

**PENGGUNAAN MEDIA YOUTUBE
DAN SIKAP PENGGUNA MEDIA YOUTUBE
(Studi Deskriptif Penggunaan Media Youtube dan Sikap Pengguna Media
Youtube dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako)**

Ahmad Fauzan^{1*}

¹*Program Studi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Tadulako, Indonesia
Jln. Soekarno Hatta Km. 9 Kota Palu Sulawesi Tengah.*

**Email: Fauzanp3100@gmail.com*

ABSTRAK

Perkembangan teknologi saat ini telah membawa pengaruh besar dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi bagi masyarakat. Generasi milenial saat ini tidak hanya dituntut untuk menggunakan teknologi tetapi juga harus adaptif terhadap berbagai *tren* yang muncul terutama dalam memenuhi kebutuhan informasi. *Youtube* merupakan salah satu aplikasi media untuk memenuhi kebutuhan informasi di era modern saat ini. Seiring berkembangnya *vlogger* atau *content creator* di Indonesia, Semakin beragam dan berkembang industri video yang ada di *youtube*, menjadikan masyarakat khususnya generasi milenial kini lebih selektif dalam memilih saluran-saluran yang ingin ditonton. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui keterkaitan antara penggunaan media *youtube* dengan sikap pengguna terhadap media *youtube* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif dengan melukiskan variabel demi variabel. Penelitian menggunakan metode deskriptif tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Data diperoleh dari kuesioner, wawancara, dan studi kepustakaan. Hasil dari penelitian dapat disimpulkan bahwa *content/isi* yang terkandung pada media *youtube* dengan sikap pengguna terhadap media *youtube* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, terjadi keterkaitan antara persepsi pengguna dengan daya tarik *content/isi* media *youtube* dan sikap pengguna terhadap media *youtube*. Judul *content* pada media *youtube* dengan sikap pengguna terhadap media *youtube* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, pada media *youtube*, terlihat sangat baik. Judul *content* pada media *youtube* dapat dilihat dari komposisi alur kalimatnya; penggunaan kata dan bahasa, ukuran huruf, penempatan kata; serta penggunaan gambar atau foto yang dominan pada *content* yang disajikan.

Kata Kunci : Media; Content; Youtube; Sikap

Submisi : 28 November 2019

Latar Belakang

Perkembangan teknologi dalam dunia digital saat ini saling melengkapi satu sama lain dan terus bergerak menuju titik tertingginya. Perkembangan teknologi tersebut tentu saja meliputi perkembangan dalam bidang komunikasi. Kehadiran internet yang menjadi inti dari

perkembangan teknologi saat ini, membawa pengaruh besar dalam hal pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat, baik dalam bentuk media massa elektronik maupun media sosial.

Masyarakat Indonesia terutama kaum milenial saat ini, bisa dikatakan telah menjadi masyarakat informasi. Masyarakat yang bukan hanya mencari informasi tetapi

memberikan informasi dalam bentuk apapun baik pikiran, perasaan serta beberapa aktifitas lainnya. Melalui *smartphone* dan jejaring sosial, mereka berbagi berbagai hal yang menurut mereka penting untuk dibagikan atau diinformasikan kepada orang-orang disekitarnya atau orang-orang dalam jangkauan yang lebih luas. Beragam jenis media sosial yang ada saat ini baik itu melalui *facebook*, *instagram*, *snapchat*, *twitter*, dan *youtube* serta beberapa aplikasi lainnya, menjadikan masyarakat terutama generasi milenial tidak hanya dituntut untuk menggunakan teknologi tetapi juga harus adaptif terhadap berbagai *tren* yang muncul terutama dalam memenuhi kebutuhan informasi.

Youtube merupakan salah satu aplikasi media paling populer untuk memenuhi kebutuhan informasi di era modern saat ini. *Youtube* adalah sebuah situs *web* berbagi video dimana setiap orang bebas untuk berkreasi melalui video untuk menuangkan aspirasi, pendapat, pandangan/opini, nilai-nilai tentang apapun yang menjadi pikiran mereka atau aktivitas yang sedang mereka kerjakan. Bahkan peran *youtube* di Indonesia sebagai *platform* konten video terus meningkat. Jumlah video yang diunggah di Indonesia meningkat lebih dari dua kali lipat dari tahun ke tahun. Sehingga memunculkan tren terbaru dikalangan masyarakat yaitu menciptakan begitu banyak *vlogger* atau *content creator*.

