian, yang mana diketahui populasi yang telah memenuhi kriteria berjumlah 122 orang dan yang menjadi responden dalam penelitian ini diambil sebagai sampel sebanyak 55 orang. Penelitian ini menemukan bahwa tidak ada hubungan signifikan antara terpaan informasi dari kanal YouTube “Gadgetin” dan pengetahuan *viewers* dalam memilih *smartphone*. Baik frekuensi maupun durasi terpaan informasi tidak menunjukkan korelasi yang kuat dengan tingkat pengetahuan *viewers*. Namun, terdapat hubungan yang lemah antara atensi terpaan informasi youtube channel “Gadgetin” dengan pengetahuan *viewers* dalam memilih gawai *smartphone*.

**Kata Kunci:** Terpaan Informasi, Media Informasi, Pengetahuan Informasi Teknologi, Gawai *Smartphone*

### ABSTRACT

*This study discusses the exposure to information on the YouTube channel "Gadgetin" with knowledge of technological information. The purpose of this study is to determine whether there is a relationship between the frequency, duration, and attention of information delivery from the YouTube channel "Gadgetin" and viewers' technological information knowledge in choosing a smartphone device. The method used in this study is a quantitative method with a correlation analysis approach. The theory underlying this study is the theory of information exposure. Then the data collection technique is carried out by distributing questionnaires and conducting literature studies. The distribution of questionnaires was carried out online via Google Form. The population of this study were students of the Faculty of Communication Sciences, Padjadjaran University, who had met the research criteria. It was known that the population that had met the criteria was 122 people, and the respondents in this study were taken as a sample of 55 people. This study found that there was no significant relationship between exposure to information from the YouTube channel "Gadgetin" and viewers' knowledge of choosing a smartphone. Both the frequency and duration of information exposure did not show a strong correlation with the level of viewers' knowledge. However, there is a weak relationship between the attention of exposure to information on the YouTube channel "Gadgetin" and viewers' knowledge in choosing a smartphone device.*

**Keywords:** *Information Exposure, Information Media, technology information knowledge, Smartphone Gadget*



©2022 Penulis. Diterbitkan oleh Arka Institute. Ini adalah artikel akses terbuka di bawah lisensi Creative Commons Attribution NonCommercial 4.0 International License. (<https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>)

## PENDAHULUAN

Perkembangan informasi dalam sejarah peradaban manusia tentunya memiliki keterkaitan dengan fase perkembangan ilmu pengetahuan. Kemajuan sebuah ilmu pengetahuan di era saat ini membuat peradaban manusia yang semakin modern yang dapat terlihat dari meningkatnya kebutuhan informasi. Di era modern sekarang, laju perkembangan informasi semakin mengalir deras kepada publik (Fikri, 2018). Hal ini disebabkan adanya proses globalisasi dan modernisasi pada teknologi komunikasi. Pada saat ini kebutuhan informasi sudah dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer, sehingga apabila telat mendapatkan informasi, maka dapat membuat seseorang merasa tertinggal. Pada saat ini sebuah informasi sudah dapat dikatakan sebagai kebutuhan primer, sehingga apabila telat mendapatkan informasi, maka dapat membuat seseorang merasa tertinggal (Hasibuan et al., 2022). Apalagi, internet saat ini sudah banyak bertransformasi menjadi sebuah jembatan yang luas bagi khalayak dalam peredaran berbagai macam jenis informasi.

*Smartphone* merupakan sebuah produk gawai elektronik yang saat ini banyak dibutuhkan oleh hampir semua kalangan masyarakat (Ikhsan et al., 2020). Perkembangan gawai *smartphone* di masa ini mengalami modernisasi yang sangat cepat. Kegunaan *smartphone* mengalami evolusi fungsi seiring berjalannya waktu, yang mana semakin dibutuhkan oleh semua pihak dalam memenuhi berbagai macam kebutuhan mereka (Caracol et al., 2019). Sama halnya dengan informasi yang berkaitan dengan perkembangan gawai elektronik, khususnya *smartphone*. Dahulu kala, ketika seseorang hendak membeli *smartphone* yang diinginkan, maka orang tersebut harus membeli majalah / tabloid / koran yang berisikan penjelasan tentang *smartphone* yang ingin dibeli (Khalis, 2018). Namun dengan kemudahan informasi serta akses internet saat ini, seseorang cukup membuka internet mereka, maka informasi tentang gawai *smartphone* yang dibutuhkan langsung dengan mudah tersedia.

