

Pengaruh Konten Podcast Youtube Raditya Dika terhadap Sikap Masyarakat

Muhammad Ridwan, Muhamad Sopyan

Prodi Penyiaran, Fakultas Ilmu Komunikasi

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Inter Studi

Jakarta, Indonesia

mhrdwann@gmail.com, Muhamadsopyan49@gmail.com

Abstract— In the current era the internet is one of the important needs of knowledge and information that can be obtained from the internet is one of the daily needs. With the help of the internet and social media, it is now easier for the public to get information, insight, entertainment, and money, this can be done from the content contained in social media accounts, one of which is Youtube. Youtube is a website with a social network located in the world and is operated by Google Inc. Youtube can be easily accessed via SmartPhone or Computer that people can enjoy at any time. This can make people have positive and negative attitudes. A person's attitude can change regarding what he sees and gets from the figure of a public figure on Youtube. A public figure that we can know is someone who is known by the wider community both in the terms of competence and professional who as an influence on society. Where a public figure in the entertainment world who has its own characteristics has interesting content and has a influence on the community so that they like or like themselves and watch themselves. While the content itself consists of a collection of ideas collected through the media. The results of the study, in multiple linear regression the content variable has a positive influence on attitude. On the coefficient of determination of the content variable can be influenced by attitude.

Keywords—Content, Youtube, Attitude.

Abstrak— Pada era saat ini internet merupakan salah satu kebutuhan penting pengetahuan serta informasi yang dapat diperoleh dari internet merupakan salah satu kebutuhan setiap hari. Dengan bantuan internet dan media sosial saat ini mempermudah masyarakat mendapatkan suatu informasi, wawasan, hiburan, dan uang. Hal tersebut dapat dilakukan dari konten yang terdapat dalam akun media sosial, salah satunya yaitu Youtube. Youtube merupakan *website* dengan jaringan sosial berada di dunia serta dioperasikan oleh Google Inc. Youtube dapat mudah diakses melalui *SmartPhone* atau komputer yang bisa masyarakat nikmati setiap saat. Hal tersebut dapat membuat masyarakat mempunyai sikap positif dan negatif. Sikap seseorang dapat berubah terkait apa yang dia lihat serta dia dapatkan dari sosok *public figure* di Youtube. *Public Figure* yang bisa kita ketahui seseorang yang dikenal oleh masyarakat luas baik kompetensinya maupun profesinya yang mempunyai pengaruh terhadap masyarakat. Ketika sosok *public figure* di dunia hiburan yang mempunyai ciri khas tersendiri mempunyai konten-konten yang menarik dan mempunyai pengaruh terhadap masyarakat dengan menggemari atau menyukai dan menonton dirinya. Sedangkan konten terdiri dari kumpulan ide-ide yang dikumpulkan lewat media. Hasil dari penelitian menunjukkan bahwa pada regresi linear berganda variabel konten mempunyai pengaruh positif

terhadap sikap. pada koefisien determinasi variabel konten bisa dipengaruhi oleh sikap.

Kata Kunci—Konten, Youtube, Sikap.

I. PENDAHULUAN

Pada era saat ini internet merupakan salah satu kebutuhan penting pengetahuan serta informasi yang dapat diperoleh dari internet merupakan salah satu kebutuhan setiap hari. Tidak hanya sebagai sarana media sosial, internet mempunyai kegunaan yang penting untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan dengan cara yang mudah. Dengan adanya bantuan internet serta media sosial saat ini mempermudah bagi masyarakat untuk mendapatkan suatu informasi, wawasan, hiburan, serta uang, hal tersebut dapat dilakukan dari konten yang terdapat dalam akun media sosial salah satunya yaitu youtube (Yustiyawan & Ningsih, 2019).

