

Perilaku Imitasi Pada Youtuber: Studi Pada Siswa SMPN 3 Martapura, Kabupaten Banjar

Syahlan Mattiro¹, Cucu widaty², Muhammad Renaldy³

^{1,2,3}Universitas Lambung Mangkurat

Article Info

Article history:

Accepted: 04 Maret 2022

Publish: 01 April 2022

Keywords:

Imitation;

Social interaction;

Youtuber

Article Info

Article history:

Diterima: 04 Maret 2022

Terbit: 01 April 2022

ABSTRACT

Media sosial mempengaruhi segala aspek kehidupan, salah satu platform media populer yang sangat mempengaruhi saat ini yaitu YouTube yang mudah diakses oleh para remaja. Maka dari itu penelitian tujuan penelitian ini (1) Menemukan proses imitasi pada remaja yang menonton Youtuber oleh siswa SMP Negeri 3 Martapura. (2) Menemukan bentuk imitasi pada Youtuber dalam interaksi yang terjadi pada siswa SMPN 3 Martapura. Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Sumber data dipilih secara Snowball Sampling dengan jumlah partisipan 8 orang siswa. Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi baik langsung atau Daring. Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) proses terjadinya imitasi pada Youtuber didukung dengan aksesibilitas yang mudah berupa sistem YouTube itu sendiri dan lingkungan pergaulannya. Proses imitasi terbagi empat tahap, yaitu atensional berupa memperhatikan Youtubers, retensi berupa menyimpan apa yang ditonton, pembentukan perilaku yaitu dimana perlahan imitasi menjadi perilaku dalam lingkungannya, serta motivasi yaitu adanya motif melakukan perilaku yang diimitasi dalam pergaulannya (2) Bentuk komunikasi dalam imitasi dilakukan. Berbentuk Copying behavior dilihat dari dua bentuk komunikasi. Pertama verbal, berupa kata-kata baik dari mulut atau tulisan secara primer (langsung) atau sekunder (daring). Kedua non-verbal yaitu berupa simbol yang dapat menggambarkan objek milik para Youtuber berupa bisa aksesoris fisik, digital atau juga gestur tambahan yang dilihat pada bentuk interaksi sosial siswa.

Abstract

Social media affects all aspects of life, one of the most influential popular media platforms today is YouTube, which is easily accessible by teenagers. Therefore, the research objectives of this study (1) are to find the process of imitation in teenagers who watch Youtuber by students of SMP Negeri 3 Martapura. (2) Finding forms of imitation on Youtuber in the interactions that occur with students of SMPN 3 Martapura. The method in this study is a qualitative method. The data source was selected by Snowball Sampling with 8 students participating. The data collection used in the research are observation, interviews and documentation either directly or online. The results of the study show that (1) the process of imitation on Youtubers starts with easy accessibility. Like, the YouTube system itself and its social environment. Judging from the process which is divided into four stages, namely attentional, paying attention to Youtubers, retention which is storing what is watched, the formation of behavior where slowly imitation becomes behavior in the environment and is motivational, there is a motive for doing imitation behavior in the association (2) forms of communication in imitation are carried out. Copying behavior is seen from two forms of communication. The first is verbal, in the form of words either from mouth or in writing primarily (directly) or secondary (online). The second is non-verbal, namely in the form of symbols that can describe objects belonging to Youtubers in the form of physical, digital accessories or also additional gestures seen in the form of student social interaction.

This is an open access article under the [Lisensi Creative Commons Atribusi-BerbagiSerupa 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/)



Corresponding Author:

Syahlan Mattiro,

Universitas Lambung Mangkurat

Email: lintangmattiro@ulm.ac.id

1. PENDAHULUAN

Hadirnya internet memicu arus informasi yang semakin mudah untuk diakses. Tidak dapat dipungkiri internet menjadi suatu kebutuhan yang dianggap penting oleh masyarakat untuk memudahkan segala bentuk kegiatan maupun aktivitas sehari-hari (Lee and Conroy 2005).

Internet menjadi awal hadirnya media baru saat ini, dalam perkembangannya internet menyediakan sebuah media dalam jaringan yang disebut media sosial. Media sosial merupakan media daring yang digunakan masyarakat kini untuk kebutuhan jarak jauh dalam memudahkan berpartisipasi, berbagi, dan berinteraksi satu sama lain tanpa ada batasan ruang dan waktu (Tutt 2005). Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna presentasi dirinya saat berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah 2016). Media sosial sendiri hadir dengan berbagai pilihan, adapun yang populer saat ini yaitu platform bernama YouTube. Amerika Serikat YouTube menjadi media utama orang menikmati tayangan video atau televisi (Wisnuhardana 2018).

Pada perkembangannya di Indonesia, media berbasis internet atau media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah YouTube. YouTube menjadi platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh para remaja (Romadhan 2018). Eksistensi media sosial yang hadir akibat meluasnya jaringan internet ini mengakar dalam kehidupan manusia, terlebih pada anak muda. Remaja merupakan generasi pengguna media sosial yang paling aktif. Media sosial dapat diakses oleh berbagai kalangan masyarakat, salah satunya adalah remaja. Media sosial sudah identik dengan anak muda masa kini yang keduanya nyaris tidak dapat dipisahkan (Wisnuhardana 2018). Anak muda sendiri bisa digolongkan pada masa yang mempunyai hasrat-hasrat yang kuat dan cenderung untuk memenuhi hasrat itu semuanya tanpa dibeda-bedakan (Sarlito 2016).

Konten di YouTube memiliki dampak terhadap gaya hidup remaja dan dalam penelitiannya dikhususkan berjenis Vlog. Salah satunya yaitu munculnya gaya hidup hedonis yang dapat dilihat dari aspek minat dan aktivitas mereka (Palinoan 2017). Pada masa remaja terdapat kecenderungan untuk mencari figur idola seperti bintang film atau tokoh-tokoh ternama dan figur untuk diikuti (Kolip 2011). Artinya terdapat kecenderungan meniru seseorang atau sesuatu dilihat remaja. Hal yang diimitasi mendapat perhatian individu, lalu ada sikap menjunjung tinggi atau mengagumi serta taraf pengertian terhadap hal yang diimitasi. Menjadikan YouTube atau isi konten serta pembuat konten di dalamnya objek imitasi remaja (Gerungan W 2010). YouTube merupakan media sosial atau situs video populer ini dibandingkan platform video lain. Memungkinkan informasi menjadi sangat mudah didapat dari adanya akses terhadap jaringan internet, termasuk remaja (Woloshyn and Savage 2020).