Tidak dapat dipungkiri bahwasannya saat ini *smartphone* sudah menjadi kebutuhan primer dalam kehidupan di era modern saat ini (Ikhsan et al., 2020). Alasan utama seseorang harus memiliki pengetahuan terhadap gawai teknologi terutama *smartphone* yakni karena *smartphone* merupakan sebuah perangkat yang memiliki harga yang tidak murah untuk semua orang untuk membelinya dan tentu seseorang harus dengan cermat dan teliti menemukan informasi spesifikasi *smartphone* yang sesuai dengan kebutuhannya.

Kemajuan media persebaran informasi memberikan pengaruh yang cukup besar di berbagai sektor, salah satunya yaitu youtube. Dengan hadirnya platform tersebut yang sudah terhubung dengan internet, tentu membuat seseorang dengan mudah untuk memperoleh, mengumpulkan, dan menyimpan maupun menyebarkan berbagai jenis informasi sehingga menjadi platform terpopuler yang banyak digunakan oleh masyarakat (Arham, 2020). Ketertarikan seseorang yang tinggi terhadap media informasi membuat seseorang tersebut sangat rentan dengan terpaan informasi atau menerpa diri mereka kepada media informasi.

Youtube adalah satu dari sekian banyak produk modernisasi dari media informasi yang telah berevolusi dengan luas dapat hadir di masyarakat dengan keterlibatan dari internet yang lebih modern saat ini yang sudah maju saat ini. Sehingga youtube telah bertransformasi menjadi kebutuhan masyarakat mulai dari berbagai lapisan dan elemen (Nabila et al., 2020; Puspita Tutiasri et al., 2020). Youtube juga memiliki peran sebagai media yang digunakan dalam menyampaikan informasi pada khalayak umum. Para pengguna youtube dengan mudah dapat menonton, mengunggah maupun berbagi video, informasi atau pesan yang dikomunikasikan melalui video pun juga dapat tersampaikan dengan baik dan lebih mudah dipahami oleh para penontonnya (Angelina, 2021; Herdono & Arinda, 2019; Jati et al., 2022).

Terpaan informasi merupakan sebuah interaksi yang muncul ketika seseorang memperhatikan penggunaan media informasi (Ardianto, 2012). Hal ini dimaknai juga sebagai sebuah kondisi individu yang sedang menonton isi media informasi atau bagaimana sebuah isi media informasi memberikan terpaan kepada audiens. Apabila informasi tadi terus menerus menerpa audiens, maka pola pikir dan sikapnya akan mudah untuk terpengaruh. Terpaan informasi menurut Effendy (2019) dapat diukur dari tiga indikator yakni 1) frekuensi, seberapa sering seseorang diterpa informasi. 2) durasi, seberapa lama seseorang diterpa informasi. 3)atensi, seberapa perhatian seseorang diterpa informasi.

Objek terpaan informasi yang menjadi penelitian ini yakni kanal youtube “Gadgetin”, sebuah situs saluran video ternama yang menjadi salah satu dari sekian banyak platform media informasi internet yang sangat dominan dan selalu ditonton oleh masyarakat Indonesia saat ini. Saluran video ini membahas tentang perkembangan teknologi *smartphone* yang saat ini beredar di kehidupan masyarakat.

