

## ***THE BENEFITS OF YOUTUBE IN AGRICULTURAL EDUCATION: WHAT DO STUDENTS THINK?***

## **MANFAAT YOUTUBE DALAM PENDIDIKAN PERTANIAN: APA PENDAPAT MAHASISWA?**

**Sabaruddin<sup>1</sup>, Nahdiana<sup>2\*</sup>, Andriansyah<sup>2</sup>**

<sup>1</sup>Politeknik Pertanian Negeri Pangkep

<sup>2</sup>Universitas Islam Makassar

\*nahdiana.dty@uim-makassar.ac.id

---

### **Article Informations**

*Keywords:*  
*Perception,*  
*Students,*  
*Benefits,*  
*YouTube,*  
*Agriculture Education.*

---

### **ABSTRACT**

*This research aims to describe the perceptions of students majoring in Agricultural Production Technology at Pangkep State Agricultural Polytechnic in utilizing YouTube as a learning resource and the effects resulting from accessing YouTube media. This type of research is qualitative descriptive and uses observation, interviews, and documentation of students as research informants representing four study programs, namely Plantation Crop Cultivation, Coffee Production and Processing, Food Crop Production Technology, and Horticultural Plant Production Technology. The research results show diverse student perceptions categorized as positive and negative perceptions. Students positively assess YouTube video content as a learning resource because it is informative and effective for acquiring knowledge and insights in the field of agriculture. YouTube is also considered an inspirational medium as students can channel their ideas and creativity as content creators and as a source of business learning for financial gain. Students also view YouTube negatively because it can disseminate information that is hoaxes and cannot be scientifically proven for its accuracy. The effects of YouTube as a learning resource for students include knowledge and insight (cognitive effects), changes in attitude (affective effects), and activities or actions (conative/behavioral effects).*

---

### **Informasi Artikel**

**Kata Kunci:**  
Persepsi,  
Mahasiswa,  
Manfaat,  
Youtube,  
Pendidikan Pertanian

---

### **ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan persepsi mahasiswa jurusan Teknologi Produksi Pertanian Politeknik Pertanian Negeri Pangkep dalam memanfaatkan media Youtube sebagai sumber belajar dan efek yang ditimbulkan setelah mengakses media Youtube. Jenis penelitian ini adalah kualitatif deskriptif dan menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi terhadap mahasiswa sebagai informan penelitian yang mewakili empat program studi yaitu Budidaya Tanaman Perkebunan, Produksi dan Pengolahan Kopi, Teknologi Produksi Tanaman Pangan dan Teknologi Produksi Tanaman Hortikultura. Hasil penelitian menunjukkan beragam persepsi yang dikategorikan atas persepsi positif dan negatif. Mahasiswa menilai konten video Youtube sebagai sumber belajar secara positif karena bersifat informatif dan efektif terutama mendapatkan informasi berupa pengetahuan dan wawasan dalam bidang pertanian. Youtube juga dianggap sebagai media yang bersifat inspiratif karena mahasiswa dapat menyalurkan ide dan kreativitas sebagai konten kreator dan sebagai sumber belajar berbisnis untuk mendapatkan keuntungan finansial. Mahasiswa juga menilai Youtube secara negatif karena dapat menjadi media yang menyebarkan informasi yang bersifat hoax dan tidak dapat dibuktikan kebenarannya secara ilmiah. Efek yang ditimbulkan oleh Youtube sebagai sumber belajar mahasiswa berupa informasi pengetahuan dan wawasan (efek kognitif), adanya perubahan sikap (efek afektif) dan adanya kegiatan atau tindakan (efek konatif/behavioral).

Submisi 16/11/2023  
Diterima 25/11/2023  
Dipublikasikan 25/12/2023

DOI <https://doi.org/10.22487/ejk.v10i3.1080>

## PENDAHULUAN

Kebutuhan masyarakat akan informasi semakin tinggi di era globalisasi saat ini. Kebutuhan informasi tersebut dapat dipenuhi baik melalui media cetak maupun media *online*. Informasi tersebut dapat diakses oleh masyarakat secara cepat dan mudah (Nahdiana et al., 2022). Informasi yang diterima oleh masyarakat tidak terlepas dari peran perkembangan media dalam menyebarkan informasi. Perkembangan teknologi telah melahirkan sebuah media komunikasi dan informasi pembaruan atau *new media* yang saat ini juga sangat diminati masyarakat yaitu kanal Youtube (Ali & Andriansyah, 2023; Fauzan, 2019; Yusuf AR & Syam, 2022). Youtube telah berhasil menarik banyak minat pemirsanya di seluruh dunia. *Youtube* merupakan salah satu media massa yang berbasis *web* untuk berbagi video. Youtube semakin diminati karena konten-kontennya yang fleksibel, mudah diakses di mana dan kapan saja bahkan Youtube dimanfaatkan sebagai salah satu media untuk meningkatkan pendapatan secara ekonomi dengan membuat konten-konten yang menarik bagi pemirsanya (Jamil Reza, 2021; Setiadi et al., 2019).

Masyarakat Indonesia secara umum beranggapan bahwa video-video Youtube cukup berkualitas dan menarik untuk ditonton. Masyarakat mencari dan biasanya memilih konten video perorangan sebagai sumber hiburan dan pengetahuan umum yang sedang viral. Saat ini, Youtube mengalami perubahan yang sangat mencolok karena segmennya mencakup semua aspek hidup. Konten-konten videonya tidak hanya hiburan semata tetapi konten video berisi pengetahuan dan tutorial juga semakin diminati masyarakat, seperti konten video pertanian dan perikanan, bahkan Youtube telah menjadi tempat yang populer bagi banyak pelaku bisnis untuk mempromosikan bisnis mereka dan berbagi pengetahuan dan pengalaman mereka. Banyak mahasiswa memiliki minat dalam berwirausaha setelah lulus dari perguruan tinggi setelah menonton konten-konten video di Youtube (Arisena, 2023).