Youtube merupakan *website* dengan jaringan sosial berada di dunia serta dioperasikan oleh Google Inc. Youtube didirikan pada 14 Februari 2005 oleh mantan karyawan PayPal, yaitu Jawed Karim, Steve Chen, serta Chad Hurley. Pada bulan Mei 2005 Youtube mengeluarkan *beta test*, tetapi sebelum menampilkan, yang dilakukan pada bulan November 2005 serta bulan Juli 2006, atau pun setelah 8 bulan diresmikan tercatat 65.000 video yang di *upload* lewat Youtube setiap harinya. Hal tersebut membuktikan bahwa keberadaan Youtube sangat di sukai oleh masyarakat (Wijaya, 2017).

Masyarakat Indonesia mendominasi jumlah pengguna layanan internet, sebab tidak lepasnya dari media sosial seperti Facebook, Twitter, serta Youtube. Dengan perkembangan Youtube memiliki konten yang menarik, yang membuat masyarakat begitu tertarik atas hal tersebut. Banyak dari mereka menggunakan Youtube untuk memenuhi kebutuhan mereka mulai dari hiburan, informasi, pelajaran, serta menambahkan wawasan yang luas. Youtube dapat mudah diakses melalui *SmartPhone* atau komputer yang bisa masyarakat nikmati setiap saat. Hal tersebut dapat membuat masyarakat mempunyai sikap positif dan negatif (Kamhar & Lestari, 2019).

Dengan sikap menjadi suatu perilaku seseorang ke orang lain yang disadari yang terdiri dari komponen kultivasi (Arwani, 2015). Sikap seseorang dapat berubah terkait apa yang dia lihat serta dia dapatkan dari sosok

seorang *public figur* di Youtube.

Public Figure yang bisa kita ketahui seseorang yang dikenal oleh masyarakat luas baik kopotensinya maupun profesinya yang mempunyai pengaruh terhadap masyarakat. seperti selebriti saat ini, menjadi sebuah objek di dunia hiburan, yang mempunyai ciri khas menarik masyarakat untuk mengajak menonton tayangan tersebut. *Public figure* bukan hanya selebriti dari hiburan saja, bisa juga dari tokoh-tokoh olahraga, politik dan lain-lain. Pada penelitian ini mengangkat kasus podcast Raditya Dika, dimana sosok *public figure* di dunia hiburan yang mempunyai ciri khas tersendiri mempunyai konten-konten yang menarik dan mempunyai pengaruh bagi masyarakat supaya menggemari atau menyukai dirinya dan menonton dirinya <http://jatkrmati.blogspot.com/2015/06/makalah-pengaruh-publik-figur-terhadap.html> (diakses pada tanggal 22 November 2021).

Dengan adanya konten yang dibuat oleh *public figure* sangat membantu masyarakat mendapatkan suatu hal. Sedangkan konten sendiri terdiri dari kumpulan suatu dari ide-ide yang dikumpulkan lewat media. <https://tepenr06.wordpress.com/2011/10/26/konten/> (yang di akses pada tanggal 12 April 2020).

Penelitian konten Youtube Raditya Dika yaitu “podcast” yang bernama pord (Podcast Raditya Dika) Raditya Dika sudah memiliki Channel Youtube sejak 29 Juni 2007. Saat ini memiliki 8,9 juta *subscriber*. Sedikit penjelasan tentang podcast. Podcast ialah wujud rekaman audio dimana rekaman tersebut banyak orang bisa mendengarkannya (sekarang ada juga yang berupa video), bermacam jenis yang membahas topik menarik yang bisa didengar. Pada podcast masyarakat juga bisa mendapatkan informasi, ilmu, hiburan, dan pembelajaran sesuai topik yang di inginkan. Podcast pula dapat di dengar kapanpun serta dimana pun kamu lagi menginginkannya. Tidak hanya dapat diakses lewat *streaming*, podcast pula dapat di unduh. Podcast terdapat semenjak tahun 2005. Namun tahun 2007 baru beranjak populer pada golongan masyarakat. Semenjak tahun 2007, masyarakat mulai mengetahui serta mendengarkan podcast. Podcast berasal dari kata *broadcasting* serta pula ipod. <https://idcloudhost.com/mengenal-apa-itu-podcast-dan-tips-dan-tricks-membuatnya/> (diakses pada tanggal 2 Mei 2020).

