

DAMPAK SIGNIFIKAN VIDEO YOUTUBE SATU PERSEN TERHADAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA

Oleh

Muhammad Raihan Ath Thaariq¹, Hudi Santoso², Enden Darjatul Ulya³, Rici Tri Harpin Pranata⁴

^{1,2,3}Prodi Komunikasi Digital Dan Media, Sekolah Vokasi, Institut Pertanian Bogor

E-mail: ¹raihanthariq@apps.ipb.ac.id, ²hudi.santoso@apps.ipb.ac.id,

³endenulya@gmail.com, ⁴ricitriha@apps.ipb.ac.id

Article History:

Received: 01-11-2025

Revised: 21-11-2025

Accepted: 04-12-2025

Keywords: YouTube
Edukatif, Satu Persen,
Komunikasi Interpersonal,
Mahasiswa

Abstract: Penelitian ini bertujuan mengetahui pengaruh video YouTube edukatif Satu Persen terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan angkatan 2023. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan analisis regresi linier sederhana. Hasil penelitian menunjukkan nilai t-hitung sebesar 12,463 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$, menandakan adanya pengaruh signifikan antara video edukatif Satu Persen dan kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,783 menunjukkan bahwa 78,3% variasi kemampuan komunikasi interpersonal dijelaskan oleh video YouTube Satu Persen. Dengan demikian, semakin sering mahasiswa menonton dan memahami konten tersebut, semakin baik kemampuan komunikasi interpersonal mereka.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara mahasiswa memperoleh informasi, salah satunya melalui YouTube yang kini berfungsi sebagai media pembelajaran. Penelitian Ilyas dan Putri (2020) menunjukkan bahwa YouTube efektif meningkatkan keterampilan berbicara dan partisipasi mahasiswa. Media ini juga dapat memengaruhi pola interaksi sosial, sebagaimana ditemukan oleh Putra dan Patmaningrum (2021) yang menyatakan adanya hubungan signifikan antara penggunaan YouTube dan kemampuan komunikasi interpersonal pelajar.

Komunikasi yang efektif memerlukan adanya strategi yang terencana dan adaptif terhadap karakteristik target sasaran. Penerapan strategi komunikasi yang tepat, terutama pada isu yang melibatkan banyak pihak dengan kepentingan berbeda, sangat krusial untuk menciptakan kondisi saling pengertian (*mutual understanding*) dan menghindari konflik (Pranata, Sarwoprasodjo, & Satria, 2021).

Kanal Satu Persen menjadi contoh konten edukatif yang relevan bagi mahasiswa. Riliana dan Yuliana (2023) menemukan bahwa kontennya berpengaruh positif terhadap pemahaman mahasiswa mengenai kesehatan mental dan komunikasi yang lebih reflektif. Dalam konteks penyusunan konten, Sashikirana dan Pranata (2025) menegaskan bahwa

tujuan akhir konten edukatif adalah mendorong tindakan atau perubahan pandangan audiens melalui kerangka persuasif. Selain itu, efektivitas komunikasi eksternal juga dipengaruhi keselarasan pesan, pemilihan saluran, dan kemampuan menarik perhatian audiens (Aisyah & Pranata, 2025).

Namun, penelitian sebelumnya masih jarang membahas pengaruh konten edukatif YouTube secara spesifik terhadap mahasiswa Ilmu Komunikasi. Karena itu, penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh video edukatif Satu Persen terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran pesan dua arah yang bertujuan menciptakan pemahaman dan hubungan sosial yang efektif. DeVito (1997) merumuskan lima dimensi kunci komunikasi interpersonal, yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap suportif (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Model ini dianalisis lebih lanjut oleh Abd Kholiq dkk. (2020) yang menegaskan bahwa kelima dimensi tersebut dapat diukur secara praktis untuk menilai peningkatan keterampilan komunikasi mahasiswa melalui program pembimbingan klasik.