Selain sebagai layanan video, Youtube juga dapat digunakan sebagai sumber belajar bagi mahasiswa. Sumber belajar merupakan suatu sistem yang terdiri dari sekumpulan bahan atau situasi yang diciptakan dengan sengaja dan dibuat agar memungkinkan peserta didik belajar secara individual (Setiadi et al., 2019). Sumber belajar akan membantu mahasiswa untuk dapat memahami materi yang diberikan oleh dosen di kelas. Selain itu, sumber belajar juga dapat melengkapi dan meningkatkan informasi keilmuan seorang mahasiswa. Mahasiswa juga telah menjadikan kepemilikan dan penguasaan teknologi informasi sebagai gaya hidup yang sangat dibutuhkan saat ini. Proses pembelajaran dengan menggunakan media teknologi informasi dan komunikasi ini menjadikan mahasiswa lebih mandiri, kritis dan kolaboratif dalam pemecahan masalah yang ada. Pemanfaatan teknologi informasi seperti Youtube yang melibatkan segala proses kehidupan dapat meningkatkan minat dalam proses belajar mengajar (Irwan et al., 2019). Youtube dapat menjadi sumber belajar bagi mahasiswa yang kreatif karena informasi dan tayangan konten Youtube akan memberikan paradigma baru sebagai salah satu alternatif sumber belajar di luar kelas (Tutiasri et al., 2020).

Sebelumnya, telah ada beberapa penelitian yang berkaitan dengan pemanfaatan Youtube sebagai sumber belajar bagi mahasiswa, penelitian pertama yang dibahas ini adalah penelitian tentang pemanfaatan Youtube sebagai sumber belajar generasi milenial. Penelitian ini dilaksanakan terhadap mahasiswa pada mata kuliah rumpun politik kewarganegaraan. Hasil penelitian menemukan bahwa Youtube sebagai sumber belajar mampu memberikan efek yang cukup berpengaruh terhadap mahasiswa yang memanfaatkannya sebagai sumber belajar rumpun politik kewarganegaraan. Efek ini bisa menjadi positif atau pun negatif bagi penggunaannya (Setiadi et al., 2019).

Penelitian selanjutnya mendeskripsikan persepsi mahasiswa terhadap media Youtube sebagai media konten kreatif. Penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan tipe deskriptif. Hasil penelitian menemukan bahwa mahasiswa mempunyai persepsi positif dan negatif terhadap Youtube yaitu persepsi positif ; Youtube bersifat informatif sebagai sumber pengetahuan, juga sarana hiburan dan penyalur kreativitas mahasiswa serta sebagai sumber mata pencaharian. Persepsi negatif ; Youtube dapat menjadi media penyebaran aib, tontonan yang cenderung merugikan orang lain, memanfaatkan kekurangan orang lain sebagai objek canda dan konten sensasional. Penelitian ini juga menemukan bahwa efek terhadap mahasiswa berupa pengetahuan, efek perubahan sikap, serta , serta efek perilaku (Jamil Reza, 2021). Berdasarkan hasil penelitian tersebut, kita mengetahui bahwa persepsi mahasiswa terhadap konten video Youtube dapat berupa positif dan negatif serta dapat menimbulkan efek yang berpengaruh kepada penggunaannya. ini Sesuai dengan hasil penelitian yang menyatakan bahwa sebagai sumber berbagai informasi, konten atau tayangan video, Youtube akan memberikan pengaruh berupa persepsi, sikap dan perilaku dari para pemirsanya (Arisena, 2023).

Dari uraian di atas, maka menarik untuk membahas penelitian tentang persepsi mahasiswa dan akan berfokus pada konten Youtube rumpun ilmu pertanian dan bagaimana efek yang ditimbulkannya terhadap mahasiswa. Penelitian ini akan menggunakan gabungan teori persepsi dari Irwanto (2002) yang menyatakan bahwa persepsi terbagi atas dua yaitu persepsi positif yang menggambarkan persepsi individu terhadap pengetahuan dan tanggapan individu akan dilanjutkan dengan manfaat yang diperoleh dari pengetahuan tersebut. Persepsi kedua adalah persepsi negatif yang menggambarkan pengetahuan dan tanggapan yang dianggap tidak sesuai dengan obyek yang dipersepsikan. Selain itu, penelitian ini juga membahas efek yang ditimbulkan oleh persepsi mahasiswa dengan teori dari Walgito (2015) yang membagi efek persepsi dari segi kognitif, afektif, dan konatif. Subyek penelitian adalah mahasiswa di Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan dari empat program studi yaitu Budidaya Tanaman Perkebunan, Produksi dan Pengolahan Kopi, Teknologi Produksi Tanaman Pangan dan Teknologi Produksi Tanaman Hortikultura yang telah dipilih sebagai informan yang aktif memanfaatkan konten video *Youtube*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### Persepsi

Persepsi adalah tanggapan atau penerimaan langsung dari seseorang (Rakhmat, 2004). Persepsi merupakan pengalaman tentang obyek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi memberikan makna pada rangsangan pancaindra (*sensory stimuli*). Sedangkan menurut (Sumanto, 2014) persepsi didefinisikan sebagai pemaknaan/arti terhadap informasi (energi/stimulus) yang masuk ke dalam kognisi manusia. Persepsi berhubungan dengan pengalaman masa lalu disertai dengan rangsangan atau stimulus yang diterima melalui pancaindra seperti penglihatan, pendengaran, penciuman dan perasa. Persepsi adalah inti komunikasi yang meliputi pengindraan (sensasi) melalui alat-alat indra kita (indra penglihat, indra peraba, indra pencium, indra pengecap, dan indra pendengar), atensi, dan interpretasi. Sensasi merujuk pada pesan yang dikirimkan ke otak lewat pancaindra, atensi merujuk pada perhatian terhadap rangsangan yang dihantarkan oleh pancaindra, sementara interpretasi adalah proses pemaknaan terhadap rangsangan (Mulyana & Phd, 2022).

Dari berbagai teori tentang persepsi tersebut dapat dikatakan bahwa persepsi adalah sebuah proses yang dimulai dengan penerimaan informasi berupa rangsangan dari dalam individu maupun lingkungan, dilanjutkan dengan perhatian terhadap informasi tersebut dan diakhiri dengan penafsiran informasi atau interpretasi. Dengan kata lain, proses persepsi dimulai dengan melakukan seleksi, interpretasi dan pembulatan terhadap informasi yang sampai dalam memberikan kesan, penilaian, pendapat, merasakan dan menginterpretasikan sesuatu berdasarkan informasi yang ditampilkan dari sumber lain. Apabila seluruh proses dilalui dengan baik tanpa ada halangan, akan menjadi sebuah persepsi yang sempurna.

