

TANGGAPAN MAHASISWA MENGENAI MEDIA PUBLIKASI GELAR CIPTA BUSANA VIRTUAL TAHUN 2021

Rentya Sari Devi¹⁾ Idah Hadijah²⁾ Endang Prahastuti³⁾

^{1) 2) 3)} Pendidikan Tata Busana, Fakultas Teknik, Universitas Negeri Malang

ABSTRAK— Pembelajaran online dilakukan sebagai antisipasi penyebaran covid-19, mahasiswa dituntut untuk tetap melaksanakan pembelajaran dengan segala keterbatasannya. Pembelajaran online membuat mahasiswa harus melaksanakan gelar cipta busana secara virtual, yang mana hal tersebut suatu tantangan bagi mahasiswa tata busana, karena menyelenggarakan gelar cipta busana yang mana membutuhkan publikasi kepada khalayak untuk mengenalkan desainer muda dari Universitas Negeri Malang. Tujuan penelitian ini yakni untuk mengetahui faktor internal dan faktor eksternal tanggapan mengenai media publikasi yang digunakan pada virtual gelar cipta yaitu youtube, instagram, twitter, dan tiktok. Penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Teknik sampel yang digunakan pada penelitian ini menggunakan rumus menurut Surakhmad yang mana terdapat 48 mahasiswa sebagai sampel. Instrumen pada penelitian ini yakni angket yang akan diuji validitas dan reliabilitas. Teknik analisis yang digunakan adalah deskriptif kuantitatif dengan menggunakan persentase. Berdasarkan hasil penelitian maka bisa disimpulkan bahwa mahasiswa beranggapan media publikasi youtube, instagram, twitter, dan tiktok cocok digunakan yang ditinjau dari faktor internal dan faktor eksternal tanggapan untuk mempublikasi gelar cipta busana secara virtual.

Kata Kunci: Instagram, Tanggapan, Tiktok, Twitter, Youtube

I. PENDAHULUAN

Covid-19 mulai mewabah ke Indonesia sejak Maret 2020 yang mana Presiden Joko Widodo memberikan beberapa kebijakan untuk memberi jarak sosial di masyarakat dan himbauan untuk melaksanakan segala kegiatan di rumah. Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nadiem Makarim mengeluarkan pemberitahuan kepada sekolah, institusi, dan perguruan tinggi untuk sementara waktu menghentikan kegiatan belajar mengajar reguler di sekolah dan mendorong pembelajaran daring atau online [1]. Universitas Negeri Malang menetapkan perkuliahan online, pembelajaran online menuntut mahasiswa beradaptasi untuk tetap belajar meskipun dengan segala keterbatasan yang ada, terutama pada mata kuliah praktik yang memiliki alat dan bahan yang berstandar khusus, dan membutuhkan bimbingan berkala dengan dosen pembimbing, serta kegiatan yang perlu publikasi kepada khalayak umum. Salah satunya gelar cipta

busana yaitu event yang dilakukan oleh semua mahasiswa tata busana Universitas Negeri Malang.

Gelar cipta busana ini merupakan sarana untuk berekspresi, sebagai media pembelajaran, dan sebagai sarana publikasi dari produk mahasiswa [2]. Gelar cipta busana diselenggarakan setiap tahunnya yang dilakukan oleh Jurusan Teknologi Industri Prodi S1 Pendidikan Tata Busana dan D3 Tata Busana. Gelar cipta busana menuntut mahasiswa untuk menciptakan desain busana yang kreatif dan inovatif, menggunakan teknik penyelesaian adi busana, menggunakan teknik hiasan yang memiliki kesulitan tinggi, menggunakan berbagai material yang unik, dan melakukan konsultasi berkala dengan dosen pembimbing serta melaporkan segala kegiatan.

Penyebaran angket atau studi pendahuluan dilakukan kepada mahasiswa tata busana yang mengikuti gelar cipta busana di tahun 2021 yang mana terdapat informasi bahwa mahasiswa hanya diwajibkan membuat 2 produk busana *ready to wear*, dengan media publikasi yang digunakan *youtube*, *instagram*, *tiktok* dan *twitter*. Tema yang diusung pada gelar cipta busana virtual tahun 2021 yakni “INCEPTION” dengan sub tema “*Essentiality, Spirituality, Exploitation, dan Exploration*” gelar cipta busana ini memiliki beberapa hambatan yang disebabkan karena gelar cipta busana dilakukan secara virtual yakni proses konsultasi dengan dosen pembimbing, mencari bahan sesuai dengan tema, dan proses publikasi kepada khalayak.