Media Video Edukatif

Video edukatif menggabungkan unsur visual, audio, dan narasi sehingga mampu menyampaikan pesan kompleks secara lebih jelas. Menurut Media Richness Theory (Daft & Lengel, 1986), media dengan banyak isyarat nonverbal akan mengurangi ambiguitas pesan dan meningkatkan pemahaman. Penelitian Santoso & Prasetya (2022) di Universitas Negeri Yogyakarta menunjukkan bahwa penggunaan video tutorial secara signifikan meningkatkan kemandirian belajar sekaligus memfasilitasi komunikasi dalam diskusi daring.

Teori Pembelajaran Sosial

Bandura melalui *Social Learning Theory* menekankan bahwa individu belajar dengan mengamati dan meniru perilaku orang lain. Rahmawati, Mulyadi, dan Azis (2022) membuktikan bahwa video pembelajaran mampu meningkatkan keterampilan komunikasi siswa melalui proses observasi dan imitasi. Ketika mahasiswa menonton video yang menampilkan praktik komunikasi efektif, mereka berpotensi meniru gaya bahasa, ekspresi, dan pola penyampaian pesan yang ditampilkan.

YouTube sebagai Media Pembelajaran

YouTube kini berkembang menjadi platform belajar yang interaktif. Studi *Breaking the Fifth Wall: Two Studies of the Effects of Observing Interpersonal Communication with Content Creators on YouTube* menunjukkan bahwa interaksi kreatorpenonton dapat meningkatkan identifikasi dan pengalaman komunikasi yang bersifat. Di Indonesia, Indriani dan Aisyah (2023) menemukan bahwa intensitas menonton YouTube berpengaruh positif terhadap perkembangan komunikasi interpersonal siswa. Temuan ini mengindikasikan potensi besar YouTube sebagai sarana pembelajaran komunikasi interpersonal, termasuk di tingkat perguruan tinggi.

Kanal Edukatif Satu Persen

Kanal Satu Persen menghadirkan konten pengembangan diri, kesehatan mental, dan keterampilan komunikasi yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa. Berdasarkan

perspektif Social Learning dan Media Richness, paparan konten yang menampilkan contoh komunikasi asertif dan empatik di kanal ini diperkirakan mendorong mahasiswa meniru dan menerapkan pola komunikasi yang lebih efektif dalam keseharian.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif karena data yang diperoleh berupa angka dan diolah menggunakan metode statistik untuk menguji hipotesis yang telah dirumuskan. Pendekatan ini dipilih agar hasil penelitian dapat diukur secara objektif dan menghasilkan temuan yang terverifikasi secara empiris. Penelitian dilaksanakan pada Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan dengan subjek penelitian mahasiswa angkatan 2023. Lokasi dan subjek tersebut dipilih karena relevan dengan tujuan penelitian, yaitu untuk menganalisis pengaruh video YouTube edukatif Satu Persen terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa.

Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Pakuan angkatan 2023. Sampel penelitian diperoleh melalui penyebaran kuesioner secara daring menggunakan Google Form, dan sebanyak 100 responden berpartisipasi mengisi instrumen penelitian. Oleh karena itu, seluruh responden tersebut ditetapkan sebagai sampel penelitian dengan menggunakan teknik non-probability sampling jenis accidental sampling, yaitu siapa saja yang mengisi kuesioner dianggap memenuhi syarat sebagai sampel.