Dari tahapan di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi merupakan proses aktif untuk memberikan tanggapan terhadap stimulus-stimulus yang muncul dan bukan hanya stimulus yang mengenai dirinya tetapi juga berhubungan dengan pengalaman masa lalu, motivasi serta sikap dalam menanggapi stimulus yang ada.

Hasil persepsi individu dibagi menjadi dua bagian setelah individu tersebut berinteraksi dengan objek yang dipersepsikan. Pertama adalah persepsi positif yang menggambarkan segala bentuk pengetahuan dan tanggapan yang dilanjutkan dengan upaya pemanfaatannya. Kedua adalah persepsi negatif yang menggambarkan semua pengetahuan dan tanggapan yang dianggap tidak sesuai dengan objek yang dipersepsikan. Munculnya persepsi positif atau negatif tergantung pada bagaimana individu menggambarkan semua pengetahuan tentang objek yang dirasakan (Bimo Walgito, 2004).

Dari kedua pengertian tersebut dapat dikatakan bahwa individu akan dipengaruhi baik persepsi positif maupun persepsi negatif dalam melakukan tindakan. Pengetahuan yang digambarkan oleh masing-masing individu tentang obyek yang dirasakan akan memunculkan persepsi baik positif maupun negatif.

Terdapat tiga dimensi efek persepsi yaitu : efek kognitif, efek afektif, dan efek konatif (behavior). 1) Efek kognitif adalah hasil yang mencuat pada diri komunikan yang bersifat informatif bagi dirinya. 2) Efek Afektif: efek ini lebih tinggi daripada efek kognitif. Efek afektif adalah hasil yang muncul pada diri individu yang berhubungan dengan emosi, perasaan dan attitude (sikap) yang dapat menghasilkan sikap untuk setuju, senang, bahagia atau sebaliknya rasa tidak suka, rasa tidak bahagia atau rasa benci 3). Efek konatif atau behavioral berhubungan dengan niat untuk melakukan sesuatu menurut cara tertentu dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan. Efek ini mengacu pada tindakan atau perilaku nyata dan dapat dipahami (Bimo Walgito, 2004).

Menurut Bimo Walgito, persepsi individu tidak muncul begitu saja tetapi ada faktor-faktor yang mempengaruhinya. Faktor-faktor tersebut adalah :

- 1) Faktor fungsional; Faktor ini berhubungan dalam diri individu atau bersifat personal seperti usia, jenis kelamin, kepribadian, kebutuhan, pengalaman masa lalu, pendidikan, pekerjaan dan lain-lain. Faktor fungsional ini disebut sebagai kerangka rujukan. Kerangka rujukan dalam Ilmu Komunikasi akan mempengaruhi bagaimana orang memberikan makna pada pesan yang diterimanya. Dari penjelasan ini dapat disimpulkan bahwa dari faktor fungsional, persepsi ditentukan oleh karakteristik individu terhadap stimulus yang diterimanya dan bukan ditentukan oleh jenis atau bentuk stimulus itu.
- 2) Faktor Personal: Yang dimaksud dengan faktor personal adalah pengalaman dan konsep diri masing-masing individu. Faktor ini dapat mempengaruhi persepsi individu terhadap diri kita atau pun sebaliknya. Faktor personal ini mempunyai pengaruh yang besar dalam persepsi khususnya dalam komunikasi dan hubungan

antar pribadi (*interpersonal*). Beberapa faktor personal terdiri atas pengalaman yang dapat mempengaruhi kecermatan persepsi, motivasi, dan kepribadian.

- 3) Faktor Situasional: Dalam buku Psikologi Komunikasi karangan Jalaludin Rakhmat (2019), menerangkan persepsi muncul berdasarkan situasi yang sedang terjadi. Kata yang disebutkan pertama akan mengarahkan penilaian selanjutnya, atau bagaimana kata sifat mempengaruhi penilaian terhadap seseorang. Sebagai contoh, persepsi akan muncul saat seseorang mengatakan kata cerdas dan rajin. Persepsi yang akan muncul pertama kali dalam benak kita adalah orang tersebut pasti seorang yang gemar belajar dan membaca begitu pula sebaliknya.
- 4) Faktor Struktural: Faktor struktural berasal dari sifat stimulus fisik dan efek-efek saraf yang ditimbulkannya pada sistem saraf individu. Yang termasuk dalam faktor struktural adalah faktor di luar individu, seperti lingkungan, budaya, dan norma sosial yang sangat berpengaruh terhadap individu dalam memberikan persepsi terhadap sesuatu (Bimo Walgito, 2004).

Persepsi pada dasarnya merupakan suatu proses yang terjadi dalam pengamatan seseorang terhadap orang lain atau suatu objek. Pemahaman terhadap suatu informasi yang disampaikan oleh orang lain yang sedang saling berkomunikasi, berhubungan atau bekerja sama, jadi setiap orang tidak terlepas dari proses persepsi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, tidak mungkin kita berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain. Semakin tinggi derajat kesamaan persepsi antar individu, semakin mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas (Yoedo Shambodo, 2020).

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa persepsi selain terjadi karena stimulus dari lingkungan eksternal yang ditangkap oleh individu, juga dipengaruhi oleh kemampuan individu dalam menerjemahkan atau menginterpretasi rangsangan tersebut menjadi sebuah informasi yang tersimpan menjadi memori atau pengalaman masa lalu. Oleh karenanya, setiap individu akan membentuk persepsi yang berbeda-beda.

## Youtube

*YouTube* merupakan sebuah platform media sosial yang terhubung dengan jaringan online berbagai macam video yang tersimpan secara online dalam bentuk platform *Youtube* sehingga setiap orang dapat menonton dan mengakses video tersebut kapan pun dan di mana pun selama terhubung dengan akses internet. Dalam *Youtube* semua orang juga dapat mengunggah videonya secara gratis hanya dengan memiliki akun *google* sebagai akun *Youtube* pribadinya (Tutiasri et al., 2020).