Menurut Ruslan (2008) dalam [3] menyebutkan bahwa publikasi adalah suatu informasi yang memiliki nilai dan makna untuk menambah perhatian terhadap sesuatu atau seseorang, publikasi biasanya dimuat pada media cetak, media siar, maupun media online. Media sendiri memiliki makna suatu alat atau bahan yang digunakan untuk menyampaikan suatu pesan dari suatu sumber kepada penerima [4]. Maka bisa disimpulkan bahwa media publikasi merupakan suatu alat atau bahan yang digunakan untuk menyampaikan informasi yang memiliki nilai dan makna sehingga dapat menambah perhatian sesuatu atau seseorang.

Tanggapan merupakan gambaran pengamatan pada sesuatu atau seseorang yang ada dalam kesadaran dalam diri manusia [5]. Tanggapan pada penelitian ini dilakukan oleh mahasiswa S1 Tata Busana angkatan 2019 dan D3 Tata Busana angkatan 2020 kepada media publikasi yang disajikan oleh mahasiswa S1 Tata Busana angkatan 2018 dan D3 Tata Busana angkatan

diingat dengan adanya gerakan animasi dan bentuk 2 dimensi yang diolah hingga menjadi video yang menarik dengan ditambah suara, effect, dan lainnya seperti yang telah diteliti oleh beberapa peneliti sebelumnya antaranya yang dipaparkan oleh [7] mengenai Efektivitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pad Serambi on TV), dalam penelitian tersebut didapatkan hasil bahwa beberapa efek yang didapat oleh penonton saat mencari informasi di youtube antaranya efek kognitif, afektif, integrasi pribadi, integrasi sosial, dan efek berkhayal. Selain itu, hasil penelitian yang dilakukan oleh [8] mengenai Realitas Kompas TV dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita, memiliki hasil jika Youtube sangat efektif jika digunakan sebagai media untuk berbagi pesan dalam bentuk video.

2) Instagram

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi instagram pada indikator faktor internal memiliki hasil 29,81% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 66,89%, selanjutnya 2,31% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 1,05% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,254. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor internal media publikasi instagram memiliki nilai tertinggi 66,89% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi instagram cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021. karena sebagian besar reponden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya efek visual dari permainan animasi/gambar bergerak yang menarik perhatian penonton. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan [9] mengenai Video Instagram Sebagai Sarana Promosi pada Strategi Distribusi Film Dilan 1990 bahwa semakin banyak unggahan video maupun foto pada instagram maka semakin banyak pula penonton yang tertarik, namun juga harus didukung dengan visual yang menarik. Selain itu [10] mengenai Personal Branding pada Remaja Melalui Instagram menyatakan bahwa memposting pada feed maupun story instagram haruslah konsisten dan menyajikan konten yang unik untuk menarik perhatian penonton. Keunikan dalam membuat sebuah konten video atau gambar pada instagram mampu membuat penonton tertarik sehingga penonton minat untuk melihat dan ikut menikmati gelar cipta busana mahasiswa Universitas Negeri Malang.

3) Twitter

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi twitter pada indikator faktor internal memiliki hasil 17,73% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada

kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 64,6%, selanjutnya 16,48% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 1,26% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 2,988. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor internal media publikasi twitter memiliki nilai tertinggi 64,60% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi twitter cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena sebagian besar reponden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya gelar cipta busana yang diunggah di twitter mampu menambah pengetahuan tentang busana. Seperti halnya yang dipaparkan oleh [11] mengenai Produksi Konten Visual dan Audio Visual Media Sosial Lembaga Sensor Film bahwa twitter mempermudah penggunaanya untuk menyebarluaskan pengetahuan tentang sesuatu yang penting kepada orang lain karena terdapat fitur retweet yang mana fitur tersebut memungkinkan pengguna untuk memposting ulang dari pengguna lainnya. Twitter dapat mempengaruhi pengetahuan penggunaanya dengan berbagai fitur yang ada salah satunya fitur trending, dimana fitur tersebut mampu membuat penggunaanya untuk mendapatkan pengetahuan serta informasi mengenai sesuatu yang penggunaanya cari.

4) Tiktok

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi tiktok pada indikator faktor internal memiliki hasil 27,1% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 67,7%, selanjutnya 4,4% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 0,84% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,212. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor internal media publikasi tiktok memiliki nilai tertinggi 67,70% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi tiktok cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena sebagian besar reponden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya yakni tiktok membuat mahasiswa tata busana bersemangat meningkatkan skillnya. Tiktok merupakan media sosial yang baru-baru ini marak digunakan oleh masyarakat Indonesia, yang mana media ini menyediakan fitur untuk berbagi video dengan durasi yang tidak terlalu panjang, yang mana hal tersebut mampu membuat masyarakat Indonesia menggemari media publikasi ini. Peneliti sebelumnya yakni [12] mengungkapkan bahwa tiktok memiliki berbagai manfaat salah satunya membuat masyarakat Indonesia lebih kreatif dalam pembuatan konten karena dalam aplikasi ini tidak ada batasan dalam mengunggah konten, sehingga membuat

masyarakat semangat dalam membuat konten yang kreatif dengan mengasah skill yang dimiliki penggunanya. Penggunaan media publikasi tiktok pada ini yakni dengan membuat lomba mengenai fashion salah satunya *mix and match* busana yang mana para pengguna diberi kesempatan yang sama untuk membuat konten yang bertemakan *mix and match* busana, dengan begitu maka pengguna tiktok tertarik pada event pameran gelar cipta busana mahasiswa tata busana Universitas Negeri Malang.

B. Tanggapan Mahasiswa tentang Faktor Eksternal Media Publikasi (Youtube, Instagram, Twitter, dan Tiktok) Gelar Cipta Busana Virtual

1) Youtube

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi youtube pada indikator faktor internal memiliki hasil 34,19% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 58,09%, selanjutnya 7,31% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 0,42% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,261. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor eksternal media publikasi youtube memiliki nilai tertinggi 58,09% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi youtube cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena sebagian besar responden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya yakni konten youtube memiliki keunikan dan nilai yang lebih karena banyak unsur yang mendukung seperti warna, sound effect, audio, cahaya, motion, dan pendukung lainnya. Seperti yang dipaparkan oleh peneliti sebelumnya [13] mengenai Penciptaan Film Seri Animasi “Sahabat Pancasila” sebagai Media Pendidikan Moral Pancasila di Kanal Youtube bahwa warna, sound effect, audio, cahaya, motion, dan pendukung lainnya mampu mempengaruhi psikologis penonton, dan penilaian penonton terhadap konten yang ditontonnya. Selain itu pada penelitian yang dilakukan oleh [2] mengenai Tanggapan Mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Busana 2015 Universitas Negeri Malang tentang Media Publikasi Gelar Cipta Busana memiliki hasil bahwa alasan terbesar responden memilih youtube sebagai media publikasi yakni karena konten youtube bisa diputar ulang sehingga jika lupa pada bagian tertentu bisa diputar ulang. Akan tetapi dalam penggunaan media publikasi youtube ini memerlukan koneksi internet yang cepat agar penonton mampu melihat konten youtube secara jelas dan lancar.

2) Instagram

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi instagram pada indikator faktor internal memiliki hasil 25,83% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”,

pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 66,65%, selanjutnya 7,29% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 0,21% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,184. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor eksternal media publikasi instagram memiliki nilai tertinggi 66,65% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi instagram cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena sebagian besar responden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya yakni unggahan gelar cipta busana di instagram membuat mahasiswa tata busana lebih menarik sehingga mudah diingat. Hal tersebut didukung dengan pernyataan [14] bahwa segala aspek dalam pembuatan video harus diperhatikan sehingga menarik dan mudah diingat oleh penonton. Pameran gelar cipta busana yang dilakukan mahasiswa tata busana Universitas Negeri Malang mampu membuat penonton tertarik dengan kontennya di instagram yang beragam dan juga mudah diingat karena konten-konten yang berkesinambungan setiap unggahannya.

3) Twitter

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi twitter pada indikator faktor internal memiliki hasil 19,61% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 65,01%, selanjutnya 14,38% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 1,05% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,031. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor eksternal media publikasi twitter memiliki nilai tertinggi 65,01% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi twitter cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena karena sebagian besar responden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya yakni unggahan gelar cipta busana di twitter mampu memberi makna karena dapat diakses atau dilihat berulang-ulang. Hal tersebut seperti pernyataan [15] bahwa penggunaan media sosial twitter memberi pengalaman komunikasi yang positif dan negatif, salah satu pengalaman komunikasi yang positif yakni media sosial twitter dengan kesederhanaan fitur memudahkan penggunaannya untuk bertukar informasi, selain itu media sosial twitter juga bermanfaat untuk media promosi dalam suatu kegiatan maupun aktivitas tertentu. Maka dari itu media sosial twitter cocok digunakan untuk mempublikasi kegiatan pameran gelar cipta busana mahasiswa tata busana Universitas Negeri Malang.

4) Tiktok

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi tiktok pada indikator faktor internal memiliki hasil 26,26% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 67,53%, selanjutnya 6,06% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 0,21% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Nilai rata-rata (mean) dari 10 item yang telah diisi oleh responden yakni 3,2. Berdasarkan hasil penelitian tentang faktor eksternal media publikasi tiktok memiliki nilai tertinggi 67,53% pada kategori “Setuju” yang mana dapat diinterpretasikan bahwa media publikasi tiktok cocok digunakan dalam publikasi gelar cipta busana virtual tahun 2021, karena sebagian besar responden memilih kategori setuju. Ada beberapa kriteria yang dipilih oleh responden, salah satunya yakni unggahan gelar cipta busana di tiktok memberikan daya ingat yang tajam karena kekuatan audio dan visual dari gambar yang bergerak yang dikemas dengan sangat menarik. Yang mana hal tersebut sejalan dengan pernyataan [16] mengenai Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok dapat ditarik kesimpulan bahwa dalam membuat sebuah konten di tiktok haruslah menarik dan konsisten, sehingga akan lebih mudah dikenal oleh pengguna tiktok lainnya, selain itu sebagai konten kreator tiktok juga harus memiliki keunikan daripada konten Kreator lainnya.

C. Rekapitulasi Rata-rata Distribusi Frekuensi dan Persentase Tanggapan Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana 2019 dan Mahasiswa D3 Tata Busana 2020 terhadap Faktor Internal Media Publikasi Gelar Cipta Busana

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi gelar cipta busana virtual yaitu youtube, instagram, twitter, dan tiktok pada indikator faktor internal yang terdapat 10 item pernyataan yang diisi oleh mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Angkatan 2019 dan mahasiswa D3 Tata Busana Angkatan 2020 yang memiliki jumlah sampel 48 orang memiliki hasil 27,90% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 63,97%, selanjutnya 7,20% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 1,05% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Pada akhirnya tanggapan mahasiswa mengenai faktor internal media publikasi memiliki nilai tertinggi 63,97% pada kategori “Setuju” yang kemudian bisa diinterpretasikan bahwa tanggapan mahasiswa mengenai faktor internal media publikasi memiliki tanggapan yang baik dari mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana 2019 dan D3 Tata Busana 2020, kemudian bisa dinilai bahwa media publikasi youtube, instagram, twitter, dan tiktok cocok digunakan jika dilihat dari faktor internal tanggapan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan [17] bahwa faktor internal dalam persepsi yakni

proses belajar seseorang, seperti media sosial yang sangat berpengaruh terhadap proses belajar seseorang, yang mana pada media sosial saat ini bisa mengakses dengan cepat berita atau informasi baru dari belahan dunia manapun yang didukung oleh perkembangan teknologi yang semakin canggih.

D. Rekapitulasi Rata-rata Distribusi Frekuensi dan Persentase Tanggapan Mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana 2019 dan Mahasiswa D3 Tata Busana 2020 terhadap Faktor Eksternal Media Publikasi Gelar Cipta Busana

Hasil tanggapan mahasiswa mengenai media publikasi gelar cipta busana virtual yaitu youtube, instagram, twitter, dan tiktok pada indikator faktor eksternal yang terdapat 10 item pernyataan yang diisi oleh mahasiswa S1 Pendidikan Tata Busana Angkatan 2019 dan mahasiswa D3 Tata Busana Angkatan 2020 yang memiliki jumlah sampel 48 orang memiliki hasil 26,48% yang memilih kategori penilaian “Sangat Setuju”, pada kategori penilaian “Setuju” memiliki nilai 64,32%, selanjutnya 8,76% yang memilih kategori penilaian “Kurang Setuju”, dan yang terakhir 0,48% yang memilih kategori penilaian “Tidak Setuju”. Pada akhirnya tanggapan mahasiswa mengenai faktor eksternal media publikasi memiliki nilai tertinggi 64,32% pada kategori “Setuju” yang kemudian bisa dinilai bahwa media publikasi youtube, instagram, twitter, dan tiktok cocok digunakan jika dilihat dari faktor eksternal tanggapan. Hal tersebut sejalan dengan pernyataan [2] bahwa faktor eksternal dalam media publikasi yang digunakan sangat bermanfaat bagi mahasiswa salah satunya karena media publikasi yang digunakan bisa diulang kembali jika mahasiswa ingin mempelajari ulang video yang diunggah di media sosial youtube, instagram, twitter dan tiktok.

IV. PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan mengenai faktor internal tanggapan mahasiswa tentang media publikasi youtube, instagram, twitter, dan tiktok gelar cipta busana virtual tahun 2021 memiliki hasil bahwa media publikasi youtube, instagram, twitter dan tiktok termasuk dalam kategori cocok digunakan dalam publikasi, karena sebagian besar responden memilih kategori setuju pada pernyataan dalam angket.

Berdasarkan hasil dari penelitian dan pembahasan mengenai faktor eksternal tanggapan mahasiswa tentang media publikasi youtube, instagram, twitter, dan tiktok gelar cipta busana virtual tahun 2021 memiliki hasil bahwa media publikasi youtube, instagram, twitter dan tiktok termasuk dalam kategori cocok digunakan dalam publikasi, karena

sebagian besar responden memilih kategori setuju pada pernyataan dalam angket.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] A. S. N. Agung and M. W. Surtikanti, "Students' Perception of Online Learning during COVID-19 Pandemic: A Case Study on the English Students of STKIP Pamane Talino," *SOSHUM J. Sos. dan Hum.*, vol. 10, no. 2, pp. 225–235, 2020, doi: 10.31940/soshum.v10i2.1316.
- [2] R. Renaganis, "Tanggapan mahasiswa Prodi S1 Pendidikan Tata Busana angkatan 2015 Universitas Negeri Malang tentang media publikasi hasil karya cipta busana mata kuliah pameran," Universitas Negeri Malang, 2019.
- [3] D. Endah, Desi. Wihardi, "PUBLIKASI KEGIATAN PEMERINTAH KABUPATEN KARAWANG MELALUI INSTAGRAM," no. Vol 2 No 3 (2018): Pantarei, pp. 1–8, 2018.
- [4] D. Pradipta, "TA : Pembuatan Film Pendek Bergenre Drama Keluarga Berjudul 'Secuil Daging Untuk Keluargaku,'" SEKOLAH TINGGI MANAJEMEN INFORMATIKA & KOMPUTER Surabaya, 2013.
- [5] D. Mahmud, *Psikologi Pendidikan*, Ed. 1. Yogyakarta: ANDI, 2017.
- [6] Akdon, *Aplikasi Statistika Dan Metode Penelitian Untuk Administrasi Dan Manajemen*. Bandung: Ruchi, Dewi, 2005.
- [7] A. Akbar, "Efektifitas Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi Pada Serambi on TV).," Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, 2018.
- [8] G. Garmabrata, "Realitas Kompas TV Dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sarana Menyebarluaskan Berita," Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, 2014.
- [9] L. Nugroho, "Video Instagram Sebagai Sarana Promosi Pada Strategi Film Dilan 1990," Institut Seni Indonesia Surakarta, 2019.
- [10] E. S. Ahmad, "Personal Branding Pada Remaja Melalui Instagram," Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2020.
- [11] S. Thifalia, Naurah. Susanti, "Produksi Konten Visual dan Audio Visual Media Sosial Lembaga Sensor Film," *common*, vol. 5, no. 1, 2021, doi: <https://doi.org/10.34010/common>.
- [12] T. Bulele, Yohana Noni. Wibowo, "Analisis Fenomena Sosial Media Dan Kaum Millenial: Studi Kasus Tiktok," *Conf. Business, Soc. Sci. Innov. Technol.*, vol. 1, no. 1, 2020.
- [13] M. A. Sulistiyono, Arif & Rohman, "Penciptaan Film Seri Animasi 'Sahabat Pancasila' sebagai Media Pendidikan Moral Pancasila di Kanal Youtube," *J. Fotogr. Telev. Animasi*, vol. 18, no. 2, 2021.
- [14] M. Y. Fauzi, "Perancangan Video Testimoni PT. Pakuwon Jati TBK Untuk Media Instagram Guna Menumbuhkan Brand Loyalty," 2020.
- [15] Z. F. Nurhadi, "Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter," *ASPIKOM*, vol. 3, no. 3, pp. 539–549, 2017.
- [16] S. Putri, Shani D & Azeharie, "Strategi Pengelolaan Komunikasi dalam Membentuk Personal Branding di Media Sosial Tiktok," *Koneksi*, vol. 5, no. 2, pp. 280–288, 2021, doi: EISSN 2598-0785.
- [17] F. Derianto, Demmy & Qorib, "Persepsi Mahasiswa Universitas Tribhuwana Tungadewi Malang Terhadap Penggunaan Aplikasi Tiktok," *J. Ilmu Sos. dan Ilmu Polit.*, vol. 7, no. 2, pp. 77–83, 2018, doi: ISSN. 2442-6962.