Sebelum dilakukan analisis lanjutan, data yang terkumpul melalui kuesioner diolah terlebih dahulu untuk memastikan kualitas instrumen penelitian. Proses ini meliputi uji validitas untuk menilai ketepatan setiap butir pernyataan dalam mengukur variabel, serta uji reliabilitas untuk menilai konsistensinya. Hasil dari pengolahan dan pengujian instrumen tersebut disajikan pada bagian berikut ini sebagai dasar kelayakan data untuk dianalisis lebih lanjut.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 12 butir pernyataan pada variabel X, seluruh item menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0.196. Hal ini terlihat dari nilai r hitung yang berkisar antara 0.385 hingga 0.770. Dengan demikian, seluruh item dalam instrumen variabel X dinyatakan valid. Artinya, setiap pernyataan pada variabel ini mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur secara tepat dan konsisten. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya, seperti uji reliabilitas dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil uji validitas terhadap 12 butir pernyataan pada variabel Y, seluruh item menunjukkan nilai r hitung yang lebih besar daripada r tabel sebesar 0.196. Hal ini terlihat dari nilai r hitung yang berkisar antara 0.376 hingga 0.577. Dengan demikian, seluruh item dalam instrumen variabel Y dinyatakan valid. Artinya, setiap pernyataan pada variabel ini mampu mengukur aspek yang seharusnya diukur secara tepat dan konsisten. Hasil ini menunjukkan bahwa instrumen yang digunakan layak untuk dilanjutkan pada tahap analisis berikutnya, seperti uji reliabilitas dan pengujian hipotesis.

Berdasarkan hasil uji reliabilitas, variabel X memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,897 dan variabel Y memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,878. Kedua nilai tersebut berada di atas standar reliabilitas yaitu 0,70. Dengan demikian, seluruh item pertanyaan pada variabel X dan Y dinyatakan reliabel, sehingga instrumen penelitian layak digunakan

untuk tahap analisis selanjutnya karena mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten.

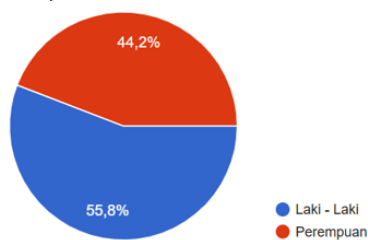
HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Umum Responden

Penelitian ini melibatkan 100 responden yang merupakan mahasiswa aktif Universitas Pakuan angkatan 2023 dari program studi Ilmu Komunikasi. Seluruh responden dipilih menggunakan metode *purposive sampling*, dengan kriteria bahwa mereka pernah menonton video edukatif “Satu Persen” di YouTube minimal satu kali.

Pengumpulan data dilakukan secara daring menggunakan Google Form, dengan skala pengukuran Likert 1–5 (1 = Sangat Tidak Setuju, 2 = Tidak Setuju, 3 = Netral, 4 = Setuju, 5 = Sangat Setuju). Kuesioner mencakup dua variabel utama, yaitu Video Edukatif Youtube Satu Persen (X), dan Komunikasi Interpersonal (Y). Untuk memperjelas karakteristik responden, data dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, usia, dan frekuensi menonton video edukatif sebagai berikut.

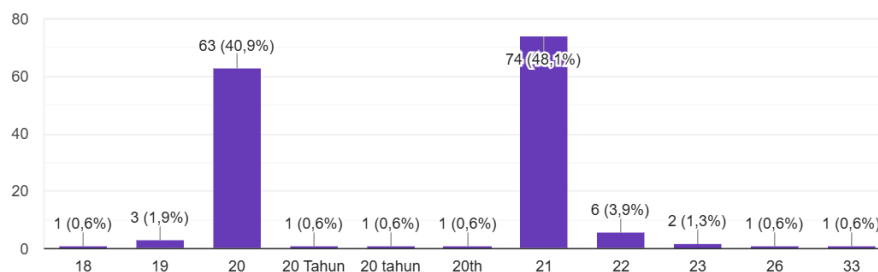
Sebaran Responden Berdasarkan Jenis Kelamin



Gambar 1. Diagram Jenis Kelamin

Berdasarkan Gambar 1, mayoritas responden penelitian berjenis kelamin laki-laki sebanyak 86 orang (55,8%), sedangkan responden Perempuan berjumlah 68 orang (44,2%). Hal ini menunjukkan bahwa partisipasi laki-laki dalam penelitian ini lebih tinggi dibandingkan perempuan.