*Youtube* merupakan situs *web* video *sharing* yang didirikan pada Februari 2015 oleh tiga orang bekas karyawan *PayPal* yaitu Chad Hurley, Steve Chen dan Jawed Karim (Julianingsih & Widayanti, 2021). Berdasarkan laporan *We Are Social* dan *Hootsuite* ([databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)), pengguna *Youtube* di seluruh dunia pada Januari 2023 sebanyak 2,51 miliar. Indonesia menjadi pengguna *Youtube* terbanyak keempat setelah India, Amerika, dan Brasil yaitu sebanyak 139 juta pengguna, artinya jangkauan video-video yang ditayangkan *Youtube* mencakup hampir 50% jumlah penduduk Indonesia. Selain itu, hasil studi juga menunjukkan bahwa pengguna internet dan media sosial *Youtube* didominasi oleh usia produktif yaitu di antara 19-34 tahun. Hal ini sangat berkaitan dengan mahasiswa karena dominasi rentang umur mahasiswa berada di usia produktif, serta selalu dekat dengan media sosial, internet dan sebagainya. (Hermawan,

2022). *Youtube* merupakan situs untuk menonton dan berbagi video yang menyediakan berbagai macam video mulai dari video klip sampai film, serta video-video yang dibuat oleh pengguna *Youtube* sendiri secara gratis. Hal inilah yang membuat *Youtube* semakin diminati oleh masyarakat tidak hanya oleh anak-anak dan remaja, kalangan dewasa dan orang tua juga menjadi pengguna *Youtube*.

### Sumber Belajar

Sumber belajar adalah semua sarana pengajaran yang menyajikan pesan secara edukatif baik visual saja maupun audiovisual. Sumber belajar juga diartikan segala sesuatu yang ada di sekitar lingkungan kegiatan belajar yang secara fungsional dapat digunakan untuk membantu optimalisasi hasil belajar. Optimasi hasil belajar ini dapat dilihat tidak hanya dari hasil belajar namun juga dilihat dari proses berupa interaksi antara peserta didik (siswa atau mahasiswa) dengan berbagai macam sumber yang dapat merangsang peserta didik untuk belajar dan mempercepat pemahaman dan penguasaan bidang ilmu yang dipelajarinya (Sumanta, Suryawan Bagus Handoko, 2022).

Sumber belajar adalah segala sesuatu yang dapat dipergunakan sebagai tempat dimana bahan pengajaran terdapat atau asal untuk belajar seseorang. Dengan kata lain, segala sesuatu, baik yang sengaja dirancang (*by design*) maupun yang telah tersedia (*by utilization*) yang dapat dimanfaatkan baik secara sendiri-sendiri maupun bersama-sama untuk membuat atau membantu peserta didik belajar (Jailani, 2017). Sumber belajar adalah yang meliputi data, orang dan barang yang digunakan oleh peserta didik baik secara sendiri maupun dalam bentuk kelompok (Sidiq & Rif, 2022). Sumber belajar dapat mengembangkan berbagai potensi yang beragam dan bervariasi, seperti: kemampuan, sikap dan minat yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhannya. Sumber belajar yang dapat di pergunakan dalam meningkatkan pemahaman peserta didik, dapat berupa :pesan, manusia, material, peralatan, teknik, lingkungan, bahan, atau peristiwa (Suhirman, 2018).

Dari berbagai pendapat tentang sumber belajar tersebut, dapat dikatakan bahwa sumber belajar memfasilitasi proses pembelajaran dan dapat memberikan masukan, informasi, pengertian serta kemudahan kepada peserta didik sehingga dapat memberikan pengalaman baru yang lebih kongkret dan langsung dalam menjelaskan hal-hal yang tidak mungkin diadakan, dan memperluas wawasan sehingga peserta didik dapat berpikir kritis dan positif serta dapat memberikan informasi yang akurat dan terbaru sehingga peserta didik termotivasi untuk belajar dengan menyenangkan.

Dari uraian di atas juga dapat dikatakan bahwa *Youtube* dapat menjadi sebuah sumber belajar bagi peserta didik termasuk mahasiswa karena berisi informasi ilmu pengetahuan dengan menghadirkan representasi gambar dan suara dari suatu peristiwa kepada peserta didik. Sama halnya dengan mahasiswa saat ini yang memiliki gaya belajar berbeda dengan generasi sebelumnya. Meskipun banyak pihak yang menilai bahwa generasi saat ini cepat bosan dan malas belajar, namun generasi saat ini justru memiliki orientasi dan semangat belajar yang tinggi, hanya cara mereka memperoleh informasi saja yang berbeda (Sidiq & Rif, 2022). Mahasiswa saat ini aktif belajar dengan pilihan model belajar yang sesuai dengan era mereka saat ini serta menginginkan model pembelajaran yang variatif dan salah satunya mereka dapatkan dari konten tayangan *Youtube*.

### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif yang berlandaskan pada filsafat *post-positivisme* yang digunakan untuk meneliti kondisi objek yang alamiah, dan menempatkan peneliti sebagai instrumen kunci. Tipe penelitian adalah deskriptif

yang akan menggambarkan objek penelitian atau fenomena sesuai dengan kondisi yang diteliti (Sugiyono, 2013). Sumber data diperoleh dari data primer dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Data sekunder diperoleh dari bahan-bahan pustaka seperti jurnal, buku teks dan lainnya. Adapun informan penelitian ini adalah delapan mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene Kepulauan pada Jurusan Teknologi Produksi Tanaman Perkebunan yang aktif menggunakan Youtube dan mewakili empat program studi yang ada.