Peneliti mengangkat konten podcast Youtube Raditya Dika yang berjudul “Apa Bedanya Tabungan dengan Dana Darurat?” Bersama narasumber bernama Prita Ghozie. Prita Ghozie merupakan seorang perencana keuangan yang mau *sharing* cerita seputar keuangan lagi masa pandemi dan awal pembatasan sosial berskala besar (PSBB), sejak tanggal 24 April 2020 yang mempengaruhi ekonomi masyarakat Indonesia menurun.

Dalam episode ini lebih menjelaskan mengenai tips-tips mengelola keuangan yang baik, dan memberi tau atau menjelaskan kapan harus dipakai mulai dari uang tabungan serta dana darurat. Dalam episode ini banyak masyarakat yang senang mendapatkan ilmu, informasi baru, dan

pembelajaran. Episode ini mempengaruhi masyarakat dan bersikap positif dalam membahas finansial, serta sangat membantu masyarakat dalam hal keuangan. Pada episode ini ada sesuatu yang masyarakat dapatkan setelah menonton tayangan ini mulai dari tips-tips, rencana keuangan, serta pengalaman dari seorang narasumber tersebut. Banyak masyarakat yang menyukai acara podcast yang dibawakan oleh Raditya Dika tersebut. Pada objek tujuan penelitian ini yaitu mahasiswa aktif Stikom Interstudi. Konten ini di *upload* pada tanggal 29 Juni 2020 dan mendapatkan *viewers* sebesar 98 Rb. Penelitian ini menggunakan teori sosial kognitif dari Albert Bandura. Teori ini memberikan penjelasan yaitu penonton meniru apa yang mereka amati di media sosial (Youtube), lewat suatu proses pembelajaran hasil dari pengamatan. Dengan menyukai tayangan video di Youtube, masyarakat meniru hal-hal diperlihatkan oleh tayangan tersebut.

Dalam penelitian ini dibentuk sebagai referensi dan wawasan kepada masyarakat mengenai konten podcast Youtube Raditya Dika terhadap sikap masyarakat (Studi Kasus Podcast Episode “Apa bedanya tabungan dengan dana darurat? “Youtube Raditya Dika).

Bersumber pada latar belakang yang sudah dijabarkan, hingga perumusan masalah dalam penelitian ini yaitu “Apakah terdapat pengaruh konten podcast youtube Raditya Dika terhadap sikap masyarakat?” selanjutnya, tujuan penelitian ini ialah, untuk mengetahui pengaruh konten podcast youtube Raditya Dika terhadap sikap masyarakat, dan mengetahui bagaimana sikap masyarakat mengenai konten podcast youtube Raditya Dika.

II. METODOLOGI

Pada penelitian ini memakai paradigma Positivistic, Positivistic merupakan prinsip serta hukum yang mempunyai sifat umum untuk mengatur lingkungan kehidupan sosial bagaimana yang berlaku dalam lingkup fisik. Lewat prosedur objektif, pada peneliti dapat menemukan prinsipnya serta mengaplikasikannya untuk memahami sikap atau perilaku seseorang. Pada pandangan ini, untuk dapat memahami perilaku seseorang harus melakukan pengawasan. Pada peneliti dapat melakukan pengujian hipotesis serta pengumpulan data yang objektif yakni untuk mendapatkan hasil yang bisa di generalisasi kan serta secara sistematis tersebut (Setyosari, 2016).