Berdasarkan pada penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Arta Laras Angelina (2021) dalam skripsinya pada tahun 2021, “Pengaruh Terpaan Konten Youtube Raditya Dika Terhadap Literasi Finansial Generasi Z Di Surabaya”, Tujuan penelitian ini mengkaji tentang pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya dan sejauh mana pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya. Penelitian tersebut menggunakan metode pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif dengan jumlah 194 responden. Berdasarkan penelitian tersebut, hasil menunjukkan bahwa terpaan konten Youtube Channel Raditya Dika memiliki pengaruh signifikansi hubungan sedang dengan literasi finansial generasi Z di Surabaya. Adapun penelitian yang dilakukan oleh Herdono & Arinda (2019) yang meneliti mengenai pengaruh tayangan Youtube “londokampung” terhadap tingkat pengetahuan bahasa Suroboyoan. Dalam penelitian tersebut dinyatakan adanya hubungan yang signifikan antara pengaruh menonton tayangan Youtube “londokampung” dengan tingkat pengetahuan bahasa Suroboyoan.

Berdasarkan penjelasan di atas, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana hubungan antara terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan kemampuan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone* menggunakan teori. Adapun kebaruan pada penelitian ini yakni pada perbedaan tema penelitian yang mengangkat topik pada hubungan pengetahuan seseorang ketika diterpa oleh terpaan media informasi dari internet, khususnya dari youtube. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan kontribusi pada pengembangan pengetahuan informasi serta menjadi referensi sebagai pengembangan penerapan perpustakaan dan sains informasi khususnya pada bidang terpaan media informasi.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini bermaksud untuk mencari sejauh mana variasi dari sebuah faktor yang mempunyai korelasi bersama satu macam variasi atau lebih faktor penentu lainnya yang mengacu terhadap koefisien korelasi. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan analisis korelasi. Menurut Sugiyono (2019) metode ini dipakai untuk melihat hubungan-hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas. Hal ini bertujuan agar mengukur sejauh mana variasi dari satu faktor memiliki keterkaitan dengan variasi pada faktor lain.

Populasi pada penelitian ini yakni mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang mengetahui serta menonton kanal youtube “Gadgetin”. Adapun peneliti sudah menyebar angket terlebih dahulu guna menjangkau jumlah populasi sampling yang didapatkan. Sehingga peneliti mampu mendapatkan populasi sebanyak 122 orang dalam penelitian ini. Teknik analisis data yang digunakan pada penelitian kuantitatif ini yakni statistik deskriptif serta inferensial. Berikut penjelasan dari teknik tersebut:

### 1. Statistik Deskriptif

Merupakan teknik analisis data secara deskripsi atau dengan memberikan gambaran deskripsi dari data penelitian yang telah diambil. Teknik statistik ini bersifat mendeskripsikan data sampel. Dengan adanya analisis ini, maka tingkat kecenderungan jawaban dari sampel terhadap variabel penelitian dapat dilihat melalui variabel jawaban pada pernyataan

### 2. Statistik Inferensial

Merupakan teknik analisis data yang digunakan untuk mengkaji data sampel penelitian dan hasil olah data tersebut dipakai sebagai sampel. Teknik analisis ini menggunakan korelasi Rank Spearman yang mana metode tersebut digunakan mengetahui hubungan antara variabel penelitian yang dipakai. Adapun besar koefisien korelasi yakni pada rentang  $-1 < r < 1$ . Pada rentang tersebut dimaknai bahwa  $r = -1$  menandakan korelasi negatif,  $r = 0$  menandakan tidak ada korelasi,  $r = 1$  menandakan korelasi positif.