Sebaran Responden Berdasarkan Usia

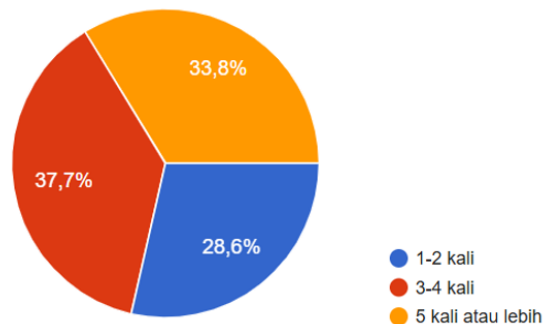


Gambar 2. Diagram Usia Responden

Berdasarkan diagram di atas, dapat dijelaskan bahwa responden penelitian ini didominasi oleh kelompok usia 20 dan 21 tahun. Sebanyak 63 responden (40,9%) berusia 20 tahun, dan 74 responden (48,1%) berusia 21 tahun. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden berada pada rentang usia mahasiswa tingkat awal hingga menengah. Sementara itu, terdapat sebagian kecil responden dengan usia 18 tahun (0,6%), 19 tahun (1,9%), 22 tahun (3,9%), 23 tahun (1,3%), serta masing-masing 1 responden (0,6%) berusia

26 dan 33 tahun. Secara keseluruhan, data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden berusia muda (20–21 tahun) yang secara umum berada pada tahap perkembangan dewasa awal — usia produktif untuk aktivitas belajar dan eksplorasi media digital, sehingga sesuai dengan konteks penelitian yang meneliti perilaku komunikasi melalui media YouTube edukatif.

Sebaran Responden Berdasarkan Frekuensi Menonton Video Edukatif Youtube Satu Porsen



Gambar 3. Diagram Frekuensi Menonton

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa frekuensi menonton video YouTube edukatif Satu Porsen oleh responden bervariasi. Sebagian besar responden, yaitu 37,7%, menonton video tersebut sebanyak 3–4 kali. Selanjutnya, 33,8% responden menonton 5 kali atau lebih, dan 28,6% responden menonton 1–2 kali.

Data ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki tingkat keterlibatan yang cukup tinggi terhadap konten YouTube edukatif Satu Porsen, dengan lebih dari setengah dari total responden menonton tiga kali atau lebih. Hal ini menggambarkan adanya minat dan konsistensi dalam mengakses konten pembelajaran yang disediakan oleh kanal tersebut.

Distribusi Frekuensi

Variabel X (Video Edukatif Youtube Satu Porsen)

Tabel 1 menyajikan hasil distribusi frekuensi variabel X, yaitu Video Edukatif YouTube Satu Porsen, yang diukur melalui dimensi kualitas penyajian, relevansi konten, frekuensi/intensitas menonton, dan daya tarik media. Tabel ini menunjukkan persentase tingkat persetujuan responden pada skala 4 dan 5 terhadap setiap item pernyataan.

Tabel 1 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel X

Dimensi (Item)	Item Pernyataan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P _{pos}	Rata-rata Dimensi
Kualitas Penyajian	Video disajikan dengan visual yang menarik dan jelas.	40%	54%	94%	96%
	Narasi dalam video mudah dipahami.	46%	51%	97%	
	Audio dalam video terdengar jelas dan nyaman diikuti.	44%	53%	97%	

Relevansi Konten	Isi video sesuai dengan kebutuhan mahasiswa komunikasi.	40%	54%	94%	
	Materi video relevan dengan kehidupan mahasiswa komunikasi.	37%	58%	95%	95%
	Video membantu saya memahami topik komunikasi dengan lebih baik.	33%	63%	96%	
Frekuensi/Intensitas	Saya menonton video lebih dari satu kali dalam seminggu.	50%	39%	89%	
	Saya rutin menonton video ketika ada topik baru yang diunggah.	46%	49%	95%	93%
	Saya menyisihkan waktu khusus untuk menonton video.	49%	47%	96%	
Daya Tarik Media	Video membuat saya tertarik untuk menonton hingga selesai.	45%	50%	95%	
	Gaya penyampaian dalam video menarik perhatian saya.	49%	44%	93%	94%
	Durasi video sesuai dan tidak membuat bosan.	45%	50%	95%	