Hasil data penelitian dianalisis dengan menggunakan model analisa data Miles dan Huberman secara interaktif dan berlangsung terus menerus yaitu dimulai dari tahap mereduksi data (*data reduction*) : Pada tahap ini dilakukan penyederhanaan, penggolongan, dan membuang data yang tidak relevan sehingga data menghasilkan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam menarik kesimpulan. Tahap penyajian data (*data display*) : Pada tahap ini data baik berupa teks naratif, matriks atau bagan disusun secara sistematis dan mudah dipahami sehingga kemungkinan akan menghasilkan sebuah kesimpulan. Melalui penyajian data ini, data akan terorganisasi dan tersusun dalam pola hubungan sehingga akan mudah dipahami. Tahap selanjutnya adalah penarikan kesimpulan (*Conclusion and verification*): Tahap ini merupakan tahap akhir yang dilakukan melihat hasil reduksi data dan tetap mengacu pada tujuan analisis yang hendak dicapai. Tahap ini bertujuan mencari makna data yang dikumpulkan dengan mencari hubungan, persamaan, atau perbedaan untuk ditarik kesimpulan sebagai jawaban dari permasalahan yang ada. Verifikasi dimaksudkan agar penilaian tentang kesesuaian data dengan maksud yang terkandung dalam proses analisis tersebut lebih tepat dan obyektif (Sugiyono, 2013).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Sebagai salah satu platform media sosial yang sangat populer, video-video di Youtube telah mampu menyuguhkan dan memenuhi kebutuhan masyarakat dunia maya mulai dari kebutuhan informasi, ilmu pengetahuan, dan juga hiburan. Selain itu, You Tube juga memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk mengunggah video-video kreatif mereka sendiri di laman Youtube. Dalam hal ini, Youtube berperan sebagai penyuplai video-video kreatif dari para *content creator*. Dengan adanya kesempatan mengunggah video-video tersebut, maka semakin banyak pula konten video dengan berbagai tema, termasuk konten bertemakan ilmu pertanian. Hal ini tentunya aktivitas yang menjanjikan, karena selain berkreasi dan terkenal, unggahan konten Youtube pun dapat memberikan penghasilan bagi penggunanya.

Bagi mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan, Youtube tidak hanya menjadi sumber informasi dan hiburan, Youtube juga merupakan sumber belajar bagi mahasiswa yang dapat diandalkan. Youtube menyajikan banyak informasi pertanian sebagai wahana bagi mahasiswa melakukan proses mendapatkan ilmu pengetahuan termasuk proses perubahan sikap dan tingkah laku ke arah perbaikan dan peningkatan. Konten-konten yang disajikan baik oleh Youtube sendiri maupun oleh konten kreator diharapkan dapat memberikan wawasan pengetahuan dan informasi yang bisa diterima masyarakat secara positif. Namun, seiring berjalannya waktu, sebagian dari konten-konten yang disajikan oleh konten kreator terkadang merupakan informasi bohong atau *hoax* dan tidak dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah. Hal ini akan menimbulkan persepsi atau pandangan masyarakat khususnya mahasiswa baik secara positif maupun negatif mengenai konten Youtube tersebut.

Efektivitas tayangan konten Youtube sebagai sumber belajar mahasiswa khususnya rumpun ilmu pertanian bagi mahasiswa tidak hanya dari bagaimana tayangan tersebut mampu merangkai kata-kata dengan baik dan menghadirkan gambar yang menarik, namun perlu dipertimbangkan pula bagaimana sebuah konten pesan akan dipersepsikan. Berikut ini adalah uraian tentang persepsi mahasiswa Politeknik Pertanian Negeri Pangkajene dan Kepulauan, program study Teknologi Produksi Tanaman Pertanian mengenai video konten Youtube sebagai sumber belajar mahasiswa mengacu kepada indikator persepsi positif dan persepsi negatif menurut Irwanto (2002) sebagai berikut:

### **Persepsi positif**

Persepsi ini mengacu kepada hal-hal mengenai pandangan seseorang terhadap objek yang dipersepsikan secara baik atau positif sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Artinya seseorang menstimulasi dirinya untuk menerima objek yang dipersepsikan secara tidak langsung. Bagi mahasiswa, Youtube telah menjadi sumber belajar sebagai media penyedia berbagai konten video informasi dan pengetahuan yang berkaitan dengan pertanian seperti hasil wawancara dengan informan berikut ini:

*“Konten video tayangan ilmu pertanian pada laman Youtube sangat bermanfaat bagi saya sebagai mahasiswa Teknologi Produksi Perkebunan karena bukan hanya informasi yang didapatkan tetapi juga ilmu pengetahuan dan wawasan saya sebagai mahasiswa. Konten video pertanian Youtube melengkapi dan memperjelas materi yang didapatkan di kelas dan keunggulannya video tersebut dapat ditonton kapan saja dan di mana saja. Konten yang sering saya tonton adalah budidaya berbagai tanaman perkebunan seperti video kelapa sawit, kopi, teh, karet dan komoditi perkebunan lainnya. Selain itu tayangan video Youtube juga menambah wawasan kami melalui berbagai tayangan video tutorial pertanian seperti tutorial pembuatan pupuk organik, tutorial bertani hidroponik dan lain-lain”. Zulkifli Nurdin, mahasiswa Teknologi Produksi Tanaman Perkebunan (Wawancara, 15 Juli 2023).*

Dalam hal tayangan konten informasi dan ilmu pengetahuan khususnya yang berhubungan dengan rumpun ilmu pertanian, Youtube telah memberikan pelayanan yang cukup maksimal. Berbagai informasi pertanian berbagai komoditi telah diunggah di Youtube, bahkan informasi pertanian di negara lain pun tersedia. Hal ini menjadikan Youtube sebagai platform video terbaik dunia.

Sama halnya dengan informan lainnya yang memanfaatkan Youtube sebagai sumber belajar yang efektif karena memberikan tampilan video yang menarik dan mudah diikuti.

*“Konten video Youtube sangat membantu mahasiswa yang memang membutuhkan informasi, pengetahuan, dan wawasan yang luas khususnya dalam bidang pertanian. Saya suka sekali menonton video Youtube karena tampilan yang menarik seperti gambar, suara, warna, dan tulisan keterangannya sehingga tidak bosan ditonton dan dipelajari berulang kali. Penyajian konten video di Youtube tentunya berbeda*



*dengan materi yang kami terima di kelas. Konten video yang sering ditonton adalah video budidaya tanaman kopi mulai dari pembibitan, penanaman, pemeliharaan, panen dan pascapanen, juga video tutorial yang sangat menginspirasi. Setelah menonton, saya dan teman-teman mempraktikkan tutorial tersebut dan hasilnya tidak mengecewakan”* Imel Anugrah, mahasiswa Produksi Pengolahan Kopi (wawancara, 08 Agustus 2023).