Data penelitian ini terdiri dari 16 pertanyaan variabel independent dan 14 pertanyaan variabel dependent. Skala likert digunakan dalam data penelitian ini yang mana menghasilkan data ordinal. Berikut penjabaran tiap kategori dari skala likert yang digunakan yakni: sangat setuju (SS) bernilai skor 5; setuju (S) bernilai skor 4; netral (N) bernilai skor 3; tidak setuju (TS) bernilai skor 2; sangat tidak setuju (STS) bernilai skor 1. Uji reliabilitas angket menggunakan koefisien *Alpha Cronbranch* dengan ketentuan jika nilai  $(\alpha) > 0,6$  maka suatu variabel dinyatakan reliabel. Uji validitas menggunakan *SPSS 23 for windows* dengan perhitungan korelasi memakai *Rank Spearman* dengan ketentuan menggunakan uji dua sisi yakni bila nilai signifikansi  $< 0,05$ , maka terdapat korelasi. Namun bila nilai signifikansi  $>$

0,05, maka tak ada korelasi. Untuk mengetahui hubungan antara variabel X dengan variabel Y, maka dilakukanlah perhitungan analisis korelasi dengan rumusan hipotesis sebagai berikut:

**Tabel 1. Rumusan Hipotesis**

No	Variabel	Hipotesis
1	X1 – Y	H <sub>0</sub> : Tidak ada hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i> H <sub>1</sub> : Terdapat hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i>
2	X2 – Y	H <sub>0</sub> : Tidak ada hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i> H <sub>1</sub> : Terdapat hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i>
3	X3 – Y	H <sub>0</sub> : Tidak ada hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i> H <sub>1</sub> : Terdapat hubungan terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai <i>smartphone</i>

Dari rumusan hipotesis tabel 1 di atas, maka dilakukanlah analisis statistik inferensial data penelitian untuk mencari tahu hubungan antara variabel X dan variabel Y dengan taraf signifikansi ( $\alpha$ ) yang dipakai pada pengujian ini yakni sebesar 0,05 dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut: (1) Bila nilai signifikansi < 0,05, maka terdapat korelasi. (2) Bila nilai signifikansi > 0,05, maka tak ada korelasi.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan data sampel responden yang didapatkan berjumlah 55 orang, yang mana responden tersebut adalah mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran yang menonton kanal youtube “Gadgetin”. Sebagian dominan hasil data responden merupakan mahasiswa Program Studi Perpustakaan Dan Sains Informasi sebanyak 23 orang dengan persentase sekitar 41,8%. Lalu sebgaiian besar hasil data responden merupakan mahasiswa angkatan 2021 sebanyak 15 orang dengan persentase sekitar 27,3%. Dan mayoritas responden menggunakan *smartphone* sebagai gawai mereka untuk menonton youtube sebanyak 37 orang dengan persentase sekitar 67,3 %.

**Tabel 2. Hubungan Frekuensi Terpaan Informasi Kanal Youtube Gadgetin (X1) Dengan Pengetahuan Informasi Teknologi (Y)**

Correlations Test X1 – Y		X1	Y
Spearman's rho	X1	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.049
		N	55
	Y	Correlation Coefficient	.049
		Sig. (2-tailed)	.724
		N	55

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 2 di atas, maka diambil keputusan bahwa tidak terdapat korelasi pada faktor frekuensi terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*. Dari hal ini dapat diartikan bahwa frekuensi atau keseringan dalam menonton konten video gadgetin tidak memiliki korelasi terhadap meningkatnya tingkat pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*.

Frekuensi dalam terpaan ini berarti seberapa sering seseorang dalam menggunakan media tersebut serta seseorang mampu dalam menentukan kadar kedalaman informasi yang diterima (Ardianto, 2012). Dalam temuan ini frekuensi responden dalam menonton konten kanal youtube gadgetin sebanyak kurang dari 4 kali dalam seminggu terakhir. Hal ini sesuai dengan beberapa pertanyaan yang ditemukan peneliti bahwa responden jarang menonton video youtube gadgetin kurang dari 2 kali sehari. Hal tersebut dikarenakan konten dari kanal youtube gadgetin tidak memiliki jadwal yang pasti dalam menayangkan konten videonya, sehingga berdampak pada hubungan yang rendah antara frekuensi menonton youtube gadgetin dengan pengetahuan informasi teknologi.