Berdasarkan Tabel 1, secara keseluruhan variabel Video Edukatif YouTube Satu Persen memperoleh tingkat persetujuan yang sangat tinggi. Responden menilai bahwa video memiliki kualitas penyajian yang baik, kontennya relevan dengan kebutuhan mahasiswa, ditonton secara rutin, serta memiliki daya tarik yang kuat. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki persepsi yang sangat positif terhadap video edukatif YouTube Satu Persen sebagai sumber informasi dan pembelajaran.

Varibel Y (Komunikasi Interpersonal)

Tabel 2 menyajikan hasil distribusi frekuensi variabel Y, yaitu Komunikasi Interpersonal, yang diukur melalui dimensi Keterbukaan, empati, kepercayaan diri asertif, dan kemampuan mengelola konflik. Tabel ini menunjukkan persentase tingkat persetujuan responden pada skala 4 dan 5 terhadap setiap item pernyataan.

Tabel 2 Hasil Distribusi Frekuensi Variabel Y

Dimensi (Item)	Item Pernyataan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P _{pos}	Rata-rata Dimensi
Keterbukaan	Saya mudah menyampaikan pendapat kepada teman.	45%	51%	96%	
	Saya bersedia berbagi informasi pribadi kepada orang yang saya percaya.	51%	41%	92%	94%
	Saya terbuka menerima kritik dan saran dari orang lain.	49%	45%	94%	
Empati	Saya berusaha memahami perasaan orang lain saat berinteraksi.	42%	54%	96%	96%

Kepercayaan Diri Asertif	Saya memperhatikan ekspresi wajah dan bahasa tubuh lawan bicara.	44%	51%	95%	
	Saya menempatkan diri pada posisi orang lain ketika berkomunikasi.	38%	59%	97%	
	Saya percaya diri menyampaikan pendapat tanpa menyinggung orang lain.	48%	47%	95%	
	Saya mampu menolak permintaan orang lain dengan cara yang sopan.	55%	37%	92%	93%
	Saya bisa menyatakan kebutuhan pribadi saya secara jelas.	57%	36%	93%	
Kemampuan Mengelola Konflik	Saya mampu menyelesaikan konflik dengan cara yang baik.	49%	44%	93%	
	Saya berusaha mencari solusi bersama saat terjadi perbedaan pendapat.	56%	40%	96%	94%
	Saya tetap tenang dalam menghadapi perdebatan atau konflik.	50%	44%	94%	

Berdasarkan Tabel 2, variabel Komunikasi Interpersonal menunjukkan tingkat persetujuan yang sangat tinggi pada seluruh dimensi yang diukur, yaitu keterbukaan, empati, kepercayaan diri asertif, dan kemampuan mengelola konflik. Responden menyatakan mampu menyampaikan pendapat secara terbuka, memahami perasaan orang lain, bersikap asertif tanpa menyinggung pihak lain, serta mampu menyelesaikan konflik dengan baik. Persentase persetujuan pada seluruh item berada pada kisaran di atas 90%, yang menunjukkan bahwa kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa berada pada kategori sangat baik. Hal ini mengindikasikan bahwa mahasiswa memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang tinggi dalam interaksi sehari-hari.

