

Nomor Daftar FPIPS : 5694/UN40.A2.13/PT/2025

**PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE
TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI REMAJA**

**(Studi Korelasi pada Subscribers YouTube
“Satu Persen – Indonesian Life School”)**

SKRIPSI

**Diajukan untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.Ikom.)**



oleh

Adhe Nurhaliza

NIM 2001030

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA
BANDUNG**

2025

**PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE
TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI**

(Studi Korelasi pada Subscribers YouTube

“Satu Persen – *Indonesian Life School*”)

oleh

Adhe Nurhaliza

NIM 2001030

Sebuah skripsi yang diajukan untuk memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial

© Adhe Nurhaliza

Universitas Pendidikan Indonesia

2025

Hak Cipta dilindungi Undang-Undang Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruhnya atau sebagian, dengan dicetak ulang, fotocopy, atau cara lainnya tanpa izin dari penulis

LEMBAR PENGESAHAN

PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE
TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI REMAJA
(Studi Korelasi pada Subscribers YouTube
"Satu Persen – Indonesian Life School")

oleh

Adhe Nurhaliza
NIM 2001030

Skripsi ini disetujui dan disahkan oleh:
Pembimbing I,



Prof. Deni Darmawan, M.Si. M.Kom. MCE.,
NIP 197112281998021003

Pembimbing II,



Firman Aziz, S.Pd., M.Pd.
NIP 198302152009121004

Mengetahui,

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi UPI



Dr. Ahmad Fahrul Muchtaz Affandi, M.Si.

NIP 198507172014041001

LEMBAR PERNYATAAN

Bersamaan dengan lembar pernyataan ini, saya menyatakan skripsi dengan judul **"PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI REMAJA (Studi Korelasi pada Subscribers YouTube "Satu Persen – Indonesian Life School)"** beserta seluruh isinya merupakan benar-benar murni karya dan temuan pemikiran saya sendiri. Saya tidak melakukan plagiarisme atau pengutipan dengan cara yang tidak sesuai dengan etika ilmu yang berlaku. Bersamaan dengan lembar pernyataan ini, saya siap menanggung risiko dan sanksi jika pada kemudian hari ditemukan adanya pelanggaran etika keilmuan atau terdapat klaim dari pihak lain terhadap kemurnian karya saya ini.

Bandung, Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Adhe Nurhaliza

NIM 2001030

KATA PENGANTAR

Penulis mengucapkan puji dan syukur kepada Allah SWT atas berkat, rahmat, serta ridha-Nya. Alhamdulillah rabbil ‘alamin, penulis berhasil menyelesaikan skripsi berjudul “PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI REMAJA (Studi Korelasi pada Subscribers YouTube “Satu Persen – *Indonesian Life School*”).sz Tentunya dalam tidak sedikit hambatan yang dihadapi penulis dalam proses menyelesaikan skripsi ini. Namun, atas bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, akhirnya skripsi ini dapat dirampungkan.

Skripsi ini terdiri atas lima bab. Bab I Pendahuluan berisi: latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan struktur organisasi skripsi. Bab II Kajian Pustaka berisi: kajian pustaka dan teori yang relevan, penelitian terdahulu, kerangka berpikir, paradigma penelitian, dan hipotesis penelitian. Bab III Metodologi Penelitian berisi: desain, metode dan pendekatan penelitian, tempat, waktu, dan partisipan penelitian, objek dan subjek penelitian, instrumen penelitian, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan data, teknik penganalisisan data, operasional variabel, pengujian instrumen penelitian, prosedur penelitian, pengujian analisis data, uji hipotesis, dan uji korelasi. Bab IV Temuan dan Pembahasan berisi temuan dan pembahasan hasil penelitian, termasuk korelasi data yang dilengkapi dengan pandangan penulis. Bab V Penutup simpulan dari temuan penelitian, implikasi, dan rekomendasi untuk pemanfaatan media sosial sebagai sumber informasi dan untuk penelitian selanjutnya.

Tak lepas pula dari tujuan utama penyusunannya, skripsi ini diselesaikan penulis untuk merampungkan kewajiban akademik sebagai mahasiswa dan dalam tujuan untuk memperoleh gelas Sarjana Ilmu Komunikasi (S.Ikom.). Dalam pelaksanaannya, penulis menyadari masih banyaknya kekurangan skripsi ini dalam berbagai aspek. Oleh karena itu penulis berharap adanya kritik dan saran dari pembaca ataupun dari berbagai kalangan lainnya dalam mengisi dan memperbaiki kekurangan tersebut.

Penulis berharap dengan hasilnya penelitian ini dapat memperkaya ilmu pengetahuan pada rumpun ilmu komunikasi. Sehingga dapat memberikan manfaat praktis maupun teoretis bagi semua kalangan dan menjadi manfaat bagi masyarakat di masa yang akan datang.

Bandung, Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan,



Adhe Nurhaliza

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyadari bahwa dalam proses pembuatan skripsi yang berjudul “PENGARUH TAYANGAN KONTEN YOUTUBE TERHADAP PEMBENTUKAN KONSEP DIRI REMAJA (Studi Korelasi pada Subscribers YouTube “Satu Persen – *Indonesian Life School*”) ini masih terdapat banyak kekurangan terkait pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki oleh penulis. Oleh karena itu, kritik dan saran bagi penulis diharapkan dapat menjadi masukan dalam perbaikan skripsi ini. Semoga skripsi ini dapat memberikan pengetahuan yang bermanfaat bagi para pembacanya.

Skripsi ini selesai tentu tidak lepas dari dukungan, bantuan, dan bimbingan dari banyak pihak. Penulis hendak mengucapkan terima kasih kepada nama-nama berikut:

1. Allah SWT. yang telah memberikan rahmat dan pertolongan-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan maksimal.
2. Prof. Dr. H. M. Solehuddin, M.Pd., M.A., selaku Rektor Universitas Pendidikan Indonesia beserta jajarannya.
3. Prof. Dr. Cecep Darmawan, S.H., S.A.P., S.Pd., M.Si., M.H., CPM selaku Dekan Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial.
4. Dr. Ahmad Fahrul Muchtar Affandi, M.Si., selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi beserta jajarannya.
5. Prof. Deni Darmawan, M.Si. M.Kom. MCE, selaku Dosen Pembimbing I yang senantiasa memberikan arahan, motivasi, dan masukan kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
6. Firman Aziz, S.Pd., M.Pd. selaku Dosen Pembimbing II yang senantiasa meluangkan waktu, tenaga dan pikirannya kepada penulis selama penyusunan skripsi ini.
7. Vidi Sukmayadi, M.Si., Ph.D., selaku Dosen Pembimbing Akademik penulis yang senantiasa memberikan dukungan kepada penulis selama menjalani pendidikan di Program Studi Ilmu Komunikasi.
8. Seluruh Dosen dan Staff Program Studi Ilmu Komunikasi UPI yang telah membantu kelancaran skripsi ini.

9. Kedua orang tua penulis yang sudah tiada, ibu Etti Mariana (Alm) dan bapak Raffie Ahmad (Alm) yang tetap menjadi sumber inspirasi, rasa syukur, dan motivasi bagi saya.
10. Keempat saudara kandung penulis, teh nunu, teh ninit, kak iki, dan kak agil yang selalu ikut andil dan turut mendoakan, mendukung, mendorong penulis untuk menyelesaikan pendidikan dan skripsi ini.
11. Ade, Nadira, Irna, dan Sulthan semua teman-teman dekat penulis yang juga ikut berjuang bersama penulis dan senantiasa memotivasi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
12. Teman-teman sebimbangan yang juga sama-sama berjuang, berusaha serta memberikan dukungan dan hiburan selama penulis menyelesaikan skripsi ini.
13. Seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2020 serta semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, yang telah memberikan pengalaman berharga bagi penulis selama menjadi bagian dari Ilmu Komunikasi UPI.
14. Diri sendiri, yang telah berusaha sekuat tenaga di tengah kesulitan dalam diri untuk menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih sudah mau bertahan dan mau berjalan maju sedikit demi sedikit, saya bangga atas pencapaian ini.

ABSTRAK

Penggunaan media sosial yang berlebihan memberikan dampak negatif seperti memiliki konsep diri yang kurang stabil. Dimana mereka cenderung mengatakan bahwa mereka memiliki diri yang ideal, membuat representasi diri secara *online*, dan membangun citra diri tetapi tidak konsisten dengan dirinya di dunia nyata. Sebuah konsep diri yang baik dapat diperkuat dengan rasa percaya diri dan dapat dibantu oleh konten yang memberikan motivasi untuk berkembang, menjalani gaya hidup sehat atau melakukan aktivitas pribadi yang positif dengan tontonan yang ada di YouTube. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis pengaruh tayangan konten YouTube terhadap pembentukan konsep diri remaja subscribers *channel* YouTube Satu Persen. Penelitian ini menempatkan teori Jarum Hipodermik sebagai landasan teorinya. Penelitian ini menggunakan metode korelasi dengan pendekatan kuantitatif. Variabel bebas (X) dalam penelitian ini adalah tayangan konten YouTube dengan sub variabel *frekuensi* (X1), *durasi* (X2), dan *atensi* (X3) terhadap variabel terikat (Y) yaitu konsep diri. Temuan penelitian ini menunjukkan hasil 1) pengaruh sebesar 33% secara simultan terhadap variabel konsep diri, 2) lalu sisanya sebesar 67% dipengaruhi oleh beberapa faktor yang lain yang tidak dijelaskan, 3) adapun uji regresi linear berganda dengan nilai konstan dari seluruh variabel sebesar 46.316 menunjukkan nilai positif, 4) sebaran data penelitian ini berdistribusi normal dengan nilai sebesar 0,200. Penelitian ini memberikan kontribusi terhadap pemahaman tentang dampak penggunaan media sosial, khususnya YouTube, terhadap psikologi remaja. Dengan demikian, penelitian ini dapat menjadi referensi bagi para peneliti dan praktisi dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk mengatasi dampak negatif dari penggunaan media sosial.

Kata Kunci: *Media Sosial, YouTube, Konten YouTube, Konsep Diri, Remaja*

ABSTRACT

Excessive use of social media has a negative impact such as having a less stable self-concept. Where they tend to say that they have an idealized self, create self-representations online, and build a self-image but are inconsistent with themselves in the real world. A good self-concept can be strengthened by self-confidence and can be helped by content that provides motivation to develop, live a healthy lifestyle or do positive personal activities with the spectacles on YouTube. The purpose of this study is to analyze the effect of YouTube content viewing on the formation of the self-concept of teenage subscribers to the One Percent YouTube channel. This research places the Hypodermic Needle theory as its theoretical basis. This study uses a correlation method with a quantitative approach. The independent variable (X) in this study is YouTube content impressions with sub-variables of frequency (X1), duration (X2), and attention (X3) on the dependent variable (Y), namely self-concept. The findings of this study show the results of 1) a simultaneous 33% influence on the self-concept variable, 2) then the remaining 67% is influenced by several other factors that are not explained, 3) as for the multiple linear regression test with a constant value of all variables of 46,316 showing a positive value, 4) the distribution of this research data is normally distributed with a value of 0.200. This research contributes to the understanding of the impact of using social media, especially YouTube, on adolescent psychology. Thus, this study can be a reference for researchers and practitioners in developing more effective strategies to overcome the negative impacts of social media use.

Keywords: Social Media, YouTube, YouTube Content, Self-Concept, Adolescents

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN	I
LEMBAR PERNYATAAN.....	Ii
KATA PENGANTAR.....	Iii
UCAPAN TERIMA KASIH.....	V
ABSTRAK.....	Vii
<i>ABSTRACT</i>	Viii
DAFTAR ISI.....	Ix
DAFTAR TABEL	Xii
DAFTAR GAMBAR	Xiii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian	1
1.2 Rumusan Masalah.....	10
1.3 Tujuan Penelitian.....	11
1.4 Manfaat Penelitian.....	11
1.4.1 Manfaat Teoretis	11
1.4.2 Manfaat Praktis.....	12
1.4.3 Manfaat Kebijakan.....	12
1.4.4 Manfaat Isu dan Aksi Sosial.....	12
1.5 Struktur Organisasi Skripsi	12
BAB II KAJIAN PUSTAKA	15
2.1 Media Sosial.....	15
2.2 Youtube.....	17
2.3 Terpaan Media.....	20
2.4 Youtube Sebagai Edukasi	22
2.5 Konsep Diri	24
2.6 Pembentukan Konsep Diri	27
2.7 Pembentukan Konsep Diri Remaja	29
2.8 Teori Jarum Hipodermik.....	34
2.9 Penelitian Terdahulu	37
2.10 Kerangka Berpikir	47

2.11 Paradigma Penelitian	47
2.12 Hipotesis Penelitian	48
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	49
3.1 Desain Penelitian	49
3.2 Metode dan Pendekatan Penelitian	49
3.3 Tempat, Waktu, dan Partisipan Penelitian	49
3.4 Objek dan Subjek Penelitian	50
3.5 Populasi dan Sampel Penelitian.....	50
3.6 Instrumen Penelitian	51
3.6.1 Kuesioner Penelitian	51
3.6.2 Studi Kepustakaan.....	51
3.6.3 Skala Pengukuran.....	52
3.7 Operasional Variabel	52
3.8 Pengujian Instrumen Penelitian	63
3.8.1 Uji Validitas.....	63
3.8.2 Uji Reliabilitas	66
3.9 Prosedur Penelitian	67
3.10 Teknik Pengumpulan Data	68
3.11 Teknik Pengolahan Data	69
3.12 Teknik Penganalisaan Data	69
3.12.1 Analisis Data Deskriptif	69
3.13 Uji Asumsi Klasik.....	70
3.13.1 Uji Normalitas.....	70
3.14 Uji Hipotesis.....	71
3.14.1 Uji Korelasi.....	71
3.14.2 Uji Analisis Regresi Linear Berganda.....	72
3.14.3 Uji Parsial (Uji – T).....	73
3.14.4 Uji Simultan (Uji – F)	74
3.14.5 Uji Koefisien Determinasi (R) Dan Adjusted (R ²)	74
BAB IV TEMUAN DAN BAHASAN.....	76
4.1 Profil Responden	76
4.2 Karakteristik Responden	76

4.2.1 Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	76
4.2.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
4.3 Analisis Deskriptif Tanggapan Responden	78
4.3.1 Refleksi Jawaban Responden Pada Variabel Tayangan Konten Youtube	79
4.3.2 Deskripsi Umum Frekuensi	81
4.3.3 Deskripsi Umum Durasi	82
4.3.4 Deskripsi Umum Atensi	83
4.3.5 Deskripsi Umum Konsep Diri	85
4.4 Uji Asumsi Klasik	86
4.4.1 Uji Normalitas	87
4.5 Uji Hipotesis	88
4.5.1 Uji Korelasi	88
4.5.2 Uji Regresi Linear Berganda	91
4.5.3 Uji Parsial (Uji – T)	93
4.5.4 Uji Simultan (Uji – F)	96
4.5.5 Uji Koefisiensi Determinasi (R^2)	97
4.6 Pembahasan	97
4.6.1 Frekuensi Terhadap Konsep Diri	98
4.6.2 Durasi Terhadap Konsep Diri	102
4.6.3 Atensi Terhadap Konsep Diri	106
BAB V PENUTUP	112
5.1 Simpulan	112
5.1.1 Simpulan Umum	112
5.1.2 Simpulan Khusus	112
5.2 Implikasi	113
5.2.1 Implikasi Teoretis	113
5.2.2 Implikasi Praktis	114
5.3 Rekomendasi	114
DAFTAR PUSTAKA	117
LAMPIRAN-LAMPIRAN	130

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu	37
Tabel 3.1 Skala Pengukuran	52
Tabel 3.2 Operasional Variabel.....	52
Tabel 3.3 Hasil Uji Validitas	64
Tabel 3.4 Kriteria Kategori.....	66
Tabel 3.5 Uji Reliabilitas	66
Tabel 4.1 Sebaran Jenis Kelamin Responden.....	77
Tabel 4.2 Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	77
Tabel 4.3 Rumus Kategorisasi	78
Tabel 4.4 Kategorisasi.....	78
Tabel 4.5 Deskripsi Umum Tayangan Konten YouTube	80
Tabel 4.6 Distribusi Tayangan Konten YouTube	80
Tabel 4.7 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Esmasi Frekuensi	81
Tabel 4.8 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Frekuensi.....	82
Tabel 4.9 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Esmasi Durasi.....	82
Tabel 4.10 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Durasi.....	83
Tabel 4.11 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Esmasi Atensi	84
Tabel 4.12 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Atensi.....	84
Tabel 4.13 Nilai rata-rata, Simpangan Baku, dan Interval Esmasi Konsep Diri ...	85
Tabel 4.14 Distribusi Frekuensi Sub Variabel Konsep Diri	86
Tabel 4.15 Ringkasan Hasil Uji Asumsi Klasik	87
Tabel 4.16 Uji Normalitas	87
Tabel 4.17 Kategorisasi Nilai Korelasi	89
Tabel 4.18 Uji Korelasi	89
Tabel 4.19 Hasil Uji Regresi Linear Berganda.....	92
Tabel 4.20 Hasil Uji Parsial (Uji T)	94
Tabel 4.21 Hasil Uji Simultan (Uji F).....	96
Tabel 4.22 Hasil Uji Koefisien Determinasi dan Adjusted R ²	97

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Datareportal.....	16
Gambar 2.2 Model Teori Hipodermik.....	35
Gambar 4.1 Normal P-Plot	88

DAFTAR PUSTAKA

- Adilah, M. F., Lukman, Z. M., Azlini, C., Normala, R., & Kamal, M. Y. (2018). *The Negative Impact of Social Media on Students' Self Esteem*. International Journal of Research and Innovation in Social Science (IJRISS), II(XII), 338–387.
- Adiyanta, F. C. Susila. (2019). Hukum dan Studi Penelitian Empiris: Penggunaan Metode Survey Sebagai Instrumen Penelitian Hukum Empiris. *Administrative Law & Governance Journal*, 2(4), 698-709. Retrieved from <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/alj/article/view/6604/3474>
- A.K. Gupta dan R. Johari. 2019. *IOT based Control System*. 2019 4th Int. Conf. Internet Of Things Smart Innov. Usages. Pp. 1-5.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, social media & technology 2018. *Pew Research Center*. Pew Research Center: <https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018/>
- Anuraga, G., Indrasetianingsih, A., & Athoillah, M. (2021). *Pelatihan pengujian hipotesis statistika dasar dengan software r*. BUDIMAS: Jurnal Pengabdian Masyarakat, 3(2), 327-334.
- Arab L. E., & Díaz G. A. (2015). *Impact of social networks and internet in adolescence: Strengths and weaknesses*. *Revista Médica Clínica Las Condes*, 26 (1), 7-13. doi:10.1016/j.rmcl.2014.12.001
- Ardianto, Elvinaro. 2004. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arthurs, J., Drakopoulou, S., & Gandini, A. (2018). *Researching YouTube. Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies*, 24(1), 3-15. doi:10.1177/1354856517737222.

- Baker, E. (n.d.). *The Influences of Social Media: Depression, Anxiety, and Self-The Influences of Social Media: Depression, Anxiety, and Self-Concept Concept*. <https://thekeep.eiu.edu/theses/4479>.
- Bärtl, M. (2018). YouTube channels, uploads and views: A statistical analysis of the past 10 years. *Convergence*, 24(1), 16–32. <https://doi.org/10.1177/1354856517736979>.
- Becht, A. I., Nelemans, S. A., Dijk, M., Branje, S. J., Van Lier, P. A., Denissen, J. J., & Meeus, W. H. (2017). Clear self, better relationships: Adolescents' self-concept clarity and relationship quality with parents and peers across 5 years. *Child Development*, 88, 1823- 1833. doi:10.1111/cdev.12921
- Benage, C. E. (2011). *Negotiating Online Identities in Social Media: A Study of University Students*. Gonzaga University.
- Berger, Arthur (1995). *Essentials of Mass Communication Theory*. doi:10.4135/9781483345420. ISBN 9780803973572.
- Berzosa, M. (2017). *Youtuber y otras especies: El fenómeno que ha cambiado la manera de entender los contenidos audiovisuales*.
- Belk, R. W. (2013). Extended self in a digital world. *Journal of Consumer Research*, 40, 477-500. doi:10.1086/671052.
- Boyd, D., & Ellison, N. (2008). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 210-230. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1083-6101.2007.00393.x>
- Brooks, W.D. and Emmert, P. (1976). *Interpersonal Community*. Iowa. Brow Company Publisher. 1976.
- Burgess, J., & Green, J. (2009). *YouTube: online video and participatory culture*. Cambridge, UK: Polity Press.

- Campbell, J. D., Trapnell, P. D., Heine, S. J., Katz, I. M., Lavalley, L. F., & Lehman, D. R. (1996). Self-concept clarity: Measurement, personality correlates, and cultural boundaries. *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 141-156. doi: 10.1037/0022-3514.70.1.141
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Carballo, J., Marín-Vila, M., Espada, J., Orgilés, M., & Piqueras, J. (2015). Internet abuse risk factors among Spanish adolescents. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, E94. doi: 10.1017/sjp.2015.99
- Chan, M. P. S., & Cheng, C. (2016). Explaining personality and contextual differences in beneficial role of online versus offline social support: A moderated mediation model. *Computers in Human Behavior*, 63, 747-756. doi: 10.1016/j.chb.2016.05.058
- Chau, C. (2010). Youtube as a participatory culture. *New Directions for Youth Development*, 128, 65-74. <https://doi.org/10.1002/yd.376>.
- Chintalapati, Nagapavan and Daruri, Venkata Srinivas Kumar. 2017. "Examining the Use of YouTube as a Learning Resource in Highereducation: Scale Development and Validation of TAM Model." *Telematics and Informatics* 34 (6): 853–860. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2016.08.008>.
- Choi, T. R., & Sung, Y. (2018). Instagram versus Snapchat: Self-expression and privacy concern on social media. *Telematics and Informatics*, 35(8), 2289-2298. doi: 10.1016/j.tele.2018.09.009
- Croteau, D. & Hoynes, W. (1997). *Media/society: industries, images, and audiences*. Pine Forge Press. ISBN 9780803990654.
- Darmawan, Deni. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

- Davis, K. (2012). Friendship 2.0: Adolescents' experiences of belonging and self-disclosure online. *Journal of Adolescence*, 35, 1527–1536.
- de Vreese, C. H., & Neijens, P. (2016). Measuring Media Exposure in a Changing Communications Environment. *Communication Methods and Measures*, 10(2-3), 69-80
- Dep. Pendidikan dan Kebudayaan, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, (Jakarta: Balai Pustaka, 1989)
- Ding, Y., Du, Y., Hu, Y., Liu, Z., Wang, L., Ross, K., & Ghose, A. (2011). Broadcast yourself: understanding Youtube uploaders, *Proceedings of the 2011 ACM SIGCOMM conference on Internet measurement conference*, November, 02-04, Berlin, Germany. <https://doi.org/10.1145/2068816.2068850>.
- Donald, Ary, (2010) *Introduction to Research in Education*, (Surabaya: Usaha Nasional, tt.)
- Donath, J. (2007). Signals in social supernets. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13, 231-251. doi: 10.1111/j.1083-6101.2007.00394.x
- Echeburúa, E., & Requesens, A. (2012). *Addiction to social networks and new technologies in children and adolescents. Educator's Guide*. Madrid, Spain: Pirámide.
- Ellis. (2010). *Be Who You Want To Be: The Philosophy of Facebook and the Construction of Identity. Screen Education*. 36–41.
- Emanuel, L., Neil, G. J., Bevan, C., Stanton Fraser, D., Stevenage, S. V., Whitty, M. T., & Jamison-Powell, S. (2014). Who am I? Representing the self-offline and in different online contexts. *Computers in Human Behavior*, 41, 146-152. doi: 10.1016/j.chb.2014.09.018
- Ferreiro, S. G., Salgado, P. G., Harris, S. K., Tobío, T. B., & Boubeta, A. R. (2017). Sex differences in the Internet use in Spanish teens. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 25(1), 129-146.

- Franken, R. (1994). *Human Motivation* (3rd Ed.). Pacific Grove, CA: Brooks/Cole Publishing Co.
- Fullwood, C., James, B. M., & Chen-Wilson, C. (2016). Self-concept clarity and online self-presentation in adolescents. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 19(12), 716-720. doi: 10.1089/cyber.2015.0623.
- Garaigordobil, M. (2017). Antisocial behavior: Connection with bullying/cyberbullying and conflict resolution. *Psychosocial Intervention*, 26(1), 47-54. doi: 10.1016/j.psi.2015.12.002
- García, J. F., & Musitu, G. (2014). *AF5: Self-Concept 5-Version*. Madrid, Spain: TEA
- Ghozali (2021). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 26*
- Greenwood, B. N., & Gopal, A. (2015). Research note—Tigerblood: Newspapers, blogs, and the founding of information technology firms. *Information Systems Research*, 26(4), 812–828.
- Greidina, N., & Kamalipour, Y. (2016). *Communication through the Universe*. Cambridge Scholars Publishing.
- Griffin, E. (2000). *A first look at communication theory*. Fourth edition. Boston: McGraw Hill.
- Guyer, A. E., Silk, J. S., & Nelson, E. E. (2016). The neurobiology of the emotional adolescent: From the inside out. *Neuroscience & Biobehavioral Reviews*, 70, 74-85. doi: 10.1016/j.neubiorev.2016.07.037
- Haaf, M. (2012). *Stop whining: On a generation and its superfluous problems*. Barcelona: Alpha Decay
- Hilda, & Purwanto, Muhammad. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Kesejahteraan Mental Mahasiswa: Studi Kasus Di Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia. *At-Thullab: Jurnal Mahasiswa Studi Islam*. 6. 1485-1486. 10.20885/tullab.vol6.iss1.art2.

- Holland, M. (2016). How YouTube Developed into a Successful Platform for UserGenerated Content. *Elon Journal of Undergraduate Research in Communications*, 7, 1. <https://doi.org/http://www.inquiriesjournal.com/a?id=1477>.
- Hrabovskiy, Y., Babenko, V., Al'boschiy, O., Gerasimenko, V. (2020). Development of a Technology for Automation of Work with Sources of Information on the Internet. *WSEAS Transactions on Business and Economics*, 17(25), 231-240. DOI:10.37394/23207.2020.17.25.
- Huitt, W. (2011). Self and self-views. *Educational Psychology Interactive*. Valdosta, GA: Valdosta State University Retrieved.
- Hurlock. (2004). *Psikologi perkembangan: suatu pendekatan sepanjang rentang kehidupan. alih bahasa: Istiwidayanti & Sijabat, Max R.* Jakarta: Penerbit Erlangga.
- <https://datareportal.com/reports/digital-2024-indonesia>
- Jackson, L. A. (2008). Adolescents and the Internet. In D. Romer & P. Jamieson (Eds.), *The Changing portrayal of American youth in popular media* (pp. 377-410). Oxford: Oxford University Press.
- John M.Echol dan Hassan Shadaly, *Kamus Inggris Indonesia* (Jakarta: PT Gramedia, 1985).
- Journal, I. E. R. J. (2020). *A Study On Self-Concept*. International Education and Research Journal.
- Keen, A., (2011). *The Cult of the Amateur: How Blogs, MySpace, YouTube and the Rest of Today's User Generated Media are Killing Our Culture*. Nicholas Brealey Publishing.
- Kelly, L. L. (2018). A snapchat story: how black girls develop strategies for critical resistance in school. *Learning, Media, and Technology*, 1-16. doi: 1 0.1 080117439884.201 8.1498352.

- Kemp, S. (2019). Digital 2019: Internet trends in Q3 2019. Datareportal. Datareportal: <https://datareportal.com/reports/digital-2019-internet-trends-in-q3>
- Khaidir, M. (2023). Dampak media sosial terhadap pengembangan konsep diri pada remaja di SMKS Humaniora Pantan Labu. *Jurnal An-Nida*, 15(1).
- Khan, G. F. (2017). Seven Layers of Social Media Analytics: *Mining Business Insights from Social Media Text. Actions, Networks, Hyperlinks, Apps, Search Engine, and Location Data*.
- Khan, S., Gagné, M., Yang, L., & Shapka, J. (2016). Exploring the relationship between adolescents' self-concept and their offline and online social worlds. *Computers in Human Behavior*, 55, 940-945. doi: 10.1016/j.chb.2015.09.046
- Kietzmann, J. H., Hermkens, K., McCarthy, I. P., & Silvestre, B. S. (2011). Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media. *Business horizons*, 54(3), 241-251. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2011.01.005>.
- Kircaburun, K., Alhabash, S., Tosuntas, S. B., & Griffiths, M. D. (2018). Uses and gratifications of problematic social media use among university students: simultaneous examination of the big five of personality traits, social media platforms, and social media use motives. *International Journal of Mental Health Addiction*, 1-23. doi:10.1007/s11469-018-99406.
- Košir, Katja & Horvat, Marina & Aram, Urška & Jurinec, Nina. (2015). Is being gifted always an advantage? Peer relations and self-concept of gifted students. *High Ability Studies*. 1-20.
- Košir, K., Horvat, M., Aram, U., Jurinec, N., & Tement, S. (2016). Does being on Facebook make me (feel) accepted in the classroom? The relationships between early adolescents' Facebook usage, classroom peer acceptance and self-concept. *Computers in Human Behavior*, 62, 375-384. doi: 10.1016/j.chb.2016.04.013
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknis Praktis Riset Komunikasi*. Prenada Media Grup: Jakarta

- Kusnendi. (2017). *Handout Statistika Penelitian dan Analisis Data dalam Penelitian Non Eksperimen Model Regresi Persamaan Tunggal*. Program Studi Pendidikan Ekonomi Sekolah Pasca Sarjana Universitas Kuningan.
- Lazarsfeld, P.F., Berelson, B. & Gaudet, H. (1968). *The people's choice: How the voter makes up his mind in a presidential campaign*. New York: Columbia University Press.
- Lim, J.S., Nicholson, J., Yang, S.-U., & Kim, H.-K. (2015). Online authenticity, popularity, and the “real me” in a microblogging environment. *Computers in Human Behaviour*. 52, 132-143. doi: 10.1016/j.chb.2015.05.037
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Encyclopedia of Communication Theory*. Thousand Oaks, CA: SAGE Publication Inc. <https://doi.org/10.4135/9781412959384>
- Liu, D., Wright, K. B., & Hu, B. (2018). A meta-analysis of Social Network Site use and social support. *Computers & Education*, 127, 201-213. doi: 10.1016/j.compedu.2018.08.024
- Malo-Cerrato, S., Martín-Perpiñá, M., & Viñas-Poch, F. (2018). Excessive use of social networks: Psychosocial profile of Spanish adolescents. *Comunicar*, 26(56), 101-110. doi: 10.3916/C56-2018-10
- McQuail, D. (2005). *McQuails mass communication theory*, 5th edition. London: Sage Publications Limited.
- Milanovic, R. (2015). The world's 21 most important social media sites and apps in 2015. *Social Media Today*.
- Milyavskaya, M., Saffran, M., Hope, N., & Koestner, R. (2018). Fear of missing out: Prevalence, dynamics, and consequences of experiencing FOMO. *Motivation and Emotion*, 42, 725-737. doi:10.1007/s11031-018-9683-5.
- Moghavvemi, S., Sulaiman, A., Jaafar, N. I., & Kasem, N. (2018). Social media as a complementary learning tool for teaching and learning: The case of youtube.

International Journal of Management Education, 16(1), 37–42.
<https://doi.org/10.1016/j.ijme.2017.12.001>.

Othman, “*YouTube as an engagement and learning tool in higher education*” J. Fundam. Appl. Sci., vol. 10, 2018.

Parise, M., Canzi, E., Olivari, M. G., & Ferrari, L. (2019). Self-concept clarity and psychological adjustment in adolescence: The mediating role of emotion regulation. *Personality and Individual Differences*, 138, 363-365. doi:10.1016/j.paid.2018.10.023

Pedrero-Pérez, E. J., Mora-Rodríguez, C., Rodríguez-Gómez, R., Benítez-Robredo, M. T., Franco, A. O., González-Robledo, L., & Méndez-Gago, S. (2019). Prefrontal symptoms associated with problematic use of information and communication Technologies (ICTs) in adolescents. *Behavioral Psychology/Psicología Conductual*, 27(2), 257-273.

Pérez-Torres, V., Pastor-Ruiz, Y., & Abarrou-Ben-Boubaker, S. (2018). YouTuber videos and the construction of adolescent identity. *Comunicar Journal*, 26(55), 61–70.

Pertegal-Vega, M. A., Oliva-Delgado, A., & Rodríguez-Meirinhos, A. (2019). Systematic review of the current state of research on online social networks: Taxonomy on experience of use. *Comunicar*, 27(60), 81-91. doi: 10.3916/C60-2019-08

Polo del Río, M.I., Mendo Lázaro, S., León del Barco, B., & Felipe-Castaño, E. (2017). Mobile abuse in university students and victimization and aggression profiles. *Adicciones*, 29, 245-255.

Rahmi, Y., Sekarasih, L., & Sjabadhyni, B. (2016). *The influence of beauty vlog on perceived source credibility and purchase intention*. Makara Hubs-Asia, 20(2), 13–23.

Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

- Ramos-Serrano M., & Herrero-Diz P. (2016). Unboxing and brands: Youtuber phenomenon through the case study of EvanTubeHD. *Prisma Social*, n° especial 1 (Teens and Ads), 90-120.
- Rat für Kulturelle Bildung. 2019. *Jugend/YouTube/Kulturelle Bildung. Horizont 2019, Taunusstein: IFAK.* https://www.rat-kulturellebildung.de/fileadmin/user_upload/pdf/Studie_YouTube_Webversion_final.pdf.
- Renau, V., Oberst, U., & Carbonell, X. (2013). Construction of identity through online social networks: A look from the social constructionism. *Anuario de Psicología*, 43(2), 159-170.
- Rethinking the Bullet Theory in the Digital Age. (2018). *International Journal of Media, Journalism and Mass Communications*, 4(2). <https://doi.org/10.20431/2454-9479.0402001>.
- Regita, E., Luthfiyyah, N., & Marsuki, N. R. (2024). Pengaruh media sosial terhadap persepsi diri dan pembentukan identitas remaja di Indonesia. *Jurnal Kajian dan Penelitian Umum*, 2(1), 46–52. <https://doi.org/10.47861/jkpu-nalanda.v2i1.630>
- Rial, A., Gómez, P., Picón, E., Braña, T., & Varela, J. (2015). Identification and characterization of adolescent internet user's profiles. *The Spanish Journal of Psychology*, 18, E50. doi: 10.1017/sjp.2015.55
- Rifa, O. H. (n.d.). *Metodologi Penelitian*.
- Safitri, D., Mathin Albar, M., & Rafli Alfarisi, M. (2021). *Establising An Identity Through Youtube*.
- Saikia, R. (2020). *A Study on Self-Concept*. *International Education & Research Journal*, 6, 1-2.
- Sappaile, B. I. (2007). *Konsep instrumen penelitian pendidikan*. *Jurnal Pendidikan dan Kebudayaan* (006), 379-391.

- Serrano-Puche, J. (2013). Digital diet, a proposal. Rethinking media consumption in the age of hyperconnectivity. *Fonseca, Journal of Communication*, 7, 156-175.
- Serrano-Puche, J. (2016). Internet and emotions: New trends in an emerging field of research. *Comunicar*, 24(46), 19-26. doi: 10.3916/C46-2016-02
- Shah, A. M., Zahoor, S. Z., & Qureshi, I. H. (2019). Social media and purchasing behavior: A study of the mediating effect of customer relationships. *Journal of Global Marketing*, 32(2), 93–115. <https://doi.org/10.1080/08911762.2018.1497243>
- Sharma, T., & Sharma, S. (n.d.). A study of YouTube as an effective educational tool. *Journal of Contemporary Issues in Business and Government*, 27(1), 2021. <https://cibg.org.au/2686>.
- Siegel, D. J. (2014). Brain storm. The power and purpose of the adolescent brain. Barcelona: Alba.
- Slater, M. D. (2004). Operationalizing And Analyzing Exposure: *The Foundation Of Media Effects Research*. *Journalism & Mass Communication Quarterly*, 168
- Smith, M.A. (2014). Mapping online social media networks. In Alhadjj, R., & Rokne, J. (Eds.), *Encyclopedia of social network analysis and mining* (pp. 848-857). New York, NY: Springer. doi: 10.1007/978-1-4614-6170-8_331
- Subrahmanyam, K., Greenfield, P. M., & Michikyan, M. (2015). Electronic communication and adolescent relationships: An update of existing research. *Infoamérica: Iberoamerican Communication Review*, 9, 115-130.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mix Method)*. Bandung: ALFABETA.
- Syifa, A. N., & Irwansyah. (2022). Dampak media sosial Instagram terhadap kepercayaan diri anak remaja. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 3(2), 102–116. <https://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>

- Tahat, K., Al-Sarayrah, W., Salloum, S., Habes, M., & Ali, S. (2022). *The influence of YouTube videos on the learning experience of disabled people during the COVID-19 outbreak*. In A. Hassanien, S. Elghamrawy, & I. Zelinka (Eds.), *Advances in Data Science and Intelligent Data Communication Technologies for COVID-19 : innovative solutions against COVID-19* (239-252). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-030-77302-1-13>
- Tazghini, S., & Siedlecki, K. L. (2013). A mixed method approach to examining Facebook use and its relationship to self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 29(3), 827–832. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2012.11.010>
- Thorson, K., & Wells, C. (2015). *Curated Flows: A Framework for Mapping Media Exposure in the Digital Age*. *Communication Theory*, 26(3), 309–328. doi:10.1111/comt.12087.
- The Graphic, Visualization & Usability Center, *the Georgia Institute of Technology* (2008). http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/.
- Usita L. (2010). *Adolescent Identity Formation In Online Space*.
- Valkenburg, P. M., Koutamanis, M., & Vossen, H. G. (2017). The concurrent and longitudinal relationships between adolescents' use of social network sites and their social self-esteem. *Computers in Human Behavior*, 76, 35-41. doi: 10.1016/j.chb.2017.07.008
- Van der Aar, L.P.E., Peters, S., Becht, A.I. *et al.* Better self-concept, better future choices? Behavioral and neural changes after a naturalistic self-concept training program for adolescents. *Cogn Affect Behav Neurosci* **22**, 341–361 (2022). <https://doi.org/10.3758/s13415-021-00946-1>
- Van Dijk, M. P., Branje, S., Keijsers, L., Hawk, S. T., Hale, W. W., III, & Meeus, W. (2014). Self-concept clarity across adolescence: Longitudinal associations with open communication with parents and internalizing symptoms. *Journal of Youth and Adolescence*, 43, 1861- 1876. doi: 10.1007/s10964-013-0055-x

- Verduyn, P., Ybarra, O., Résibois, M., Jonides, J., & Kross, E. (2017). Do social network sites enhance or undermine subjective well-being? A critical review. *Social Issues and Policy Review*, 11, 274-302. doi: 10.1111/sipr.12033
- Vidales-Bolaños, María-José, & Sádaba-Chalezquer, Charo (2017). Connected teens: Measuring the impact of mobile phones on social relationships through social capital. *Comunicar*, 25(53),19-28. doi: 10.3916/C53-2017-02
- Watson, D., Clark, L.A., & Tellegen, A. (1988). Development and validation of brief measures of positive and negative affect: The PANAS scales. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54, 1063-1070. doi:10.1037/0022-3514.54.6.1063
- Wu, J., Watkins, D., & Hattie, J. (2010). Self-concept clarity: A longitudinal study of Hong Kong adolescents. *Personality and Individual Differences*, 48, 28-277. doi: 10.1016/j.paid.2009.10.011
- Zahriyah et al. (2021). *Ekonometrika Teknik dan Aplikasi dengan SPSS*. Jember: Afiliasi Penerbit Perguruan Tinggi Indonesia (APPTI).