**Tabel 3. Hubungan Durasi Terpaan Informasi Kanal Youtube Gadgetin (X2) Dengan Pengetahuan Informasi Teknologi (Y)**

Correlations Test X2 – Y			X2	Y
Spearman's rho	X2	Correlation Coefficient	1.000	.014
		Sig. (2-tailed)	.	.919
		N	55	55
	Y	Correlation Coefficient	.014	1.000
		Sig. (2-tailed)	.919	.
		N	55	55

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 3 di atas, maka diambil keputusan bahwa Tidak terdapat korelasi pada faktor durasi terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*. Hal ini menjelaskan durasi atau lamanya seseorang yang menonton konten video “Gadgetin” tidak memiliki pengaruh terhadap meningkatnya tingkat pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*.

Durasi bermaksud untuk mengetahui seberapa lama seseorang dalam menonton video dalam suatu media informasi. Durasi juga dapat menghitung seberapa lama individu tersebut mengikuti perkembangan informasi media untuk berbagai jenis kebutuhan akan informasi (Ardianto, 2012). Dalam penelitian ini, durasi diukur dari seberapa lama responden menonton konten kanal youtube gadgetin. Maka berdasarkan hasil penelitian yang sudah diperoleh, beberapa responden yang menonton konten video gadgetin secara seksama hingga selesai, yang berarti tidak melewatkan begitu saja dan memberikan waktu yang sebentar selama menonton kanal youtube gadgetin, dikarenakan rata-rata durasi konten video gadgetin yang pendek berkisar antara 10 - 15 menit. Dengan penjelasan tersebut, maka nilai hubungan antara durasi menonton kanal youtube gadgetin dengan pengetahuan informasi teknologi yakni rendah.

**Tabel 4. Hubungan Atensi Terpaan Informasi Kanal Youtube Gadgetin (X3) Dengan Pengetahuan Informasi Teknologi (Y)**

Correlations Test X3 – Y			X3	Y
Spearman's rho	X3	Correlation Coefficient	1.000	.288*
		Sig. (2-tailed)	.	.033
		N	55	55
	Y	Correlation Coefficient	.288*	1.000
		Sig. (2-tailed)	.033	.
		N	55	55

Berdasarkan hasil uji korelasi pada tabel 4 di atas, maka diambil keputusan bahwa Terdapat pengaruh positif pada faktor atensi terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*. Dapat disimpulkan bahwa daya tarik atau atensi penonton selama menonton konten video youtube “Gadgetin” memiliki korelasi terhadap meningkatnya tingkat pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone*. Dikarenakan ketertarikan terhadap suatu informasi terutama informasi tentang teknologi *smartphone* akan menimbulkan keinginan responden untuk mencari informasi lebih lanjut tentang perkembangan teknologi dari gawai *smartphone*.

Temuan dalam penelitian ini, atensi dari terpaan informasi kanal youtube gadgetin lebih dititik beratkan pada perhatian seseorang dalam menonton kanal youtube gadgetin. Atensi dalam terpaan informasi merupakan seberapa jauh seseorang memahami informasi dan seberapa lama seseorang memperhatikan informasi tersebut (Yazon et al., 2019). Dari hasil penelitian ini, mayoritas responden menjawab bahwa mereka setuju bahwa informasi dari konten video kanal youtube gadgetin sangat menarik perhatian mereka dan beberapa juga menyimak dengan seksama serta mencatat beberapa hal penting di dalamnya. Responden juga tertarik untuk mencari informasi lebih lanjut mengenai hal yang bersangkutan dengan konten video gadgetin yang ditontonnya. Artinya responden memahami isi pesan dan berkeinginan untuk menggali lebih dalam informasi yang telah mereka terima.