Dari hasil wawancara dengan informan tersebut dapat dikatakan bahwa mahasiswa lebih mudah memahami informasi berupa pengetahuan melalui media teknologi informasi seperti Youtube yang menampilkan *audio visual* yang menarik dibanding dengan penyampaian secara umum seperti penyampaian pengetahuan dari buku atau tatap muka di kelas. Melalui Youtube sebagai salah satu sumber belajar, mahasiswa dapat memahami materi secara lebih cepat daripada mempelajari buku. Hal ini karena konten video Youtube dibuat dengan tampilan gambar, suara dan tulisan yang menarik sehingga mahasiswa tidak akan merasa jenuh atau cepat bosan dan lebih konsentrasi dengan materinya. Hal ini di dapat meningkatkan minat dan motivasi mahasiswa (Haryadi, 2019).

Sebagai sumber belajar, Youtube tidak hanya menjadi sumber informasi berupa ilmu pengetahuan dan wawasan pertanian tetapi juga menjadi sumber belajar berbisnis untuk mendapatkan keuntungan finansial. Seperti yang dikatakan informan berikut ini:

*“Selain saya gunakan untuk menambah pengetahuan dan wawasan, Youtube juga bisa mendatangkan keuntungan finansial bagi mahasiswa karena dapat menjadi tempat belajar sekaligus bekerja untuk mendapatkan uang melalui ide dan kreativitas. Saya dan beberapa teman mencoba menjadi konten kreator sebagai realisasi dari jiwa kreatif kami dan diaplikasikan melalui pembuatan video pertanian yang kreatif dan inspiratif. Saya belajar dari beberapa konten kreator ilmu pertanian sebelumnya yang sudah memiliki jutaan pengikut (follower)”* Asti Astrini, mahasiswa Teknologi Produksi Tanaman Pangan (wawancara, 27 Agustus 2023).

Berdasarkan informasi dari para informan, dapat disimpulkan bahwa persepsi positif mahasiswa terhadap konten video rumpun ilmu pertanian dari Youtube adalah sebagai sumber belajar yang informatif dan efektif, sebagai sumber belajar berbisnis, dan Youtube sebagai sumber belajar penyaluran ide kreatif dan inspiratif. Dapat dikatakan bahwa persepsi positif akan muncul dari individu pada saat individu menilai objek atau informasi yang ada sesuai dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Persepsi positif dari mahasiswa tersebut menurut Rakhmat (2003) adalah hasil perpaduan beberapa faktor yang menentukan persepsi mahasiswa seperti faktor fungsional dan personal yang berhubungan dengan konsep diri, kepribadian dan kebutuhan mahasiswa sebagai individu yang menempuh pendidikan di perguruan tinggi dan membutuhkan ilmu pengetahuan dan wawasan yang lebih luas tentang pertanian. Persepsi mahasiswa juga melibatkan faktor struktural yang berasal dari lingkungan dan norma sosial di sekitar mahasiswa seperti pendapat bahwa mahasiswa sebagai agen perubahan (*agent of change*) dan agen kontrol sosial (*agent of social control*) dan agen inovasi dan teknologi turut memberikan peran bagi mahasiswa untuk menambah

pengetahuan dan wawasan melalui Youtube dan hal ini memberikan pengaruh mahasiswa memberikan persepsi positif.

### **Persepsi Negatif**

Persepsi negatif merupakan persepsi individu terhadap objek atau informasi tertentu dengan pandangan yang negatif, berlawanan dengan yang diharapkan dari objek yang dipersepsikan atau dari aturan yang ada. Penyebab munculnya persepsi negatif seseorang dapat muncul karena adanya ketidakpuasan individu terhadap objek yang menjadi sumber persepsinya, adanya ketidaktahuan individu serta tidak adanya pengalaman individu terhadap objek yang dipersepsikan dan sebaliknya.

Meskipun beberapa informan telah memberikan persepsi positif dengan konten-konten video Youtube karena memberikan informasi dan pengetahuan yang beragam, namun ada pula informan yang menganggap bahwa informasi konten video Youtube juga mengandung hal-hal yang negatif seperti dikatakan oleh informan berikut ini:

*“Saya juga memanfaatkan konten video Youtube untuk mendapatkan ilmu pengetahuan dan menambah wawasan. Namun, saya juga terkadang mendapatkan konten video yang tidak bisa dipertanggungjawabkan secara ilmiah atau bersifat hoax. Tentunya, hal ini tentunya mengkhawatirkan apalagi berhubungan dengan pertanian. Misalnya, video tentang masuknya impor buah pisang yang mengandung cacing ke Indonesia. Meskipun video tersebut sudah diturunkan atau takedown, tetapi bagi yang sudah menontonnya akan kuatir dengan video tersebut. Contoh lainnya adalah pupuk pelebat buah yang tidak sesuai dengan kenyataan atau stek tanaman mangga yang bisa tumbuh akar, ternyata akar dari tanaman lain atau stek pohon mangga berbuah pepaya yang ternyata hasil editan dan masih ada beberapa lagi video hoax lainnya. Hal ini yang membuat kita selaku mahasiswa harus hati-hati juga memilih video yang betul-betul bisa dijadikan sebagai sumber ilmu pengetahuan”.*  
Yusri Alfery, mahasiswa Teknologi Produksi Tanaman Hortikultura (wawancara, 05 September 2023).

Dari hasil wawancara dengan informan tersebut dapat dikatakan bahwa dibalik nilai dan persepsi positif dari konten video Youtube, tidak sedikit juga informasi yang tidak mengedukasi, informasi bohong dan menyesatkan. Munculnya konten video non edukasi dan *hoax* tersebut disebabkan karena beberapa alasan seperti mencari keuntungan semata, mendapatkan pengikut atau jumlah penonton yang banyak, dibuat sebagai hiburan atau kepuasan semata dari pengunggahnya tanpa mempertimbangkan akibat dan etika dari tayangan video yang di unggah. Para konten kreator diharapkan dapat menampilkan konten video yang tidak sekedar mengejar keuntungan dan kepuasan semata, menakut-nakuti atau menimbulkan kekhawatiran dan kecemasan kepada penontonnya tetapi mengunggah video yang memberikan informasi yang mendidik dan nilai pembelajaran yang positif seperti pengetahuan dan peningkatan wawasan kepada penontonnya (Aminudin, 2022).