Dikutip dari CNN Indonesia -- YouTube mencatat Indonesia memiliki 200 saluran lokal yang telah memiliki 1 juta pelanggan per Maret 2019. Jumlah ini meningkat hingga lima kali lipat dibandingkan pada Maret 2018. Dengan jumlah pelanggan ini, saluran lokal tersebut telah menyandang status Gold oleh YouTube. "Bahkan setiap bulannya di Indonesia ada 13 channel yang menyentuh

satu juta subscriber," kata Director of YouTube Global Creator & Artist Development Chris Schremp dalam acara jumpa pers acara YouTube Pop-Up Space di Jakarta, Selasa (30/4). (<https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843185390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>).

Hadirnya para *vlogger* atau *content creator* ini semakin menambah pengetahuan ataupun informasi yang belum diketahui, misalnya beberapa video *tutorial*, berita, ceramah agama, hiburan dan beberapa hal lainnya yang menyangkut minat dan bakat. Setiap harinya, individu tersebut menambah informasi untuk memenuhi kebutuhan dasarnya baik dalam aspek kognitif, afektif, maupun konatif.

Seiring berkembangnya *vlogger* atau *content creator* di Indonesia, kini masyarakat terutama generasi milenial perlahan tapi pasti mulai menggeser kebiasaan menonton televisi menjadi kebiasaan menonton video di internet melalui situs *youtube*. Dikutip dari situs marketing.co.id, "ComScore dan Youtube merilis hasil survei dan studi yang menggarisbawahi salah satu segmen yang sangat engaged dalam mengonsumsi video lewat internet ini. Adapun survei yang melibatkan 2.940 responden ini, secara tak mengejutkan menemukan fakta bahwa penggemar berat Youtube—yang sering disebut Youtube "die hards"—ternyata mencakup segmen generasi langgas yang berusia antara 18 sampai 34 tahun. jumlah penonton youtube 35% dua kali lipat lebih banyak di dibandingkan penonton televisi 19% (<https://marketing.co.id/youtube-dan-generasi-milenial/>).

Hal inilah yang menjadikan perusahaan, organisasi, komunitas ataupun individu yang tidak hanya bergerak dibidang

media saja tetapi di bidang lainpun misalnya politik, pendidikan, kesehatan, bisnis dsb, berusaha untuk memenuhi kebutuhan masyarakat tersebut. Para *Vlogger* atau beberapa *content creator* secara tidak langsung dituntut untuk berlomba-lomba melakukan inovasi serta terus memperbaiki konten mereka dan mengemasnya sedemikian rupa guna memuaskan kebutuhan informasi masyarakat.

Semakin beragam dan berkembangnya industri *video on demand* yang ada di *youtube*, menjadikan masyarakat khususnya generasi milenial kini lebih selektif dalam memilih saluran-saluran yang ingin ditonton. Melalui *youtube* para penontonnya kini merasa punya kendali atas apa yang ingin ditonton sesuai dengan karakter atau *lifestyle* yang ada pada diri mereka, serta bisa mengatur kapan waktu ingin menonton sebuah tayangan melalui *smartphone*. Akan tetapi, tidak semua video yang di unggah ke *youtube* bersifat positif ada pula video yang bersifat negatif misalnya saja video tentang kekerasan, isu tentang radikalisme, pornografi dan beberapa video tidak layak lainnya yang dapat membuat individu menjadi terpapar hal tersebut.