## KESIMPULAN

Berdasarkan hasil uji penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa tidak terdapat hubungan antara terpaan informasi kanal youtube “Gadgetin” dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih *smartphone*, dan menambah wawasan mengenai gawai elektronik *smartphone* yang beredar saat ini. Dari kesimpulan tersebut, maka dapat dijelaskan beberapa saran yakni meskipun konten dari kanal youtube “Gadgetin” menjadi konten edukatif yang mampu menambahkan wawasan terkait pengetahuan informasi teknologi, diharapkan penonton agar tetap terus menambah wawasan pengetahuan terkait teknologi dengan kanal youtube sejenis lainnya. Dan bagi “Gadgetin”, walaupun taraf hubungan terpaan informasi youtube kanal youtubanya dengan pengetahuan informasi teknologi dalam memilih gawai *smartphone* sangat rendah, namun “Gadgetin” dapat menambahkan beberapa konten video yang bertemakan edukasi kepada penontonnya terkait penjelasan setiap istilah dalam komponen perangkat *smartphone* yang masih sulit dimengerti, yang nantinya akan berdampak pada peningkatan literasi informasi teknologi para penonton dan sering mengupload video konten - konten video yang sudah bagus sebelumnya secara konsisten.

## DAFTAR PUSTAKA

- Angelina, A. L. (2021). *Pengaruh terpaan konten Youtube Raditya Dika terhadap literasi finansial generasi Z di Surabaya (Thesis)*. UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Ardianto, E. (2012). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Refika Aditama.
- Arham, M. (2020). Efektivitas penggunaan youtube sebagai media pembelajaran. *Academia Education*, 1(1), 1–13.
- Caracol, J. H. V., Alturas, B., & Martins, A. (2019). A society ruled by the impact of the smartphone: Influence that the use of the smartphone has in people’s daily lives. *2019 14th Iberian Conference on Information Systems and Technologies (CISTI)*, 1–6. <https://doi.org/10.23919/CISTI.2019.8760845>
- Effendy, O. U. (2019). *Ilmu komunikasi teori dan praktek*. Remaja Rosdakarya.
- Fikri, M. (2018). *Sejarah media: Transformasi, pemanfaatan, dan tantangan*. Universitas Brawijaya Press.
- Hasibuan, D. R. A., Kartini, K., Angginami, H., Ritonga, I. H., & Al-Rasyid, R. (2022). Pemanfaatan media sosial Youtube sebagai media edukasi di kalangan milenial. *Sci-Tech Journal*, 2(2), 142–147. <https://doi.org/10.56709/stj.v2i2.72>

- 
- Herdono, I., & Arinda. (2019). Pengaruh terpaan tayangan Youtube “Londokampung” terhadap tingkat pengetahuan bahasa Suroboyoan pada Subscribers di Surabaya. *Jurnal Spektrum Komunikasi*, 7(1), 93–101. <https://doi.org/10.37826/spektrum.v7i1.31>
- Ikhsan, R. A., HS, R., & Dakwah, M. M. (2020). Pengaruh youtuber gadget review, word of mouth, dan product features terhadap minat membeli produk smartphone merk Samsung di Indonesia. *JMM UNRAM - Master of Management Journal*, 9(4), 389–403. <https://doi.org/10.29303/jmm.v9i4.622>
- Jati, N. P., Abidin, Z., & Oxcygentri, M. (2022). Pengaruh sosial media Youtube terhadap perilaku literasi siswa SMA Utama. *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(1), 67–75.
- Khalis, M. H. D. (2018). *Hubungan terpaan informasi dengan literasi media (Thesis)*. Universitas Padjadjaran.
- Nabila, D., Elvaretta, O., Zahira, G., & Syarief, D. M. (2020). *Peradaban media sosial di era industri 4.0*. PT. Citra Intrans Selaras.
- Puspita Tutiasri, R., Kurniawan Laminto, N., & Nazri, K. (2020). Pemanfaatan Youtube sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa di tengah pandemi Covid-19. *Jurnal Komunikasi, Masyarakat Dan Keamanan*, 2(2), 1–15. <https://doi.org/10.31599/komaskam.v2i2.3220>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D (Pertama)*. Bandung: CV Alfabeta.
- Yazon, A. D., Ang-Manaig, K., Buama, C. A. C., & Tesoro, J. F. B. (2019). Digital literacy, digital competence and research productivity of educators. *Universal Journal of Educational Research*, 7(8), 1734–1743.