### **Efek Persepsi**

Persepsi yang terbangun setelah seseorang menonton konten video Youtube akan menimbulkan efek berupa pengetahuan yang bertambah (efek kognitif) , perasaan suka

atau senang yang tergambar dari sikapnya (efek afektif) dan akhirnya dipraktikkan secara sadar oleh individu melalui tindakan atau perilaku (efek konatif/behavioral). Bagi penonton atau konsumen, tayangan video Youtube dapat dimaknai sebagai efek komunikasi yang akan melewati 3 tingkatan yaitu efek kognitif dari tidak tahu menjadi tahu, efek afektif berupa sikap setuju dan tidak setuju, serta efek konatif berupa tingkah laku nyata (Pratama, 2019).

### **Efek Pengetahuan (Kognitif)**

Bagi informan yang telah menonton tayangan video pertanian Youtube akan merasakan efek kognitif dalam dirinya. Efek kognitif ini dirasakan berupa bertambah atau meningkatnya pengetahuan, keyakinan dan cara pandangnya terhadap suatu hal. Beberapa contoh tayangan video yang dijelaskan oleh informan memperjelas bahwa Youtube sebagai sumber belajar memberikan efek kognitif secara positif karena tayangannya mampu mengedukasi penontonnya dengan informasi berupa pengetahuan dan wawasan yang mungkin belum diketahui menjadi tahu atau informasi yang kurang menjadi meningkat. Hal ini dikuatkan dengan hasil studi yang menyatakan bahwa Youtube sebagai sumber belajar mahasiswa banyak memberikan stimulus kognitif terjadinya pembelajaran aktif dan memberikan tambahan pengetahuan melebihi kemampuan yang diharapkan (Lestari, 2017).

### **Efek Afektif (Sikap)**

Efek afektif juga dirasakan oleh para informan setelah menonton tayangan video pertanian Youtube. Informan merasa senang, bahagia atau pun rasa puas dengan tayangan video Youtube bukan saja karena kontennya yang bermanfaat bagi mereka tapi juga tampilannya yang menarik karena memadukan unsur audiovisual dengan baik. Teori *Uses and Gratification* menjelaskan bahwa rasa puas dan rasa senang yang diterima oleh informan atau pengguna Youtube merupakan sebuah gratifikasi bagi penggunanya yang telah memilih media Youtube untuk kebutuhan sendiri dan merasa puas ketika kebutuhannya terpenuhi begitu pula sebaliknya (Ramadhan & Kurnia, 2021). Sementara ada pula informan atau pengguna yang kurang setuju dan kurang senang dengan beberapa tayangan video yang berisi informasi *hoax* dan editan meskipun dikemas dengan tampilan yang menarik. Hal ini membuat informan merasa ragu dan kurang senang dengan tayangannya. Dengan munculnya konten video *hoax* ini, dibutuhkan budaya literasi artikel termasuk konten video sehingga masyarakat akan lebih mudah mengenal dan mengidentifikasi tayangan *hoax* agar tidak merugikan diri sendiri dan orang lain baik secara hukum maupun secara sosial (Putri et al., 2020). Dari uraian tersebut dapat dikatakan bahwa efek afektif yang dirasakan individu sangat bergantung kepada persepsi masing-masing setelah mendapatkan pengetahuan dan pengalaman informan sebelumnya. Pengalaman ini akan membentuk sikap informan apakah setuju atau tidak setuju dengan tayangan yang ditontonnya.

### **Efek Konatif (Behavioral)**

Efek konatif diaktualisasikan oleh para informan setelah menonton tayangan video pertanian Youtube dengan mempraktikkan tayangan video tersebut dalam perilakunya. Jika efek afektif hanya menyentuh tataran emosional seseorang, maka efek konatif dapat mengubah perilaku seseorang. Dalam konteks ini, seseorang mengaktualisasikannya dalam perilaku atau mengubah perilaku dari sebelumnya tidak melakukan menjadi perilaku, tindakan atau kegiatan yang mengikuti tayangan yang telah ditontonnya.

Perubahan ini didasari oleh keyakinan akan kebenaran dan manfaat dari informasi atau tayangan video yang telah ditonton. Efek konatif yang diaplikasikan oleh informan dalam penelitian ini adalah mengaplikasikan tutorial ilmu pertanian yang telah ditontonnya dalam bentuk kegiatan seperti kegiatan pembuatan pupuk organik, tutorial pembuatan pestisida dari bahan alami dan tutorial pertanian hidroponik. Peserta didik lebih cenderung mengikuti langkah-langkah apa yang disuguhkan pada tayangan video Youtube dan mengikuti tutorialnya dalam bentuk kegiatan atau tindakan dibandingkan materi yang sama di kelas karena tampilan tutorial Video Youtube yang lebih mudah diikuti, jelas dan lebih menarik (Hamka, 2015). Hal ini juga diperkuat dengan pernyataan bahwa pengguna media sosial seperti Youtube akan meniru apa yang mereka lihat di media dengan mudah melalui suatu proses pembelajaran dan hasil pengamatan sehingga konten Youtube memiliki kemampuan untuk memengaruhi persepsi, sikap, dan perilaku dari penonton atau penggunanya (Arisena, 2023). Dapat disimpulkan bahwa tayangan video yang diamati secara berulang dan terus menerus membuat pengguna Youtube mengaplikasikannya dalam bentuk tindakan atau kegiatan.

## SIMPULAN

Tayangan konten video Youtube telah memberikan persepsi dan efek kepada mahasiswa yaitu 1) Persepsi positif; Mahasiswa menilai konten video Youtube sebagai sumber belajar karena bersifat informatif dan efektif untuk mendapatkan informasi berupa pengetahuan dan wawasan dalam bidang pertanian. Youtube juga dianggap sebagai media yang bersifat inspiratif karena mahasiswa dapat menyalurkan ide dan kreativitas sebagai konten kreator dan sebagai sumber belajar berbisnis untuk mendapatkan keuntungan finansial. 2) Persepsi negatif: Youtube menjadi media yang menyebarkan informasi *hoax* dan tidak dapat dibuktikan kebenarannya secara ilmiah. Adapun efek yang ditimbulkan oleh Youtube sebagai sumber belajar adalah 1) Efek kognitif yaitu bertambahnya informasi, pengetahuan dan wawasan ilmu pertanian, 2) Efek afektif yaitu adanya rasa senang, rasa puas, dan setuju dengan konten video Youtube dan 3) Efek Konatif (behavioral) yaitu adanya kegiatan atau tindakan melakukan dan mempraktikkan konten video Youtube.