Berkenaan dengan hal tersebut, tentunya masyarakat dalam lingkup generasi milenial dalam penelitian ini yaitu mahasiswa harus bisa memilih tontonan mana yang akan dikonsumsi guna memuaskan kebutuhan akan informasi. Perubahan tren dan perkembangan teknologi saat ini secara global telah memicu terbentuknya suatu sikap dan perilaku seseorang. Kehadiran *vlogger* atau *content creator* dengan mengusung tema tontonan yang beragam tentu akan membawa keingintahuan seseorang pada hal-hal tertentu dan membawa perubahan pada sikap seseorang. Sebab, pada dasarnya

terbentuknya sikap tersebut timbul karena adanya stimulus bukan merupakan suatu pembawaan, melainkan hasil interaksi antara individu dengan lingkungannya. Berdasarkan pemaparan pada latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengkaji bagaimana keterkaitan antara penggunaan media *youtube* dan sikap pengguna media *youtube*?

Teori Fungsional Katz

Teori fungsional yang dikemukakan oleh Katz mengatakan bahwa untuk memahami bagaimana sikap menerima dan menolak perubahan haruslah berangkat dari dasar motivasional sikap itu sendiri. Dasar motivasional disini merupakan fungsi sikap bagi individu yang bersangkutan. Fungsi sikap bagi manusia telah dirumuskan menjadi empat macam, yaitu:

- Fungsi Instrumental, Fungsi penyesuaian, atau fungsi manfaat
Fungsi ini menyatakan bahwa individu dengan sikapnya berusaha untuk memaksimalkan hal-hal yang diinginkan dan meminimalkan hal-hal yang tidak diinginkan.
- Fungsi Pertahanan Ego

Sewaktu individu mengalami hal yang tidak menyenangkan dan dirasa akan mengancam egonya atau sewaktu ia mengetahui fakta dan kebenaran yang tidak mengenakan bagi dirinya maka sikapnya dapat berfungsi sebagai mekanisme pertahanan ego yang akan melindunginya dari kepahitan kenyataan tersebut.

- Fungsi Pernyataan Nilai

Nilai adalah konsep dasar mengenai apa yang dipandang sebagai baik dan

dinginkan. Nilai-nilai terminal merupakan preferensi mengenai keadaan akhir tertentu seperti persamaan, kemerdekaan, hak asasi, dll. Dengan fungsi ini seseorang seringkali mengembangkan sikap tertentu untuk memperoleh kepuasan dalam menyatakan sikap tertentu untuk memperoleh kepuasan dalam menyatakan nilai yang dianutnya yang sesuai dengan penilaian pribadi dan konsep-dirinya.

- **Fungsi Pengetahuan**

Menurut fungsi ini manusia mempunyai dorongan dasar untuk ingin tahu, untuk mencari penalaran, dan untuk mengorganisasikan pengalamannya. Dalam interaksi sosialnya, individu bereaksi membentuk pola sikap tertentu terhadap berbagai objek psikologis yang dihadapinya. Diantara berbagai faktor yang mempengaruhi pembentukan sikap adalah pengalaman pribadi, kebudayaan, orang lain yang dianggap penting, media massa, institusi atau lembaga pendidikan dan lembaga agama, serta faktor emosi dalam diri individu. (Saifuddin 2007 : 53)

Teori fungsional Katz merupakan salah satu teori pembentukan dan perubahan sikap yang digunakan sebagai pedoman dalam penelitian ini karena setiap individu bersikap sesuai dengan fungsi sikap tersebut bagi individu.

Teori Konsistensi Afektif-Kognitif Rosenberg

Teori Konsistensi Afektif-Kognitif Rosenberg memiliki hipotesis utama yaitu bahwa hakikat dan kekuatan perasaan terhadap suatu sikap berkorelasi dengan

pengertian mengenai objek sikap tersebut. Menurut teori ini bahwa afek positif yang kuat dan stabil terhadap suatu objek tentu berkaitan dengan keyakinan bahwa afek positif itu akan membawa kepada tercapainya sejumlah nilai penting sedangkan afek yang negatif tentu berkaitan dengan keyakinan bahwa afek negatif itu akan menjadi hambatan dalam mencapai sejumlah nilai-nilai yang penting pula. Hubungan antara komponen afektif dengan komponen kognitif dalam organisasi sikap digambarkan Rosenberg dalam pernyataan yang mengatakan bahwa apabila komponen afektif dan komponen kognitif sikap saling konsisten satu sama lain maka sikap akan berada dalam keadaan stabil, sebaliknya apabila kedua komponen termaksud tidak konsisten satu sama lain maka sikap akan berada dalam ketidakstabilan dan akan segera mengalami aktivitas reorganisasi yang spontan sampai tercapainya konsistensi afektif-kognitif atau penempatan inkonsistensi yang tak terselesaikan itu di luar batas kesadaran aktif (Rosenberg dalam Secord & Backman, 1964).