Remaja awal merupakan masa bangkitnya akal (ratio), nalar, serta kesadaran diri. Dalam masa ini terdapat energi dan kekuatan fisik yang luar biasa serta tumbuh rasa keingintahuan yang sangat tinggi (Agustiani 2006). YouTube yang menjadi media untuk mencari informasi yang sangat cocok untuk remaja awal. Media berbasis internet ini sangat mudah diakses dan menyediakan banyak informasi di dalamnya yang sangat dibutuhkan oleh remaja (Hobbs and Friesem 2019). Usia remaja awal ini bisa dikategorikan sebagai siswa SMP sesuai dengan persyaratan calon peserta didik kelas 7. Fenomena media baru sekarang membuat mudah mengakses berbagai informasi dalam pencairan di youtube menggunakan smartphone milik remaja tersebut (Tutt 2005). YouTube merupakan media yang sangat dekat dengan keseharian remaja sehingga memungkinkan informasi di dalamnya menjadi mudah diakses dan juga ditiru (Snelson 2015). Imitasi sebagai tindakan manusia untuk meniru tingkah orang lain yang ada di sekitarnya. Imitasi banyak dipengaruhi oleh tingkat kejangkauan indra yaitu dilihat, didengar, dan dirasakan (Harris et al. 2021).

SMPN 3 Martapura merupakan lembaga pendidikan yang ada di kawasan mudah dengan keterjangkauan jaringan internet, selain visi dan misi sekolah yang menekankan penguasaan komputer yang artinya penguasaan teknologi. Serta sebagai SMP sederajat pertama di Martapura yang menerapkan *Smart School System* memungkinkan berbagai komponen pembelajaran melalui teknologi. Hal ini menjadikan para siswa memiliki kapasitas untuk bersinggungan dengan perkembangan teknologi termasuk YouTube. Siswa-siswi sekolah tersebut memiliki Smartphone yang memang memiliki kemampuan untuk mengakses internet, atau YouTube tersebut. Letak sekolah yang lebih strategis dekat perbatasan kota Banjarbaru dan kota Martapura serta dekat

fasilitas hiburan seperti mall atau pusat perbelanjaan. terlebih adanya sistem zonasi memungkinkan para siswa untuk berkumpul di luar sekolah di sekitar lingkungan tempat penelitian. Hal inilah yang menjadi ketertarikan peneliti di dibandingkan dengan siswa di sekolah lain.

Berfokus pada Youtuber sebagai pembuat konten (Content Creator) pada platform YouTube yang semakin hari semakin meluas. Data internasional mendata berbagai *content creator* berbagai platform media sosial. Salah satunya YouTube pada September 2020 jumlah subscriber tiga besar teratas terdapat Atta Halilintar, Ria Ricis dan Jess no limit (SocialBlade 2020). Pada observasi pendahuluan terdapat beberapa siswa yang memakai kata *Ashiyap* untuk menjawab obrolan yang dipopulerkan oleh seorang Youtuber bernama Atta Halilintar atau menggunakan terlihat memakai jaket bermerk AHHA miliknya. Sebagaimana informan kunci menyatakan banyak temannya yang sering menonton YouTube. Lebih lanjut siswa remaja sekolah tersebut ditemukan juga yang sering mengatakan kata atau istilah dalam pergaulan yang sering dikatakan oleh Youtuber.

Salah satunya yang cukup terkenal yaitu kanal YouTube Milyhya yang pada setiap videonya sering menggunakan kata kasar atau kata-kata tertentu yang mereka tiru. Para Youtuber pada *channel* miliknya membawa ciri khas tersendiri untuk menarik perhatian penontonnya misalnya seperti kata-kata, gaya berpakaian, maupun aktivitas-aktivitas pada konten mereka (Balleys et al. 2020). Terdapat dua sisi dampak dari imitasi remaja terhadap para youtuber di youtube yakni berdampak positif dan dampak negatif. Adapun dampak positif bagi remaja seperti inspirasi berkarya, menumbuhkan inovasi dan kreasi yang terinspirasi dari konten youtube, serta dan hiburan. Namun terdapat pula dampak negatif dari perilaku imitasi yakni kehilangan kontrol, berkata kasar, dan meniru perilaku yang tidak baik (Woloshyn and Savage 2020). Hal ini merupakan kondisi yang sangat memprihatikan, maka yang harus diperhatikan untuk mencegah hal ini terjadi adalah dengan pengawasan lebih ketat terhadap konten apa saja yang mereka nonton dan juga orang sekitar harus membangun komunikasi positif dua arah dengan tujuan membimbing secara persuasif pada hal-hal positif.

Penelitian ini berfokus pada indikator bagaimana proses imitasi terjadi dan bagaimana bentuk imitasi dari interaksi dilakukan para siswa SMPN 3 Martapura. Bagaimana terjadinya dan apakah sama dengan para Youtuber yang diikuti pada akun YouTube milik siswa. Berkenaan dengan interaksi yang terjadi, adanya pengaruh media sosial dalam hal ini YouTube, akankah mempengaruhi perilaku dalam berkomunikasi dalam interaksi remaja awal di lingkungan mereka. Maka dari itu peneliti ingin melihat apakah Youtuber ini dapat memberikan dampak berupa kecenderungan mengimitasi pada remaja yang mana yaitu para siswa SMPN 3 Martapura yang dilihat dari proses dan bentuk imitasi serta bagaimana interaksi antara para siswa baik itu di lingkungan sekolah atau di luar sekolah dalam hal ini sesuai pergaulan sesama siswa. Penelitian ini menjadi penting sebab semakin maraknya remaja khususnya siswa SMP Negeri 3 Martapura yang terpengaruh oleh media sosial terutama oleh para youtuber. Oleh karena itu penelitian ini menitikberatkan dalam bagaimana proses imitasi pada youtuber yang dilihat dari awal dan tahapan proses imitasi pada Youtuber yang terjadi serta bagaimana bentuk imitasi yang terjadi dalam interaksi remaja dari adanya Youtuber dan YouTube itu sendiri pada siswa SMP Negeri 3 Martapura.

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berfokus pada menemukan proses imitasi remaja siswa SMP Negeri 3 Martapura dan bentuk imitasi remaja siswa dalam interaksi sehari-hari. Oleh karena itu peneliti menggunakan metode kualitatif karena dirasa tepat untuk menggambarkan keseluruhan situasi secara mendalam remaja siswa SMP Negeri 3 Martapura. Pendekatan kualitatif dipilih dengan pertimbangan agar pendekatan pada informan lebih humanis. Pada pendekatan ini peneliti berusaha menggali cara pandang, cara hidup, selera, atau ungkapan emosi dan keyakinan informan yang diteliti sesuai dengan masalah yang diteliti, juga termasuk data yang perlu dikumpulkan. Peneliti menggunakan metode kualitatif karena dalam metode ini membuat lebih

mudah mengembangkan teori mencari keabsahan data serta menggali lebih dalam tentang data-data baik yang tampak dengan indra ataupun tidak dalam proses penelitian (John Creswell 2010). Data dari informan yang didapat melalui wawancara dicocokkan dengan data hasil dari observasi dan studi dokumentasi yang kemudian diuji validitas dan reabilitasnya. Keabsahan data ini menjadi penting sebab untuk menguji kebenaran suatu data yakni melalui memperpanjang pengamatan, triangulasi, meningkatkan ketekunan, *membercheck*, dan menggunakan bahan referensi (Moleong 2013).

Penelitian dilakukan di lingkungan pergaulan para remaja siswa yang bersekolah di SMPN 3 Martapura. Baik di lingkungan sekolah atau juga di luar lingkungan sekolah dalam batasan lingkaran pergaulannya sebagai sesama siswa sekolah yang sama. Dalam memperkaya data agar lebih kompleks dan mendalam sebagai dampak situasi pandemi Covid-19 ini maka peneliti tidak hanya meneliti di lingkungan sekolah tetapi juga ditempat berkumpulnya informan. Artinya penelitian dilakukan di Martapura dan sekitarnya dengan berfokus ditempat berkumpulnya dimana terjadinya interaksi oleh para siswa SMP Negeri 3 Martapura. Proses penelitian berlangsung di lingkungan SMP Negeri 3 Martapura, pusat pembelanjaan Qmall, dan rumah infoman. Sumber data adalah salah satu hal paling penting dalam proses dan tujuan penelitian.

Ada dua jenis data yang digunakan penelitian sosial, yakni data primer yaitu berupa informasi langsung melalui hasil dari observasi dan wawancara dengan informan serta data sekunder yakni data-data pendukung seperti dari arsip sekolah SMP Negeri Martapura, maupun situs internet. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik snowball sampling atau teknik bola salju dengan jumlah informan 10 orang yaitu 2 orang guru, 5 orang siswa laki-laki, dan 3 orang siswa perempuan. Informan guru dipilih untuk karena dianggap mengetahui interaksi siswa di sekolah. Adapun informan siswa berusia 12-15 tahun dengan kepemilikan smartphone cukup canggih, orangtua sebagian besar kalangan menengah atas dan bertempat tinggal di kawasan perumahan.

Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan yaitu observasi, wawancara, dan studi dokumentasi. Instument observasi dan wawancara secara garis besar menggali mengenai bagaimana proses informan tertarik meniru youtuber, bentuk –bentuk imitasi informan apa saja terhadap youtuber. Adapun dalam teknik studi dokumentasi peneliti mengambil gambar dan data mengenai latar belakang siswa tersebut. Penelitian ini dilakukan pada bulan maret 2020 sampai bulan juli 2020 (5 bulan). Peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif dengan langsung menemui infoman dan menggali bagaimana mereka menggunakan media sosial youtube, selain itu peneliti mengamati dan menanyakan terkait gaya mereka menggunakan aksesoris-aksesoris youtuber. Tidak hanya itu, peneliti juga memperkaya data dengan menelaah arsip data sekolah SMP Negeri 3 Martapura. Dalam kekhasan penelitian kualitatif yang menjadi instrumen atau alat penelitian salah satunya peneliti itu sendiri sebagai otak penelitian dan dibantu komponen lainnya. Peneliti bertindak sebagai yang pembuat, pengggali data, penelaah, dan penafsir dari data tersebut. Ini artinya proses pengumpulan data peneliti menggunakan diri sendiri sebagai penggerak serta komponen utama. Peneliti sebagai instrumen juga “divalidasi” melalui teknik-teknik keabsahan data.

Tabel 1. Rekapitulasi Data Penelitian

Nama Informan (Siswa)	Proses Imitasi	Bentuk Imitasi
Mela	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Cintia	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Sri	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Haidah	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal

Zaki	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Jani	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Romy	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal
Agus	Atensional, Ritensi, Pembentukan Perilaku, Motivasional	Verbal dan Non Verbal

Teknik analisis data pada penelitian ini berupa tahap pertama reduksi data yakni peneliti menghimpun semua data yang didapatkan dari lapangan, kemudian peneliti memilah data mana saja yang relevan yang akan digunakan untuk disajikan dalam hasil penelitian. Tahap kedua yaitu penyajian data, peneliti menyusun uraian narasi yang berisi hasil penelitian yang telah direduksi. Dan tahap ketiga penarikan kesimpulan yaitu peneliti mengambil kesimpulan yang didasarkan pada fokus penelitian.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

3.1 Proses Imitasi *Youtuber* Pada Siswa SMP Negeri 3 Martapura

Proses dari adanya kecenderungan perilaku imitasi oleh para siswa SMP Negeri 3 Martapura kepada *Youtuber* disini. Proses atau tahap-pertahap dari imitasi yang dilakukan terhadap perilaku *Youtuber* yang diikuti. Imitasi sendiri menurut (Kolip 2011) dijabarkan sebagai tindakan manusia untuk meniru tingkah orang lain atau media di sekitarnya. Jadi dengan mengetahui adanya akses awal terhadap objek yang ditiru merupakan salah satu komponen yang penting maka melihat proses meniru yang dilakukan

Bermula pada aksesibilitas terhadap *Youtuber*, dimana *Youtuber* disini merupakan pembuat konten dalam platform *YouTube*. Kemudahan mengakses konten para *Youtuber* ini karena akses terhadap platform *YouTube* itu sendiri yang sangat mudah dicapai dan merupakan aplikasi umum pada setiap produk *smartphone* (Nasrullah 2016). *YouTube* salah satu situs berbagi media (media sharing), jenis media sosial memfasilitasi penggunaanya untuk berbagi berbagai media, mulai dari dokumen, video, gambar dan sebagainya. Menjadikan berbagai informasi dapat ditemui di *YouTube* (Balleys et al. 2020).

Youtube merupakan Sebagai sebuah platform media sosial yang menunjang proses imitasi. Imitasi adalah proses kognisi untuk melakukan tindakan atau aksi yang melibatkan indra sebagai penerima rangsangan untuk mengolah informasi dengan kemampuan aksi (Syam 2012). Maka untuk melihat bagaimana proses imitasi terjadi secara lebih bertahap serta untuk mengetahui akses terhadap objek yang diimitasi dapat terjadi, harus dicari akarnya terlebih dahulu mengapa siswa dapat dengan mudah mengakses *youtube*.

1. Akses Awal Siswa Mengetahui *YouTube*

Sebagai sebuah media atau Platform, sebelum melihat adanya proses imitasi kepada *Youtuber*. Maka awalnya melihat dari akses awal pada adanya platform *YouTube* memberikan kemudahan akses untuk didapat dan ditiru sesuai konteks imitasi yang mana sebagai berikut.

Tabel 2. Akses Terhadap *YouTube*

Sistem <i>YouTube</i> sendiri	Lingkungan dan Pergaulan
1. <i>YouTube</i> menjadi aplikasi yang umum dan memang sudah terinstal dalam <i>smartphone</i> setelah dibeli. 2. Kepemilikan <i>Smartphone</i> , siswa jadi dapat menemukan <i>Youtuber/Konten creator</i> .	1. Pengaruh teman yang langsung memberitahu adanya <i>YouTube</i> dan <i>Youtuber</i> tertentu. 2. Mencari tahu sendiri suatu informasi terkait, seperti tentang suatu topik dalam bergaul terkait tren atau sekolah dengan materi

Akses terhadap media yang bernama *YouTube* ini menjadi pengaruh besar dalam proses terjadinya imitasi. Karena kepemilikan *Smartphone* bagi para siswa memudahkan akses terhadap menonton melalui platform bernama *YouTube*. Perkembangan teknologi seperti sejalan dengan definisi media sosial itu sendiri. (Wisnuhardana 2018) dikatakan media sosial menciptakan ruang bagi manusia untuk mengekspresikan pikiran dan perasaannya, serta mendapatkan respon.

Aplikasi *YouTube* lebih dahulu ada dalam *smartphone* yang menjadikan akses terhadap konten-konten para *Youtuber* menjadi mudah diakses karena algoritma *YouTube* dalam sistem berita daring (Dean and Forray 2018). Bahwanya dalam algoritma *YouTube*, bahwa ketika membuka situs atau aplikasinya, menemukan informasi dan rekomendasi video atau kanal yang dibangun oleh sistem *YouTube* itu sendiri. Kepopuleran *YouTube* bahwa setiap harinya dapat menyentuh 95% populasi internet dunia menghasilkan miliaran penayangan, dengan durasi ratusan juta jam (Hou 2019). Selain sistem dan keterjangkauan *YouTube* lingkungan pergaulan dan sosial juga berpengaruh dimana para informan yang mengenal *YouTube* dari teman sepergaulannya dimana terjadi interaksi antar mereka, dikatakan (Gerungan W 2010) interaksi sosial adalah hubungan antara individu. Hal ini kelakuan individu yang satu mempengaruhi, mengubah, memperbaiki kelakuan individu lain.

Secara proses lebih lanjut untuk dikatakan imitasi ada beberapa syarat yang harus dilewati agar dikategorikan sebuah imitasi. Agar dapat disebut sebagai sebuah imitasi, pertama hal yang diimitasi harus dapat perhatian atau memperhatikan individu tersebut terlebih dahulu agar dapat diimitasi. Kedua harus terdapat sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal-hal yang diimitasi. Terakhir terdapat taraf pengertian yang cukup terhadap hal-hal yang akan diimitasi (Gerungan W 2010).

2. Tahapan Proses Imitasi

Secara tahapan prosesnya perkembangan proses imitasi dalam masyarakat sebagai suatu rangsangan pikiran. Lalu, ide baru akan selalu diimitasi dan disebarkan oleh banyak orang dalam masyarakat (Gerungan W 2010). Terjadinya imitasi bahwa perilaku imitasi dipengaruhi oleh empat proses, yaitu proses atensiomal, retensi, pembentukan perilaku dan motivasional. Adapun pengertian serta pembahasannya dijabarkan sesuai apa yang ditemukan (Olson 2017).

a. Proses Atensiomal

Sebelum objek imitasi dapat dipelajari (tiru), maka model imitasi harus diperhatikan (Olson 2017). Proses ini dilakukan dengan mengetahui sumber untuk ditiru dalam konteks ini yaitu para *Youtubers*. Kemudahan yang diberikan oleh aplikasi *YouTube* tersebut terlihat bahwa sistem *Subscribe* memungkinkan orang dapat mengikuti segala kegiatan kanal tertentu. Dimana setiap ada unggahan baru atau pemberitahuan dari akun tertentu pastinya di *smartphone* mendapatkan pemberitahuan akan video terbaru.

Hal ini juga terjadi kepada semua informan yang mengikuti seperti kanal Atta Halilintar, Jess No limit atau Milyha, Nafisa Fadela, Hi Patrick dan lain sebagainya. Secara sistem *subscriber* itu sendiri memungkinkan untuk melihat setiap konten yang dibuat seorang *Youtuber*, lalu mengetahui dan mendapat notifikasi video baru dan akhirnya ditonton dan diperhatikan.

b. Proses Ritensi

Poses retensi menjadikan informasi yang sudah diperoleh dari hasil pengamatan diingat atau disimpan untuk selanjutnya diproses dalam proses pembentukan perilaku (Olson 2017). Sebagai seorang remaja pada masa sangat ingin tahu dan berkembangnya proses berfikir menandai dan menyimpan memori apa yang dilihat. Penelitian ini melihat apa yang di tonton di *YouTube* dan dengan objek tontonan para *Youtuber* (Winther 2013). Konten pada platform ini berformat visual-audio atau secara garis besar *Vlog* (video blog) dimana menjadi berbagai kemasan baik *Gaming*, *Review*, *Tutorial*, maupun informasi berbagai macam bentuk yang mudah disimpan dan di proses nantinya

sesuai hakikat sebagai media social. *YouTube* merupakan media sosial yang kontennya adalah video (visual dan audio) (Nasrullah 2016).

Informan mengamati langsung video tersebut melalui kanal *Youtube* yang *disubscribe* lalu di simpan, ditonton berulang-ulang. Imitasi dipengaruhi oleh tingkat kejangkauan indra, yaitu dilihat, didengar, dan dirasakan. Pengaruh inilah yang perlahan mulai membentuk informan dalam melakukan imitasi dari yang meniru apa yang mereka tonton di konten *Youtuber* yang mereka ikuti (Barton and Ledford 2018).

c. Pembentukan Perilaku

Pada proses pembentukan perilaku, proses ini memiliki peranan menentukan hal-hal yang telah dipelajari kemudian diterjemahkan dalam tindakan yang dilakukannya. Proses ini terjadi setelah dari proses atensional dan proses retensi berupa informasi yang telah terproses menjadi sebuah perilaku dan perlahan kebiasaan (Olson 2017). Hubungan historis antara akibat tingkah laku yang terjadi dalam lingkungan aktor dengan tingkah laku yang terjadi. Akibat dari yang terjadi sebelumnya mempengaruhi tingkah laku yang terjadi di masa sekarang. Dengan mengetahui apa yang ada dimasa lalu maka akan bertingkah laku yang sama (mengulangnya) dalam situasi sekarang (Ritzer 2002).

Informasi yang ditonton dari *YouTube* melalui para *Youtuber* mulai jadi bentuk perilaku seperti penggunaan kalimat-kalimat seperti kata "Anjay" atau "Halo Guys". Hal inilah menjadi kebiasaan sehari-hari dan ditambah pengaruhnya dari lingkungan menambah intensitas berulangnya tingkah laku yang sudah ditiru menjadi kebiasaan sehari-hari.

d. Proses Motivasional

Merupakan proses menyediakan alasan atau motif apa-apa saja yang telah dipelajari dan observasi untuk seseorang melakukan perilaku (Olson 2017). Dalam kasus ini para informan terlihat secara langsung menggunakan bahasa *Youtuber* terkait atau ada juga yang menggunakan atau menyama-nyamakan suatu simbol atau benda dari *Youtuber* terkait yang para informan *subscribe* atau ikuti (Rihl and Wegener 2019). Pada tahap ini imitasi terhadap suatu objek dari seorang *Youtuber* mulai terlihat dan perlahan digunakan pada kehidupan sehari-hari (Winther 2013). Salah satu motivasi mereka menggunakan bahasa atau aksesoris para *Youtuber* ini, yaitu lingkaran pergaulan dan memang terbawa begitu saja dalam pergaulan.

Dari beberapa proses imitasi tersebut diatas proses imitasi yang menarik pada siswa yakni proses atensional atau memperhatikan objek imitasi. Dengan kepemilikan *smartphone* memudahkan mereka untuk menonton para *youtuber* dan jika mereka menyukainya maka siswa akan menekan tombol *subscribe* maka mereka akan terus berlangganan konten-konten *youtube* dari *youtuber* tersebut. Pada proses ini siswa akan terus-menerus menonton bahkan memperhatikan bagaimana isi dari konten tersebut.

3.2 Bentuk Imitasi Pada *Youtuber* dalam Interaksi Remaja Pada siswa SMPN 3 Martapura

Imitasi yang dilakukan para informan ini sebagaimana seorang remaja tentunya bergaul merupakan hal biasa untuk seumuran para mereka. Sesuai dengan kisaran remaja awalpun para siswa di informan sendiri berdasarkan data administrasi umur siswa berkisar 12 sampai 15 tahun. Hal ini sesuai apa yang dikatakan (Santrock John W 2003) dimana masa remaja dimulai kira kira usia 10 sampai 13 tahun. Dimana masa remaja awal kira-kira sama dengan usia sekolah pertama dan berkisaran 12-15 tahun.

Berfokus pada para informan, sebagai seorang remaja mengimitasi *Youtuber* lalu dibawanya dalam berkomunikasi pada interaksi sehari-hari. Umumnya terjadi pada sekolah atau lembaga pendidikan berinteraksi satu dengan lain baik itu hanya bertegur sapa disekolah ataupun diluar sekolah. Berkenaan dengan interaksi para remaja ini pastinya terdapat imitasi yang dibawa dari *Youtuber* yang ditonton dan dibawa dalam pergaulan. Dampak imitasi memiliki peranan penting dalam interaksi sosial yang mana positifnya dapat mendorong seseorang untuk memenuhi kaidah norma yang berlaku. Namun juga terdapat hal negatif,

misalnya peniruan tindakan serta dapat melemahkan dan mematikan daya kreasi (Soekanto 2017). Interaksi yang dilakukan para siswa dalam imitasi yakni contoh-mencontoh, tiru-meniru, ikut-mengikuti. Perkembangan proses imitasi dalam masyarakat sebagai suatu rangsangan pikiran (Gerungan W 2010).

Bentuk imitasi yang terlihat dari temuan berpola sama dengan bentuk *Copying behavior* (perilaku menyalin), Perilaku ini terjadi ketika seseorang melakukan perilaku sesuai dengan perilaku orang lain. Perilaku meniru atau menyalin merupakan suatu perilaku yang didasarkan atas pengamatan yang jelas terhadap model (Olson 2017). Sebagaimana bentuk imitasi terhadap konten para *Youtuber* yang berupa kata atau bahasa serta benda-benda tertentu dan gerakan yang terlihat dari interaksi para siswa SMPN 3 Martapura tersebut.

Imitasi menjadi faktor dalam interaksi sosial, dimana imitasi bukan hanya pada tahap kata, melainkan juga makna dan tindakan atau tingkah laku tertentu. Dimana dalam interaksi sosial yang ditemukan mencakup berbagai tempat serta bentuk komunikasi (Nurani 2016). Terlihat bahwa terdapat informan yang mengobrol atau beraktivitas baik dilingkungan sekolah seperti depan kelas, kantin, tempat-tempat berkumpul di sekolah atau diluar sekolah seperti rumah teman atau ruang publik seperti Qmall atau melalui perantara media komunikasi yaitu media daring. Interaksi terjadi antara siswa atau informan terjadi sesuai syarat interaksi sosial. Dengan adanya kontak sosial dan adanya komunikasi (Soekanto 2017).

Interaksi Sosial informan lebih terlihat pada kerja sama. Hal ini dapat dilihat dari komunikasi yang dilakukan dari interaksi para informan lakukan. Imitasi yang mereka lakukan dapat dilihat pada penyampaian dalam kontak dan komunikasi sosial dibagi menjadi dua yaitu verbal dan non-verbal (Pfister et al. 2013). Adapun komunikasi verbal umumnya menggunakan bahasa dan berbicara dengan orang lain serta bagaimana cara berpikir dan mengembangkan makna kata-kata. Adapun bentuk non-verbal berupa simbol-simbol. Pada para informan selama penelitian ditemukan dua jenis komunikasi ini.

1. Imitasi pada *Youtuber* dalam Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal umumnya menggunakan bahasa dan berbicara dengan orang lain dan juga bagaimana cara kita berpikir dan mengembangkan makna kata-kata yang kita gunakan (Pfister et al. 2013). Komunikasi ini paling banyak dipakai dalam hubungan antar manusia. Melalui kata-kata, mengungkapkan perasaan, pemikiran, gagasan, atau maksud, menyampaikan fakta, data, dan informasi. Umumnya diketahui setiap *Youtuber* memiliki kata sapaan berupa kata-kata disetiap memulai videonya dan yang paling populer adalah kalimat *Hey guys* yang mana bahasa Inggris dari "Hei semuanya" dikatakan oleh siswa.

Maka dilihat dari proses sebelumnya juga ditemukan bagian tertentu yang diimitasi khususnya oleh informan peneliti pada *Youtuber* tertentu. Kata "*Hey Guys*" atau "*halo guys*" merupakan kalimat atau kata sapaan merupakan hal yang biasa di komunitas *Youtuber*. Sapaan dan kata-kata seperti di atas merupakan bentuk obrolan sehari-hari para informan dan juga bentuk imitasi pada *Youtuber*. Para informan biasanya menggunakan media sosial seperti *WhatsApp* dan Instagram. Lebih lanjut pada bentuk interaksi atau imitasi verbal yang ditemukan peneliti pada para informan terhadap banyak *Youtuber*. Akan tetapi memiliki pola atau proses imitasi dan interaksi yang sama di lingkungan pergaulan siswa.

Komunikasi yang dilakukan dengan kontak secara langsung tatap muka atau melalui perantara dalam kasus ini perangkat gawai teknologi komunikasi (Bae 2021). Terjadinya interaksi dalam berkomunikasi melalui kontak sosial primer dan sekunder. Pada kontak sosial primer, yaitu kontak sosial yang terjadi secara langsung antara seseorang dengan orang atau kelompok lain secara tatap muka sedangkan kontak sosial sekunder terjadi melalui perantara baik sifatnya manusiawi ataupun menggunakan teknologi (Bungin 2014). Secara primer atau sekunder interaksi yang dilakukan dari imitasi para informan meliputi penggunaan kata unik baik itu sesuatu yang khas dari suatu *Youtuber* tertentu.

Atta Halilintar sering sekali memakai bahasa atau kata khas yang di katakan Atta dalam videonya, seperti "*Hey Guys*" atau "*yo yo Ateam*" yang digunakan untuk menyapa, lalu kata "*Ashiap*" dengan nada melengking untuk merespon suatu obrolan. Bahkan penggunaan Bahasa Inggris seperti "*Work hard pray hard*". Pola kata-kata serupa menjadi ciri khas

suatu *Youtuber* dan pada pergaulan remaja pada informan menjadi objek imitasi yang dilakukan mereka dan menjadi perilaku dalam pergaulan sehari-hari

Perbincangan setelah jam sekolah banyak kata-kata unik maupun khusus. Dimana kata-kata tersebut acapkali diucapkan juga oleh *Youtuber*. Dalam perbincangan ini peneliti menyadari kata khas berasal dari banyak *Youtuber* seperti *Cok* yang memang umum bagi *Youtuber Mylihya* dan *Hi Patrick*. Selain perbincangan tatap muka juga ditemukan perbincangan melalui media elektronik atau merupakan kontak sosial sekunder dari penggunaan Smartphone dengan aplikasi media sosial salah satunya Whatsapp.

Seperti Chat grup dan Chat pribadi, bahkan menjadi diksi tersendiri pada status media sosial pribadi pada para *Youtuber* yang diekspresikan melalui media sosial. Media sosial sebagai media yang mawadahi kerja sama antara pengguna yang menghasilkan konten (Knowles et al. 2014). Sehingga berbagai konten berbentuk kata-kata yang diimitasi merupakan bagian dalam perbincangan dan obrolan sehari-hari para remaja ini yang berbentuk interaksi dengan kerjasama.

Kata khas *Youtuber* ini digunakan dalam banyak konteks saat berinteraksi pada situasi dan tempat yang beragam. Selain obrolan, salah satunya bermain Game dimana dalam istilah mereka *Mabar* dengan berkomunikasi langsung ataupun dari jauh. Melihat juga sebagian besar *Youtuber* memiliki konten bermain *Game*. Bentuk yang paling terlihat yaitu interaksi berbentuk kerja sama atau bahkan persaingan. Beberapa kata yang ditemukan peneliti golongan sebagai berikut.

Tabel 3. Imitasi Pada *Youtuber* Berbentuk Verbal Terlihat Pada Para Siswa

No	<i>Youtuber</i>	Jenis	Kata/kalimat
1	Secara umum	Kata sapaan / Panggilan	Guys/ Geis Hey Hallo
		kata ekspresif	Anjay Santuy Skuy
2	<i>Youtuber Gamer</i> secara umum	Kata serapan dari/saat bermain <i>Game</i> yang dipakai <i>Youtuber</i>	<i>Mabar</i> GG/OP Ngekill Ngendok Kambek Ngespam Ngestak Buff, dll
3	Atta Halilintar	Sapaan / Panggilan	Yoo yoo Yo A-team
		Kata Khas	Ashiap
		Bahasa Inggris (kalimat khas)	<i>Work Hard Pray Hard</i>
4	Mylihya	Imbuhan/ serpahan	Cok/ Cuk
5	Hei Ptrick	Kata Imbuhan	Lur/Slur Joss Gasken Blar
6	Jess No limit	Bahasa Inggris (kalimat Khas)	<i>Belive your self and never surrend-er</i>
		Kata Imbuhan	Boss

Dijabarkan dalam mengimitasi dan disalurkan melalui cara berkomunikasi para remaja tersebut meliputi pada cara menyapa, imbuhan tertentu, kalimat ekspresif atau serpahan, serapan dari *Game*, kalimat bahasa Inggris atau kata tertentu yang melekat pada seorang *Youtuber*.

2. Imitasi Pada *Youtuber* dalam Komunikasi Non-verbal

Komunikasi non-verbal adalah komunikasi dari interaksi yang dilakukan tidak menggunakan tutur kata. Berupa simbol yang menggambarkan suatu objek dan benda tertentu yang memiliki makna dalam penyampainya. Tentu adalah simbol khas tertentu yang berkaitan dengan konten seorang *Youtuber* (Pfister et al. 2013).

Merek atau *brand AHHA* yang merupakan aksesoris dari *Youtuber* Atta Halilintar pakai disetiap videonya. Merek *AHHA* merupakan sebuah simbol bahwa mereka merupakan bagian dari *subscriber* atau mengidolakan Atta Halilintar. Hal seperti ini dapat dikatakan bahwa suatu benda tertentu sebagai simbol yang memberitahu bahwa adanya kesamaan pada *Youtuber*. Menyamakan hal yang digunakan *Youtuber* tersebut ditemukan aksesoris yang sama-sama digunakan *Youtuber* seperti *Bunny hat* yang sesuai *Youtuber* yang diikuti misalnya Nafisa Fadila atau gerak atau *gesture* bergaya imut dan lucu seperti Jessica Jane.

Menyamakan benda baik berupa *i Game mobile* dalam *Smartphone* atau komponen dalam *Game* contohnya fitur dalam sebuah *Game* yang juga dimainkan *Youtuber* yang sedang diikuti diantaranya seperti *Game PUBG* di kanal Myliya atau pada *Game Moblie Legend* yang ada pada konten-konten Jess no limit dan Hi Patrick, menggunakan komponen serupa bermain *gamenya*, menyamakan *Hero* seperti menggunakan *Hero* dan *Skin* bernama Jhonson dalam kanal Hi Patrick.

Befokus pada Atta Hallilintar, imitasi saat mengatakan *Ahsiap* ada gestur tangan digerakan ke depan. Selain Atta sedikitnya yang melakukan gerakan menjentikan jari sebagaimana Nessie Judge. Adanya benda atau gestur khas melihat dari para informan dapat dilihat dari *Youtuber* mana saja asalnya. Objek fisik dan digital menyebar luas dan ditandai dari *Youtuber* yang ditonton, begitu juga pola pada gerakan yang menyertainya. Maka itu peneliti menggolongkan jenis perkataan atau bhasa khas tersebut sebagai berikut:

Table 3. Imitasi Pada *Youtuber* Berbentuk Non-Verbal Terlihat Pada Para Siswa

No	<i>Youtuber</i>	Jenis	Bentuk
1	Atta Halilintar	Benda fisik Gestur dan intonasi	Pakaian Aksesoris <i>Hoodie AHHA</i> Garakan badan dan suara
2	<i>Youtuber Gaming:</i> Hi Patrick	Benda Digital / virtual	Bermain <i>Game Mobile Legend</i> Memainkan <i>Hero</i> dan <i>Skin</i> yang Sama
3	Jess No Limit		<i>Game</i> yang sama <i>Mobile Legend</i> <i>Hero</i> sama
4	Nafisa Fadela	Benda	<i>Bunny Hat</i> (topi aksesoris binatang)
5	Jesica jane	Gestur	Bertingkah Lucu
6	Nesie Judge	Gestur/ intonasi	Jentikan Jari

Ditemukan para informan sedikitnya secara non-verbal terdapat imitasi pada *Youtuber* yang mereka ikuti. Hal tersebut terlihat sesuai dengan perilaku menyalin dengan mengimitasi yang dilihat dari *Youtuber* yang diikuti lalu ada pada interaksi dalam berkomunikasi (Literat and Kligler-Vilenchik 2021). Seperti benda yang berupa aksesoris yang juga digunakan *youtuber* tertentu baiktu benda fisik atau digital seperti *game* serta fitur di dalamnya gerakan dalam bertingkah atau gestur yang menyertai. Imitasi bentuk

perilaku menyalin ini terlihat pada komunikasi verbal dan non-verbal. Dimana para informan terlihat dari interaksi mereka baik berbentuk kerjasama bahkan persaingan. Berkisar dari kata-kata atau bahasa baik langsung atau tidak serta berbagai benda dan gerak.

4. KESIMPULAN

Proses imitasi Youtuber oleh remaja pada siswa SMPN 3 Martapura awalnya dari aksebilitas yang mudah. Pertama sistem dari YouTube sendiri. Kedua, lingkungan dan pergaulan serta lingkungannya. Terjadi tahapan proses imitasi dimana, (a) Atensional, kemudahan memperhatikan karena YouTube memiliki sistem subscribe para Youtuber. (b) Retensi, konten yang format visual-audio memudahkan siswa mengkonsumsi format tersebut melalui Youtuber yang dilihat dan menjadi perilaku. (c) Pembentukan perilaku, pada tahap inilah informasi yang ditonton tadi mulai jadi bentuk perilaku seperti penggunaan kalimat dan lainnya atau benda dan gerakan para youtuber. (d) Motivasional, Tahap adanya alasan mengimitasi yaitu pada untuk bergaul dan berinteraksi satu sama lain.

Bentuk imitasi para remaja di SMPN 3 Martapura pada Youtuber berbentuk copy behavior, Terlihat dari interaksi dalam berkomunikasi yang dilakukan. Pertama verbal dilontarkan berbentuk lisan dari mulut maupun berbentuk tulisan. Secara primer (langsung) atau secara sekunder (daring) seperti Chatting maupun status media sosial pribadi. Secara Non-verbal atau berupa simbol yang dapat menggambarkan hal milik para Youtuber, seperti aksesoris, benda fisik dan digital yang memiliki asosiasi pada Youtuber serta gestur dilihat pada bentuk interaksi.

5. UCAPAN TERIMAKASIH

Penelitian ini dapat dilaksanakan dengan baik dengan dukungan dari berbagai pihak. Peneliti mengucapkan terimakasih kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat (LPPM) Universitas Lambung Mangkurat Banjarmasin yang telah mendukung penelitian ini melalui sumber dana PNBP Universitas Lambung Mangkurat tahun 2021.

6. DAFTAR PUSTAKA

- Agustiani, H. 2006. *Psikologi Perkembangan, Pendekatan Ekologi Dengan Konsep Diri Dan Penyesuaian Diri Pada Remaja*.
- Bae, Sung Man. 2021. "The Moderating Effect of the Perception of Cyber Violence on the Influence of Exposure to Violent Online Media on Cyber Offending in Korean Adolescents." *School Psychology International* 42 (4): 450–61. <https://doi.org/10.1177/01430343211006766>.
- Balleys, Claire, Florence Millerand, Christine Thoër, and Nina Duque. 2020. "Searching for Oneself on YouTube: Teenage Peer Socialization and Social Recognition Processes." *Social Media and Society* 6 (2). <https://doi.org/10.1177/2056305120909474>.
- Barton, Erin E., and Jennifer R. Ledford. 2018. "Effects of Reinforcement on Peer Imitation in a Small Group Play Context." *Journal of Early Intervention* 40 (1): 69–86. <https://doi.org/10.1177/1053815117748409>.
- Bungin, Burhan. 2014. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Dean, Kathy Lund, and Jeanie M. Forray. 2018. "The Secret to Staying on Technology's Cutting Edge? Ask a Teenager." *Journal of Management Education* 42 (5): 571–75. <https://doi.org/10.1177/1052562918792279>.
- Gerungan W. 2010. *Psikologi Sosial*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Harris, Jane, Amanda Atkinson, Michael Mink, and Lorna Porcellato. 2021. "Young People's Experiences and Perceptions of YouTube-Produced Health Content: Implications for Health Promotion." *Health Education and Behavior* 48 (2): 199–207. <https://doi.org/10.1177/1090198120974964>.
- Hobbs, Renee, and Yonty Friesem. 2019. "The Creativity of Imitation in Remake Videos." *E-Learning and Digital Media* 16 (4): 328–47.

- <https://doi.org/10.1177/2042753019835556>.
- Hou, Mingyi. 2019. "Social Media Celebrity and the Institutionalization of YouTube." *Convergence* 25 (3): 534–53. <https://doi.org/10.1177/1354856517750368>.
- John Creswell. 2010. *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, Dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Knowles, Megan, Sara Hirschfeld Lee, MaryAnn O’Riordan, and Rina Lazebnik. 2014. "Risk of Social Media for Teens in an Urban Setting." *Global Pediatric Health* 1: 2333794X1456165. <https://doi.org/10.1177/2333794x14561656>.
- Kolip, Elly Malihah Setiadi dan Usman. 2011. *Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta Dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi, Dan Pemecahannya*. Jakarta: Kencana.
- Lee, Christina K.C., and Denise M. Conroy. 2005. "Socialisation through Consumption: Teenagers and the Internet." *Australasian Marketing Journal* 13 (1): 8–19. [https://doi.org/10.1016/S1441-3582\(05\)70064-1](https://doi.org/10.1016/S1441-3582(05)70064-1).
- Literat, Ioana, and Neta Kligler-Vilenchik. 2021. "How Popular Culture Prompts Youth Collective Political Expression and Cross-Cutting Political Talk on Social Media: A Cross-Platform Analysis." *Social Media and Society* 7 (2). <https://doi.org/10.1177/20563051211008821>.
- Moleong, Lexy J. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Rulli. 2016. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Siosioteknologi*. Banung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Nurani, Soyomukti. 2016. *Pengantar Sosiologi Dasar Analisis, Teori, Dan Pendekatan Menuju Analisis Masalah-Masalah Sosial, Perubahan Sosial & Kajian-Kajian Strategis*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Olson, Hergenbahn BR dan. 2017. *Theories Of Learning (Teori Belajar)*. Jakarta: Kencana.
- Palinoan, Imanuella Yunike. 2017. "Dampak Tayangan Vlog Di Youtube Terhadap Gaya Hidup Hedonis Siswa SMA Kristen Sunodia." *E Jurnal Ilmu Komunikasi* 5 (2): 215–25.
- Pfister, Roland, David Dignath, Bernhard Hommel, and Wilfried Kunde. 2013. "It Takes Two to Imitate: Anticipation and Imitation in Social Interaction." *Psychological Science* 24 (10): 2117–21. <https://doi.org/10.1177/0956797613489139>.
- Rihl, Alexander, and Claudia Wegener. 2019. "YouTube Celebrities and Parasocial Interaction: Using Feedback Channels in Mediatized Relationships." *Convergence* 25 (3): 554–66. <https://doi.org/10.1177/1354856517736976>.
- Ritzer, George. 2002. *Sosiologi Ilmu Pengetahuan Berparadigma Ganda*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Romadhan, Mohammad Insan. 2018. "Tren’s Personal Branding Youtuber Indonesia." *Linimasa: Jurnal Ilmu Komunikasi* 1 (2): 33. <https://doi.org/10.23969/linimasa.v1i2.1080>.
- Santrock John W. 2003. *Adolascence Perkembangan Remaja*. Jakarta: PT Erlangga.
- Sarlito, Sarwono. 2016. *Psikologi Remaja*. Jakarta: Rajawali Press.
- Snelson, Chareen. 2015. "Vlogging about School on YouTube: An Exploratory Study." *New Media and Society* 17 (3): 321–39. <https://doi.org/10.1177/1461444813504271>.
- SocialBlade. 2020. "TOP 25 YOUTUBE USERS TAGGED WITH 2020 SORTED BY SOCIAL BLADE RANK." 2020. <https://socialblade.com/youtube/top/tag/2020>.
- Soekanto, Soerjono. 2017. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Syam, Nina. 2012. *Psikologi Sosial Sebagai Akar Ilmu Komunikasi*. Banung: Simbiosis Rekatama Media.
- Tutt, Dylan. 2005. "Mobile Performances of a Teenager: A Study of Situated Mobile Phone Activity in the Living Room." *Convergence* 11 (2): 58–75. <https://doi.org/10.1177/135485650501100207>.
- Winther. 2013. "A Conceptual and Methodological Critique of Internet Addiction Research: Towards a Model of Compensatory Internet Use. Elsevier Computers in Human Behavior" 31 (1): 351–354. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.chb.2013.10.059>.
- Wisnuhardana. 2018. *Anak Muda Dan Medsos*.

Woloshyn, Vera, and Michael J. Savage. 2020. "Features of YouTube™ videos Produced by Individuals Who Self-Identify with Borderline Personality Disorder." *Digital Health* 6. <https://doi.org/10.1177/2055207620932336>.