## REFERENSI

- Ali, M., & Andriansyah, A. (2023). Pengaruh Pesan Iklan Tokopedia Edisi “Ciptakan Peluangmu” terhadap Minat Berbisnis Online pada Remaja di Masa Pandemi di Kota Makassar. *Journal of Communication Sciences (JCoS)*, 5(2), 126–137. <https://doi.org/10.55638/jcos.v5i2.560>
- Aminudin, A. (2022). Persepsi Masyarakat Dki Jakarta Tentang Pemberitaan Penanganan Wabah Covid-19 Di Wilayah Dki Jakarta. *Medium*, 9(2), 263–275. [https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9\(2\).8881](https://doi.org/10.25299/medium.2021.vol9(2).8881)
- Arisena, M. R. A. dan G. M. K. (2023). Pengaruh Konten Youtube Agribisnis terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Fakultas Pertanian Universitas Udayana. *ZIRAA'AH*, 48, 233–242.
- Bimo Walgito, B. W. (2004). *Pengantar Psikologi Umum*. Andi.
- Fauzan, A. (2019). Penggunaan Media Youtube dan Sikap Pengguna Media Youtube ((Studi Deskriptif Penggunaan Media Youtube dan Sikap Pengguna Media Youtube dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako). *Kinesik*, 6(3), 247–254.
- Hamka, A. (2015). Efek Video Tutorial Online Dalam Kegiatan Ekstrakurikuler Animasi

- Di SMKN 7 Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, ISSN, 3(3), 628–638.
- Haryadi, M. (2019). Pemanfaatan Youtube sebagai Media Ajar dalam Meningkatkan Minat dan Motivasi Belajar. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 5(1), 135–159.
- Hermawan, F. (2022). Analisis Minat Masyarakat Pengguna Platform YouTube sebagai Media Komunikasi Digital Masa Kini . *Manajemen*, 14(3), 564–573. <https://doi.org/10.29264/jmmn.v14i3.11565>
- Irwan, I., Luthfi, Z. F., & Walidi, A. (2019). Efektifitas Penggunaan Kahoot! untuk Meningkatkan Hasil Belajar Siswa. *Pedagogia : Jurnal Pendidikan*, 8(1), 95–104. <https://doi.org/10.21070/pedagogia.v8i1.1866>
- Jailani, M. sahran. (2017). Pengembangan Sumber Belajar Berbasis Karakter Peserta Didik. *Nadwa: Jurnal Pendidikan Islam*, 10(2), 175–192.
- Jamil Reza, M. (2021). Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Youtube sebagai Media Konten Video Kreatif. *Jurnal Komunikasi Dan Organisasi (J-KO)*, 3, 39–46.
- Julianingsih, D., & Widayanti, E. (2021). Pengaruh Penggunaan Youtube Terhadap Hasil Belajar Mahasiswa. *Sigma*, 7(1), 63. <https://doi.org/10.36513/sigma.v7i1.1216>
- Lestari, R. (2017). *PENGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS. 1*, 633–640.
- Mulyana, D., & Phd, M. A. (2022). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. Remaja Rosdakarya.
- Nahdiana, Unde, A., Nasir, S., & Amar, Y. (2022). Peningkatan Kepuasan Peserta Terhadap Layanan Informasi Bpjs Kesehatan Melalui Media : Apakah Efektif? *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2). <https://journal.unpas.ac.id/index.php/linimasa/article/view/5192>
- Pratama, A. (2019). Pengaruh Youtube Advertising Terhadap Respons Konsumen. *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*, 1(1), 16–30. <https://doi.org/10.33376/ic.v1i1.354>
- Putri, N. F., Vionia, E., & Michael, T. (2020). Pentingnya Kesadaran Hukum Dan Peran Masyarakat Indonesia Dalam Menghadapi Penyebaran Berita Hoax Covid-19. *Media Keadilan: Jurnal Ilmu Hukum*, 11(1), 98. <https://doi.org/10.31764/jmk.v11i1.2262>
- Rakhmat, J. (2004). Psikologi Umum dan Perkembangan. *Bandung: Remaja Rosdakarya*.
- Ramadhan, A., & Kurnia, K. (2021). Pendekatan Uses and Gratification Pada Kecenderungan Menonton Tayangan Youtube Ruang Guru. *Prosiding Jurnalistik*, 258–263.
- Setiadi, E. F., Azmi, A., & Indrawadi, J. (2019). Youtube Sebagai Sumber Belajar Generasi Milenial. *Journal of Civic Education*, 2(4), 313–323. <https://doi.org/10.24036/jce.v2i4.135>
- Sidiq, E. I., & Rif, C. (2022). Sumber Belajar dan Alat Peraga Sebagai Media Pembelajaran. *Jurnal Edukasi Nonformal*, 2(2), 596.
- Sugiyono, D. (2013). *Metode penelitian pendidikan pendekatan kuantitatif, kualitatif dan R&D*.
- Suhirman, S. (2018). Pengelolaan Sumber Belajar Dalam Meningkatkan Pemahaman Peserta Didik. *Al Fitrah: Journal Of Early Childhood Islamic Education*, 2(1), 159. <https://doi.org/10.29300/alfitrah.v2i1.1513>
- Sumanta, Suryawan Bagus Handoko, K. (2022). Konsep Pengembangan Sumber Belajar. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 4(6), 11276.
- Sumanto, M. A. (2014). *Pisikologi Umum*. Media Pressindo.

- Tutiasri, R. P., Laminto, N. K., & Nazri, K. (2020). Pemanfaatan Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bagi Mahasiswa di Tengah Pandemi Covid-19. *Juurnal Komunikasi Masyarakat Dan Keamanan (KOMASKAM)*, 2(2), 1–15.
- Yoedo Shambodo. (2020). Faktor yang Mempengaruhi Persepsi KhalayakMahasiswa Pendetang UGM Terhadap Siaran PawartosNgayogyakarta Jogja TV. *Jurnal Al Azhar Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 1(2), 98–110.
- Yusuf AR, M., & Syam, S. (2022). Konten Video YouTube: Pengaruh dan Peminatannya Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Kota Makassar. *Al-MUNZIR*, 15(1), 31. <https://doi.org/10.31332/am.v15i1.3389>