Pengertian Sikap

Terdapat beberapa pemikiran mengenai sikap. Pengertian sikap dapat disamakan dengan *attitude* yaitu sikap terhadap objek tertentu, yang dapat merupakan sikap pandangan atau sikap perasaan, tetapi sikap tersebut disertai oleh kecenderungan untuk bertindak sesuai dengan sikap yang objek tadi itu. Jadi *attitude* itu tepat diterjemahkan sebagai sikap dan kesediaan beraksi terhadap suatu hal (Gerungan 1991: 149). Menurut Secord & Backman (1964), sikap adalah keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afektif), pemikiran (kognitif), dan predisposisi tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya. Pemikiran

ini lebih dikenal dengan nama skema triadik (pendekatan *tricomponent*). Rosenberg & Hovland menempatkan ketiga komponen afeksi, kognisi, dan konasi sebagai faktor jenjang pertama dalam suatu model hierarkis. Ketiganya didefinisikan tersendiri dan kemudian dalam abstraksi yang lebih tinggi membentuk konsep sikap sebagai faktor tunggal jenjang kedua. Sikap seseorang terhadap suatu objek selalu berperanan sebagai perantara antara responsnya dan objek yang bersangkutan. Respons ini kemudian diklasifikasikan dalam tiga macam, yaitu respons kognitif (respons perseptual dan pernyataan mengenai apa yang diyakini), respons afektif (respons simpatetik dan pernyataan afeksi), serta respons perilaku atau konatif (respons berupa tindakan dan pernyataan mengenai perilaku). (Saifuddin, 2007: 7)

Metode Penelitian

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif dapat diartikan sebagai prosedur pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek penelitian (seseorang, lembaga, masyarakat dan lain-lain) pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya. (Gerungan 2004 : 63)

Penelitian dengan menggunakan metode deskriptif mencoba memaparkan situasi atau peristiwa. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif ini pun lahir dari kebutuhan peneliti mengenai suatu informasi, yaitu penggunaan media *youtube* dan sikap pengguna terhadap media *youtube* khususnya dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako. Deskriptif pada penelitian ini diartikan

melukiskan variabel demi variabel, satu demi satu. Penelitian ini akan menitikberatkan pada observasi dan suasana alamiah (*naturalistic setting*) serta pengumpulan data responden melalui angket. Pada penelitian ini, peneliti akan mencoba memaparkan situasi dengan menginterpretasi dan menganalisis data secara deskriptif dimana data tersebut diperoleh dari angket yang disebarakan kepada responden sebagai sampel penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Keterkaitan antara Content/Isi yang Terkandung pada Media Youtube dengan Sikap Pengguna terhadap Media Youtube

Berdasarkan hasil penelitian, content/isi yang terkandung pada media youtube dengan sikap pengguna terhadap media youtube dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako diketahui dari 40 responden, 22 responden (55%) diantaranya menilai bahwa content/isi yang terkandung pada media youtube menarik minat mereka untuk menonton youtube dan responden membentuk sikap positif terhadap media youtube tersebut dan 18 responden (45%) menilai content/isi yang terkandung pada media youtube tidak menarik minat mereka untuk menonton youtube dan membentuk sikap negatif terhadap media youtube tersebut. Hasil data yang diperoleh di lapangan menunjukkan ada keterkaitan content/isi yang terkandung pada media youtube dengan sikap pengguna terhadap media youtube. Ini menunjukkan bahwa content/isi yang dipaparkan pada media youtube memiliki kekuatan yang cukup besar dalam menarik minat individu untuk menggunakan media youtube dan membentuk sikap positif terhadap media youtube. Tujuan seseorang menggunakan

media youtube tidak terlepas dari peran serta kebutuhan yang melatarbelakanginya. Tujuan penggunaan media oleh individu pun tidak terlepas dari selektivitas seseorang untuk memilih isi dari media itu sendiri. Maka dari itu tujuan seseorang menggunakan media youtube tidak terlepas dari peran serta content/isi yang dipaparkan pada media youtube yang sesuai dengan kebutuhannya.