Pengaruh Video Edukatif YouTube Satu Persen terhadap Kemampuan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,155 ($>0,05$), sehingga dapat disimpulkan bahwa data residual berdistribusi normal dan telah memenuhi syarat untuk dilakukan analisis regresi. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan nilai Tolerance sebesar 1,000 dan VIF sebesar 1,000, yang berarti tidak terdapat gejala multikolinearitas dalam model regresi. Dengan demikian, seluruh asumsi dasar regresi dalam penelitian ini telah terpenuhi.

Berdasarkan hasil analisis regresi, diperoleh persamaan $Y = 21,632 + 0,616X$. Nilai koefisien regresi sebesar 0,616 yang bernilai positif menunjukkan bahwa setiap peningkatan paparan terhadap Video Edukatif YouTube Satu Persen akan diikuti oleh peningkatan kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa. Hasil uji t juga memperkuat temuan ini, di mana nilai t-hitung lebih besar dari t-tabel dengan tingkat signifikansi $<0,05$, sehingga variabel Video Edukatif YouTube Satu Persen terbukti berpengaruh signifikan secara parsial.

terhadap kemampuan komunikasi interpersonal.

Nilai R Square sebesar 0,783 menunjukkan bahwa sebesar 78,3% variasi kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel video edukatif, sedangkan 21,7% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar variabel yang diteliti. Hal ini menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan memiliki kekuatan penjelas yang tinggi. Secara keseluruhan, seluruh hasil pengujian statistik membuktikan bahwa video edukatif dari kanal YouTube Satu Persen berpengaruh positif dan signifikan terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa Komunikasi Universitas Pakuan angkatan 2023. Mahasiswa yang lebih sering mengakses dan menonton konten tersebut cenderung memiliki pemahaman serta keterampilan komunikasi yang lebih baik, sehingga dapat disimpulkan bahwa rumusan masalah dalam penelitian ini telah terjawab secara empiris.

Bentuk Pengaruh Video Edukatif YouTube Satu Persen terhadap Kemampuan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa

Selain membuktikan adanya pengaruh secara statistik, penelitian ini juga menjelaskan bagaimana pengaruh tersebut terbentuk dalam praktik komunikasi mahasiswa. Hasil analisis regresi yang menunjukkan koefisien positif sebesar 0,616 serta nilai signifikansi di bawah 0,05 membuktikan bahwa video edukatif YouTube Satu Persen tidak hanya berpengaruh secara teoritis, tetapi juga nyata dalam membentuk perilaku komunikasi mahasiswa. Dampak tersebut terlihat pada peningkatan kesadaran diri mahasiswa dalam memahami emosi dan pola komunikasi mereka, sehingga lebih mampu mengontrol respons dalam situasi sosial. Selain itu, mahasiswa menjadi lebih jelas dan asertif dalam menyampaikan pendapat, memiliki empati yang lebih baik dalam berinteraksi, serta lebih percaya diri dalam menghadapi situasi komunikasi sosial seperti diskusi kelompok dan public speaking. Nilai R Square sebesar 0,783 turut memperkuat bahwa perubahan-perubahan tersebut sebagian besar dipengaruhi oleh paparan video edukatif Satu Persen. Dengan demikian, rumusan masalah kedua terjawab bahwa pengaruh video YouTube Satu Persen tidak hanya bersifat informatif, tetapi juga membentuk kemampuan dan perilaku komunikasi interpersonal mahasiswa secara nyata, khususnya dalam aspek kesadaran diri, kejelasan pesan, empati, dan kemampuan berinteraksi sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh yang signifikan antara video edukatif YouTube Satu Persen terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa Komunikasi Universitas Pakuan angkatan 2023. Dengan demikian, hipotesis alternatif (H_a) yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh video edukatif YouTube Satu Persen terhadap kemampuan komunikasi interpersonal diterima, sedangkan hipotesis nol (H_o) ditolak.
2. Variasi kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa dapat dijelaskan oleh pengaruh video edukatif YouTube Satu Persen, sedangkan sisanya 21,7% dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian ini, seperti lingkungan sosial, pengalaman organisasi, atau faktor kepribadian. Nilai koefisien positif menunjukkan bahwa semakin sering dan aktif mahasiswa menonton serta memahami konten dari kanal YouTube Satu Persen, maka semakin baik pula kemampuan komunikasi interpersonal yang mereka miliki.