Pada penelitian ini mempunyai variabel untuk di uji ialah, variabel bebas konten serta variabel terikat tingkatan sikap masyarakat. Metode yang di pakai penelitian ini ialah kuantitatif. Pada Kuantitatif ialah sebuah metode mempunyai sifat factual, induktif, serta ilmiah di mana informasi didapat seperti point ataupun penjelasan yang dinilai, serta dan di telaah dengan analisis statistic. Penelitian kuantitatif memiliki tujuan, dari tujuan kuantitatif untuk tingkatan serta mengenakan bentuk-bentuk teori, matematis serta hipotesis bersangkutan pada kejadian alam. Proses pengukuran ialah belahan yang pokok pada penelitian kuantitatif yakni mengenai ini membagikan ikatan mendasar antara pengamatan pengalaman serta

reaksi matematis dari ikatan-ikatan kuantitatif (Hermawan, 2019).

Berdasarkan uraian di atas dalam penelitian ini paradigma positivistic berkaitan dengan kuantitatif, terdapat hubungan pada variabel. Berdasarkan tujuan penelitian ini menggunakan metode survey dan teori kognitif sosial. penelitian ini, peneliti mau melihat sejauh mana pengaruh konten podcast YouTube Raditya Dika terhadap sikap masyarakat.

III. PEMBAHASAN DAN DISKUSI

A. Uji Validitas

TABEL 1. TABEL UJI VALIDITAS

Item Pertanyaan	Correct Item Pertanyaan Total Correlation (RHitung)	Rtabel	Ket
Konten			
X.1	.481	0.2075	Valid
X.2	.425	0.2075	Valid
X.3	.320	0.2075	Valid
X.4	.308	0.2075	Valid
X.5	.644	0.2075	Valid
X.6	.608	0.2075	Valid
X.7	.430	0.2075	Valid
X.8	.579	0.2075	Valid
Sikap			
Y1	.737	0.2075	Valid
Y2	.344	0.2075	Valid
Y3	.580	0.2075	Valid
Y4	.837	0.2075	Valid
Y5	.730	0.2075	Valid
Y6	.634	0.2075	Valid

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

Dari Tabel 1 dapat diketahui sebanyak 14 Item pernyataan dinyatakan valid dan semua data dapat diolah untuk pengujian berikutnya.

B. Uji Reabilitas

TABEL 2. TABEL UJI REABILITAS

No	Variabel	Chronbach's Alpha	Ket
1	Konten	.508	Reliabel
2	Sikap	.729	Reliabel

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

Dari hasil uji reliabilitas tersebut dapat menunjukkan bahwa seluruh pernyataan dalam kuesioner adalah reliabel atau konsisten, karena mempunyai nilai Chronbach's Alpha > 0,2075.

C. Uji Normalitas

TABEL 3. TABEL UJI NORMALITAS

Deskriptive Statistic					
	N	Min	Max	Mean	Std. Deviation
Konten	64	23	40	32.39	2.882
Sikap	64	12	30	23.86	3.290

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

D. Uji Anova

TABEL 4. TABEL UJI ANOVA

ANOVA ^a						
Model		Sum of Square	df	Mean Square	f	Sig.
1	Regression	337.962	1	337.962	60.952	.000
	Residual	343.772	62	5.545		
	Total	681.734	63			
a. Dependen variabel : Sikap total Y b. Predictor (constant), Konten						

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

Dari uji tabel 4.5 tertera pengujian anova terlihat hasil tersebut dari nilai f = 60,952 dari data point probabilitas sig. 0,000. Probabilitas nilai 0,000 < 0,05 bahwa bentuk tersebut dapat dipakai buat memprediksi kepuasan responden.

E. Uji Regresi Linier Berganda

TABEL 5. TABEL UJI REGRESI LINIER BERGANDA

Coefficient ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	-2.171	3.347		-.649	.519
	Konten	.804	.103	.704	7.807	.000
a. Dependent Variabel: Sikap total						

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

Berdasarkan hasil pengolahan nilai dari tabel diatas dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = -2,171 + 0,804$$

Berdasarkan rumus diatas dapat di uraikan : (1) Konstanta = 2,171. Ini menunjukan nilai konstan, karena jika pada variabel Konten (X), maka dari itu Sikap akan bertambah sebesar 2,171. (2) Pada Koefisien Konten (B1) = 0,804. Variabel Ini bisa dilihat bahwa berpengaruh secara positif terhadap sikap.

F. Koefisien Determinasi

TABEL 6. TABEL KOEFISIEN DETERMINASI

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.704a	.496	.488	2.355
a. Predictors: (Constant), Konten				
b. Dependent Variable: Sikap				

Sumber : Data Penelitian yang Sudah Diolah SPSS 26, 2021

Pada tabel 6 Koefisien Determinasi (Model Summary) bisa dilihat nilai R = 0,704 serta koefisien determinasi (R square) berjumlah = 0,496. Perihal ini bisa dikatakan nilai Konten (X), dapat dipengaruhi 49,6% oleh sikap (Y) serta sisanya sebesar 100% - 49,6% = 50,4% di pengaruhi oleh factor lain. Jika R square makin kecil maka suatu hubungan variabel ke variabel lain tidak kuat atau lemah.

IV. KESIMPULAN

Dalam hasil penelitian ini berdasarkan analisis deskriptif pada Youtube Raditya Dika dengan konten podcastnya yang berjudul apa bedanya tabungan dengan dana darurat responden dalam keseluruhan berkategori baik. Perihal tersebut bisa dilihat dari hasil data tabel yang telah ditampilkan di atas. Oleh karena itu pada Youtube podcast Raditya Dika tersebut mempunyai kegunaan atau manfaat informasi dalam keuangan.

Pada tabel di atas dalam uji regresi linear berganda, nampak kalau variabel konten mempunyai pengaruh positif terhadap sikap. Perihal tersebut membuktikan pada variabel x tersebut memiliki pengaruh yang positif terhadap sikap.

Pada pengujian koefisien determinasi dengan variabel konten bisa dipengaruhi oleh sikap. Perihal tersebut bisa dilihat dari data nilai R serta nilai R^{square}.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ardini, P. P. (2012). Pengaruh Dongeng dan Komunikasi Terhadap Perkembangan Moral Anak Usia 7-8 Tahun. *Jurnal Pendidikan Anak*, 1(1), 44–58. <https://doi.org/10.21831/jpa.v1i1.2905>
- [2] Arwani, A. (2015). Pengaruh Sikap Mahasiswa Muslim Terhadap Minat Pada Bank Syariah. *Jurnal Penelitian*, 12(1), 1–23. <https://doi.org/10.28918/jupe.v12i1.640>
- [3] David, E. R., Sondakh, M., & Harilama, S. (2017). Pengaruh konten vlog dalam youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan politik universitas sam ratulangi. *Jurnal Acta Diurna*, 6(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/actadiurna/article/view/15479>
- [4] Fadlurrahman, R. (2018). Pembuatan Konten Visual Kreatif Harian Untuk Media Sosial Produk Pt. Sinar Sosro Menggunakan Adobe Creative Cloud 2017. 1–7. <https://doi.org/10.5281/zenodo.1313422>
- [5] Fourianalistyawati, E. (2012). Komunikasi Yang Relevan Dan Efektif Antara Dokter Dan Pasien. *Jurnal Psikogenesis*, 1(1), 82–87. <https://doi.org/https://doi.org/10.24854/jps.v1i1.37>
- [6] Hadi, A. R. (2018). Intensi Masyarakat Membayar Zakat Melalui Badan Amil Zakat Kota Banjarmasin Arif. *Jurnal Manajemen*, 1(1), 104–121.
- [7] Hariko, R. (2017). Landasan Filosofis Keterampilan Komunikasi Konseling. *Jurnal Kajian Bimbingan Dan Konseling*, 2(2), 41–49. <https://doi.org/10.17977/um001v2i22017p041>
- [8] Hermawan, I. (2019). Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif, Kualitatif Dan Mixed Methode. Hidayatul Quran Kuningan. https://books.google.co.id/books?hl=id&lr=&id=Vja4DwAAQB-AJ&oi=fnd&pg=PP10&dq=pengertian+kuantitatif&ots=XvBij1W2mp&sig=Q-3kLYV39UPlofWfVpk_o3CnKB4&redir_esc=y#v=onepage&q&f=false
- [9] Iis, E., & Totok, S. (2017). Uji Kelayakan Media Pembelajaran Interaktif Pada Mata Pelajaran Administrasi Server. *Elinvo (Electronics, Informatics, and Vocational Education)*, 2(2), 204–210. <https://doi.org/10.21831/elinvo.v2i2.17315>
- [10] Kamhar, M. Y., & Lestari, E. (2019). Pemanfaat Sosial Media Youtube Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia DI Perguruan Tinggi. *Ilmu Pendidikan*, 1(2). <https://jurnal.unitri.ac.id/index.php/inteligensi/article/view/1356/1126>
- [11] Luviana, A., & Delliana, S. (2020). Pengaruh Terpaan Tayangan Animasi Nussa Official (Cuci Tangan Yuk) Di Youtube Terhadap Perilaku Imitasi Anak. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 3(2), 44–50. <https://ojs.uniska-bjm.ac.id/index.php/mutakallimin/article/view/3726>
- [12] Mahkota, A. P., Suyadi, I., & Riyadi. (2014). Pengaruh Kepercayaan Dan Kenyamanan Terhadap Keputusan Pembelian Online (Studi Pada Pelanggan Website Ride Inc). *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, 8(2), 1–7. <http://administrasibisnis.studentjournal.ub.ac.id/index.php/jab/article/view/359>
- [13] Manossoh, A., Mananeke, L., & Soegoto, A. S. (2015). Analisis perbandingan sikap konsumen terhadap penggunaan produk shampoo clear dan shampoo pantene di winangun. 3(3), 74–80. <https://ejournal.unsrat.ac.id/index.php/emba/article/view/9312/8886>
- [14] Mirzaqon, A., & Purwoko, B. (2018). Studi Kepustakaan Mengenai Landasan Teori Dan Praktik Konseling Expressive Writing Library. *Jurnal BK UNESA*, 8(1), 1–8. <https://jurnalmahasiswa.unesa.ac.id/index.php/jurnal-bk-unesa/article/view/22037>
- [15] Ni'mah, U., Tjahjono, A. B., & Shidiq, G. (2019). Pemanfaatan Internet Sebagai Sumber Belajar Pendidikan Agama Islam. 326–340. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/cois/article/view/8016>
- [16] Nifita, A. T., & Arisontha, E. (2018). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP MINAT BERKUNJUNG WISATAWAN DI TAMAN GEOPARK KABUPATEN MERANGIN. *Jurnal Manajemen Terapan Dan Keuangan*, 7(18), 169–180. <https://doi.org/https://doi.org/10.22437/jmk.v7i2.5490>
- [17] Ningsih, G., Dayyan, M., & Nurjanah. (2019). Pengaruh Promosi, Kualitas Pelayanan dan Pengetahuan Terhadap Minat Masyarakat Berinvestasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah Langsa Barat. *Ihtiyath Jurnal Manajemen Keuangan Syariah*, 3(2), 87–110.
- [18] Pradana, M., & Reventiary, A. (2016). Pengaruh Atribut Produk

- Terhadap Keputusan Pembelian Sepatu Merek Customade (Studi di Merek Dagang Customade Indonesia). *Jurnal Manajemen*, 6(1), 1–10. <https://doi.org/https://doi.org/10.26460/jm.v6i1.196>
- [19] Pratama, A., & Anggraeni, R. (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>
- [20] Putra, A. (2015). Pencapaian Kompetensi Siswa Dalam Pembelajaran Fisika Ditinjau Dari Kompleksitas Konten Dan Tingkatan Proses Kognitif Pada SMA Negeri Di Kota Padang. *Eksata*, 1(16), 53–62. <http://ejournal.unp.ac.id/index.php/eksakta/article/view/5264/4151>
- [21] Rahayu, M., & Aminudin, A. (2013). Kajian Kebahasaan Terhadap Peristilahan Internet. *Epigram*, 10(1), 7–11. <https://doi.org/https://doi.org/10.32722/epi.v10i1.552>
- [22] Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa* (A. Pramono (ed.)). Grasindo. https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=DsRGDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP1&dq=pengertian+komunikasi+massa&ots=dxwROtzRrF&sig=GwLJUBDrdrwsuB4mxikex2rXf57U&redir_esc=y#v=onepage&q=pengertian komunikasi massa&f=false
- [23] Santoso, C. E. E. (2013). Perputaran Modal Kerja Dan Perputaran Piutang Pengaruhnya Terhadap Profitabilitas Pada Pt. Pegadaian (Persero). *Jurnal EMBA*, 1(4), 1581–1590. <https://doi.org/https://doi.org/10.35794/emba.1.4.2013.2963>
- [24] Setyosari, P. (2016). *Metode Penelitian Pendidikan & Pengembangan*. Prenamedia Group.
- [25] Slamet, R., & Aglis, H. A. (2020). *Metode Riset Penelitian Kuantitatif Penelitian di Bidang Manajemen, Teknik, Pendidikan dan Eksperimen*. Deepublish. https://books.google.co.id/books?id=W2vXDwAAQBAJ&pg=P A75&dq=uji+reliabilitas&hl=id&sa=X&ved=2ahUKEwid8_LLqf_rAhWVbysKHWIDD48Q6AEwBnoECAYQA#v=onepage&q&f=false
- [26] Sulidah. (2016). Hubungan Pengetahuan Dan Sikap Masyarakat Terkait Kusta Terhadap Perlakuan Diskriminasi Pada Penderita Kusta. *Jurnal Medika Respati*, XI(3), 53–65. <https://doi.org/https://doi.org/10.35842/mr.v11i3.29>
- [27] Tosepu, Y. A. (2018). *Media Baru Dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik Di Dunia Virtual)*. Jakad Publishing. https://books.google.co.id/books?id=tFnYDwAAQBAJ&pg=PA 185&dq=media+baru&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwib96aM_5vpAhXSgeYKHW0vAM0Q6AEINTAB#v=onepage&q=media baru&f=false
- [28] Widyawati, N., Purwo, A., Utomo, Y., Universitas, I., & Semarang, N. (2020). Tindak Tutur Ilokusi dalam Video Podcast Deddy Corbuzier Tindak Tutur Ilokusi ddy Corbu dan Najwa Shihab pada Media Sosial Youtube. *Jurnal Ilmiah Telaah*, 5(2), 18–27. <http://journal.ummat.ac.id/index.php/telaah/article/view/2377/pdf>
- [29] Wijaya, D. A. (2017). Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Video Iklan Uc Browser “ 10 Cara Nembak Cewek ” Di Youtube Pendahuluan. *E-Komunikasi*, 5(1), 1–12. <http://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/6180>
- [30] Yanuardianto, E. (2019). Teori Kognitif Sosial Albert Bandura (Studi Kritis Dalam Menjawab Problem Pembelajaran di Mi). *Auladuna : Jurnal Prodi Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 1(2), 94–111. <https://doi.org/10.36835/au.v1i2.235>
- [31] Yustiyawan, R. H., & Ningsih, M. (2019). Analisa Pengaruh Promosi Produk Dan Kualitas Produk Terhadap Minat Beli (Studi Kasus Pada Media Youtube Oleh Beauty Vlogger). *Jurnal Eksekutif*, 16(2), 473–484.