Kesesuaian antara content/isi pada media yang digunakan sejalan dengan tujuan penggunaan media itu sendiri. Semakin relevan content/isi yang terkandung pada media youtube maka tujuan pengguna akan tercapai dan akhirnya akan membentuk sikap positif terhadap media youtube. Sebaliknya apabila content/isi yang terkandung pada media youtube dianggap tidak relevan dengan kebutuhan individu saat itu maka individu cenderung bersikap negatif terhadap media youtube. Sikap positif dan negatif individu terhadap media youtube juga sangat tergantung dengan jenis youtube itu sendiri. Content/isi yang dipaparkan pada media youtube akan mengkategorikan channel tersebut ke dalam topik-topik yang ada di youtube. Jadi terdapat keterkaitan isi dengan topik pada youtube. Maka dari itu pemilihan jenis youtube yang digunakan individu berdasarkan kebutuhan sangat mempengaruhi pembentukan sikap individu terhadap media youtube tersebut.

Selain itu teori konsistensi afektif-kognitif Rosenberg juga menjelaskan keterkaitan yang di peroleh di lapangan. Menurut teori konsistensi afektif-kognitif Rosenberg bahwa hakikat dan kekuatan perasaan terhadap suatu objek sikap berkorelasi dengan pengertian mengenai objek sikap tersebut. Menurut Rosenberg bahwa afek positif yang kuat dan stabil

terhadap suatu objek tentu berkaitan dengan keyakinan bahwa afek positif itu akan membawa kepada tercapainya sejumlah nilai penting sedangkan afek negatif tentu berkaitan dengan keyakinan bahwa afek negatif itu akan menjadi hambatan dalam mencapai sejumlah nilai-nilai yang penting pula. Hubungan antara komponen afektif dengan komponen kognitif dalam organisasi sikap digambarkan dalam pernyataannya yang mengatakan apabila komponen afektif dan komponen kognitif sikap saling konsisten satu sama lain maka sikap akan berada dalam keadaan stabil, sebaliknya apabila kedua komponen termaksud tidak konsisten satu sama lain maka sikap berada pada ketidakstabilan dan akan segera mengalami aktivitas reorganisasi yang spontan sampai aktivitas itu berakhir pada salah satu keadaan, yaitu tercapainya konsistensi afektif-kognitif atau penempatan inkonsistensi yang tidak terselesaikan itu di luar batas kesadaran aktif.

Keterkaitan antara Judul Content pada Media Youtube dengan Sikap Pengguna terhadap Media Youtube

Berdasarkan hasil penelitian, judul content pada media youtube dengan sikap pengguna terhadap media youtube dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako diketahui dari 40 responden, 24 responden (60%) menilai judul content pada media youtube berada pada kategori baik dan bersikap positif terhadap media youtube. Sedangkan 16 responden (40%) menilai judul content pada media youtube berada pada kategori tidak baik dan bersikap negatif terhadap media youtube. Hasil ini menunjukkan terdapat keterkaitan yang bersifat kuat antara judul content pada media youtube dengan sikap

pengguna terhadap media youtube (60.0%). Individu sebagai manusia komunikasi sangat tertarik terhadap hal-hal yang dapat menggerakkan perhatiannya. Untuk dapat menggerakkan perhatian individu maka sebuah pesan harus dikemas dengan sebaik mungkin. Terdapat beberapa hal yang dapat menarik perhatian individu yang bersifat eksternal yaitu gerakan, intensitas stimuli, kebaruan, dan perulangan. Apabila salah satu atau mungkin keempat faktor eksternal penarik perhatian tersebut di kemas dalam sebuah pesan maka kemungkinan besar pesan tersebut memiliki daya tarik yang besar untuk menarik minat individu. Pada media youtube, komponen utama yang dapat dilihat secara kasat mata adalah judul content dari media youtube tersebut. Judul content merupakan salah satu faktor penentu penarik perhatian pengunjung untuk menonton youtube tersebut. Judul content pada media youtube dapat dilihat dari komposisi alur kalimatnya; penggunaan kata dan bahasa, ukuran huruf, penempatan kata; serta penggunaan gambar atau foto yang dominan pada content yang disajikan. tentunya faktor-faktor eksternal penarik perhatian perlu diaplikasikan pada media youtube. Misalnya penggunaan tagar atau biasa juga disebut hashtag. Pemilihan tagar atau hashtag yang tepat dan benar bisa menjadikan video yang telah di unggah mudah untuk ditemukan sebab dengan memilih tagar atau hashtag yang tepat dapat menjadikan video tersebut menjadi trending topik dikalangan pengguna jejaring sosial. Maka apabila pesan yang akan disampaikan (isi/content pesan) dipadukan dengan judul content yang sesuai akan menciptakan kesatuan dan harmonisasi pada video yang telah diunggah media youtube tersebut. Maka dari itu judul content pada media youtube cukup menentukan dalam membentuk minat pengguna untuk

menonton youtube tersebut. Apabila judul content tersebut telah berhasil menarik minat pengguna untuk menonton youtube maka kemungkinan besar sikap positif pengguna akan terbentuk terhadap media youtube tersebut.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, *content/isi* yang terkandung pada media *youtube* dengan sikap pengguna terhadap media *youtube* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, terjadi keterkaitan antara persepsi pengguna dengan daya tarik *content/isi* media *youtube* dan sikap pengguna terhadap media *youtube*. Tujuan seseorang menggunakan media *youtube* tidak terlepas dari peran serta kebutuhan yang melatarbelakanginya. Kesesuaian antara *content/isi* pada media yang digunakan sejalan dengan tujuan penggunaan media itu sendiri. Semakin relevan *content/isi* yang terkandung pada media *youtube* maka tujuan pengguna akan tercapai dan akhirnya akan membentuk sikap positif terhadap media *youtube*. Sebaliknya apabila *content/isi* yang terkandung pada media *youtube* dianggap tidak relevan dengan kebutuhan individu saat itu maka individu cenderung bersikap negatif terhadap media *youtube*.

Berdasarkan hasil penelitian, judul *content* pada media *youtube* dengan sikap pengguna terhadap media *youtube* dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Tadulako, pada media *youtube*, terlihat sangat baik. komponen utama yang dapat dilihat secara kasat mata adalah judul *content* dari media *youtube* tersebut. Judul *content* pada media *youtube* dapat dilihat dari komposisi alur kalimatnya; penggunaan kata dan bahasa, ukuran huruf, penempatan kata; serta penggunaan gambar atau foto yang dominan pada *content* yang

disajikan. Maka apabila pesan yang akan disampaikan (isi/*content* pesan) dipadukan dengan judul *content* yang sesuai akan menciptakan kesatuan dan harmonisasi pada video yang telah diunggah media *youtube* tersebut. Maka dari itu judul *content* pada media *youtube* cukup menentukan dalam membentuk minat pengguna untuk menonton *youtube* tersebut. Apabila judul *content* tersebut telah berhasil menarik minat pengguna untuk menonton *youtube* maka kemungkinan besar sikap positif pengguna akan terbentuk terhadap media *youtube* tersebut.

Daftar Pustaka

- Azwar, Saifuddin. 2007. *Sikap Manusia*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- CNN Indonesia. 2019. <https://www.cnnindonesia.com/teknologi/20190430140843-185-390824/youtube-catat-kenaikan-pengguna-gold-hingga-lima-kali-lipat>. Diakses 21 Agustus 2019, 20.30WITA.
- Gerungan W. A. 2004. *Psikologi Sosial*. Bandung, P.T. Refika aditama.
- Mulyadi, Ivan. 2017. <https://marketing.co.id/youtube-dan-generasi-milenial/>. Diakses 21 Agustus 2019, 20.20WITA.
- Secord, P.F., & Backman, C.W. 1964. *Social Psychology*. Tokyo: Kogakusha