Konten-konten Satu Persen yang membahas topik seperti pengelolaan diri, empati, keterampilan berbicara, dan interaksi sosial terbukti membantu mahasiswa dalam membangun kemampuan berkomunikasi yang lebih efektif, terbuka, dan asertif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Ilyas, M., & Putri, M. E. (2020). *YouTube channel: An alternative social media to enhance EFL students' speaking skill*. J-SHMIC: Journal of English for Academic, 7(1), 77–87. [https://doi.org/10.25299/jshmic.2020.vol7\(1\).4141](https://doi.org/10.25299/jshmic.2020.vol7(1).4141)
- [2] Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2021). *Pengaruh YouTube di smartphone terhadap perkembangan kemampuan komunikasi interpersonal anak*. Jurnal Penelitian Komunikasi, 21(2), 159–172. <https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>
- [3] Riliana, E., & Yuliana, N. (2023). *YouTube "Satu Persen" sebagai sarana komunikasi massa pengembangan diri mahasiswa*. Journal Sains Student Research, 2(1). <https://doi.org/10.61722/jssr.v2i1.482>
- [4] DeVito, J. A. (1997). *Human communication: The basic course* (7th ed.). New York, NY: HarperCollins College Publishers.
- [5] Abd Kholiq, M., Suryadi, A., & Rahman, F. (2020). *Implementasi model komunikasi interpersonal dalam peningkatan keterampilan komunikasi mahasiswa melalui program pembimbingan klasik*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 4(2), 123–135. <https://doi.org/10.32528/jkp.v4i2.2245>
- [6] Daft, R. L., & Lengel, R. H. (1986). *Organizational information requirements, media richness and structural design*. Management Science, 32(5), 554–571. <https://doi.org/10.1287/mnsc.32.5.554>
- [7] Santoso, E., & Prasetya, D. (2022). *Efektivitas penggunaan video tutorial terhadap kemandirian belajar mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta*. Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan, 9(1), 55–64. <https://doi.org/10.21831/jitp.v9i1.36572>
- [8] Rahmawati, D., Mulyadi, R., & Azis, M. (2022). *Penerapan video pembelajaran untuk meningkatkan keterampilan komunikasi siswa berdasarkan teori pembelajaran sosial*. Jurnal Teknologi Pendidikan, 24(3), 187–198. <https://doi.org/10.24114/jtp.v24i3.42765>
- [9] Indriani, R., & Aisyah, N. (2023). *Pengaruh intensitas menonton YouTube terhadap perkembangan komunikasi interpersonal siswa*. Jurnal Komunikasi Pendidikan, 7(1), 44–53. <https://doi.org/10.32528/jkp.v7i1.3251>
- [10] Sashikirana, A. K., & Pranata, R. T. H. (2025). *Implementasi Metode AIDA dalam Penulisan Naskah Iklan Edukasi Penggunaan Air Bersih di Perumda Tirta Pakuan*. Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada Masyarakat, 5(1), 1114–1122. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i1.961>
- [11] Aisyah, A. R., & Pranata, R. T. H. (2025). *Komunikasi Eksternal dalam Program Kehutanan Berkelanjutan Pada Lembaga Alam Tropika Indonesia*. All Fields of Science J-LAS, 5(3), 116–133. <https://doi.org/10.58939/afosj-las.v5i3.928>
- [12] Pranata, R. T. H., Sarwoprasodjo, S., & Satria, A. (2021). *Strategi Komunikasi dalam Gerakan Penolakan Isu Relokasi dan Penutupan Pulau Komodo*. Jurnal Komunikasi Pembangunan, 19(02), 111–123. <https://doi.org/10.46937/19202137066>

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN