

## **TERPAAN YOUTUBE NAJWA SHIHAB EPISODE “3 BACAPRES BICARA GAGASAN” TERHADAP MINAT BERPOLITIK PADA PEMILIH PEMULA PADA PEMILIHAN UMUM 2024**

Nadia Putri Abubakar<sup>1</sup>, Yudanto Prayitno<sup>2</sup>, Eviyani<sup>3</sup>, Cholid<sup>4</sup>  
Akademi Komunikasi Media Radio dan TV Jakarta<sup>1,2,3,4</sup>  
Jl. Cakung Cilincing Timur, Jakarta Timur 13950  
[nadiaabubakarr56@gmail.com](mailto:nadiaabubakarr56@gmail.com)<sup>1</sup>, [yudantopravitno@gmail.com](mailto:yudantopravitno@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[eviyani.bogor@gmail.com](mailto:eviyani.bogor@gmail.com)<sup>3</sup>, [cholidjudo@gmail.com](mailto:cholidjudo@gmail.com)<sup>4</sup>

### **ABSTRACT**

*Najwa Shihab's YouTube channel is known for its substantial subscriber base and its content addressing various issues, including political topics. This research aims to determine whether exposure to the YouTube channel Najwa Shihab's episode "3 Presidential Candidates Discuss Ideas" (X) influences the political interest of novice voters in the 2024 general election (Y). This study employs a quantitative approach using the uses and effect theory. The sample consists of 400 respondents obtained using the Slovin formula from the population of novice voters in the 2024 general election who watched the show. The results of this research indicate that applying simple linear regression analysis,  $H_a$  is accepted and  $H_o$  is rejected, meaning there is an influence of exposure to the YouTube channel Najwa Shihab's episode "3 Presidential Candidates Discuss Ideas" on the political interest of novice voters in the 2024 general election. The research findings prove that the exposure to the YouTube channel Najwa Shihab's episode "3 Presidential Candidates Discuss Ideas" has an impact of 42.0% on the political interest of novice voters.*

**Kata Kunci:** *Exposure, Najwa Shihab, 3 Bacapres Bicara Gagasan, Political Interest, First-Time Voters*

### **PENDAHULUAN**

Hadirnya media baru atau new media sebagai alat komunikasi baru ini didorong akan kehadiran internet yang bertujuan memudahkan manusia untuk memenuhi kebutuhan informasi. Lahirnya Media baru membawa masyarakat untuk mengenal media sosial. Media sosial sendiri adalah hal yang tidak bisa dihindari karena merupakan bagian dari teknologi, yang artinya adalah teknologi itu pasti akan datang dan kita tidak bisa menolaknya, ketika kita menghambatnya, maka kita sama saja telah menghambat perkembangan dan pengetahuan (Alfiyani, 2018).

Kenaikan penggunaan internet di setiap tahunnya tidak pernah mengalami penurunan. Data survey dari Hootsuite (We Are Social) mencatat terdapat 212,9 juta pengguna internet dari 276,4 juta total populasi di Indonesia yang artinya terdapat

sebanyak 77% dari total populasi penduduk di Indonesia menggunakan internet. Sedangkan untuk pengguna internet yang aktif sebanyak 167 juta yang berarti terdapat Menurut hasil survei data digital di Indonesia yang diriset oleh we are social menunjukkan bahwa YouTube merupakan bagian dari media sosial yang sering digunakan oleh masyarakat Indonesia. Survei menyatakan YouTube berada di posisi 2 teratas dari 20 website lainnya yang paling banyak dikunjungi dengan total kunjungan sebanyak 2,02 Miliar kali. Hasil lain menunjukkan bahwa YouTube menempati posisi kedua setelah whatsapp sebagai media sosial yang paling banyak diakses dengan rata-rata 24 jam 48 menit oleh penggunanya selama satu bulan

YouTube merupakan sebuah basis data yang berfungsi sebagai penyedia beragam informasi yang berguna berupa video yang populer di media sosial (Sianipar, 2017). YouTube sendiri merupakan salah satu situs web yang berguna untuk berbagi video, di mana para penggunanya dapat memuat, menonton, bahkan mengunggah video-video secara online dan gratis.

Berdasarkan survey we are social, kebanyakan orang Indonesia yang menggunakan media sosial berada di bawah usia 35, yang di mana 32% nya ialah masyarakat yang berusia 18 hingga 24 tahun. Para remaja ini lebih memilih menghabiskan waktunya dengan menggunakan media sosial. Berbagai macam alasan menjadikan media sosial menarik bagi para remaja, salah satunya adalah menekuni atau mencari informasi yang mereka minati. Menurut Holland (1997) minat dapat diartikan sebagai rasa ingin tahu yang memacu ketertarikan, menarik perhatian, serta memberikan kepuasan dan kesenangan pada individu. Minat mencerminkan kekuatan yang ada dalam diri seseorang terhadap aktivitas tertentu, yang kemudian memberikan motivasi untuk mengembangkannya secara optimal.

Hal ini berlaku dengan minatnya politik pada generasi muda. Bagi warga negara Indonesia yang merupakan negara dengan sistem demokrasi, memiliki minat untuk aktif berpartisipasi dalam politik merupakan aspek yang sangat penting bagi setiap individu. Hal ini beriringan dengan hak dan kewajiban sebagai warga negara Indonesia dalam proses demokratis yang mencakup pemilihan umum, pengambilan keputusan publik, dan keterlibatan aktif dalam urusan politik untuk mencapai perkembangan dan kesejahteraan negara bersama.

Seperti yang telah ditetapkan oleh undang undang No. 7 tahun 2017 yang berbunyi ‘Pemilih adalah Warga Negara Indonesia yang telah genap berumur 17 (tujuh belas) tahun atau lebih, sudah/pernah kawin.’ Oleh karena itulah, sebagai rakyat Indonesia yang masih menjunjung tinggi nilai pancasila, kita diwajibkan untuk berpartisipasi pada politik sejak masih remaja, dan remaja pada penelitian ini dikategorikan sebagai pemilih pemula, yaitu mereka yang belum pernah memiliki pengalaman untuk menggunakan hak pilih mereka dalam pemilihan sebelumnya pada tahun 2019, yang umumnya berusia 17 hingga 21 tahun. Mereka adalah pemilih pemula yang baru pertama kali terlibat dalam proses pemilihan umum. Dengan data yang telah dipaparkan, menunjukkan bahwa penggunaan YouTube lebih signifikan dibandingkan TV bagi para remaja. Beragamnya konten yang ada di YouTube juga merupakan alasan utama yang membuat tingginya pengguna di Indonesia terutama lebih tertarik untuk menggunakan YouTube.

Konten merupakan isi dalam suatu video, blog atau artikel pada situs-situs tertentu yang sifatnya memberikan informasi secara terstruktur. Melalui YouTube penggunadapatmemiliki banyak audience yang dapat membuat mereka terkenal yang bergantung dengan keunikan dari setiap konten yang dibuatnya (Umam & Aini, 2021). Karena YouTube merupakan media online, tentu saja dalam konten video terdapat unsur-unsur yang dinikmati oleh penontonya atau audience antara lain seperti durasi video, kualitas video, variasi konten dan ekspresi (Irawan 2009:33). Jenis-jenis konten yang beragam di YouTube itu salah satunya adalah konten edukasi yang melakukan pendekatan jurnalistik.

Salah satu konten yang sedang menjadi sorotan saat ini di kalangan generasi muda adalah talkshow yang diunggah di Channel YouTube Najwa Shihab yang memiliki subscriber sebanyak 9.45 juta di YouTube , acara ini juga dibawakan langsung oleh Najwa Shihab yang merupakan seorang jurnalis, aktivis, pembawa acara di acara Mata Najwa yang di dalamnya berisikan riset dan pembahasan yang mendalam perihal topik-topik penting seperti hukum, politik, dan isu-isu lainnya yang memang pantas mendapatkan perhatian. Dalam tayangannya yang siunggah pada tanggal 19 september tersebut merupakan live streaming yang berhasil menghadirkan 3 calon presiden 2024, yaitu Anies Baswedan, Ganjar Pranowo, dan Prabowo Subianto. Tayangan ini



merupakan kolaborasi Universitas Gajah Mada dengan Narasi, yaitu konten yang dibawakan oleh Najwa Shihab. Episode tayangan yang bertema “3 Bacapres Bicara Gagasan” tersebut berhasil meraih 7 juta tayangan per tanggal 27 Oktober 2023.

Uraian di atas, dapat diketahui yang melatarbelakangi penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh terpaan dari YouTube Najwa Shihab dalam episode “3 Bacapres Bicara Gagasan | Mata Najwa” terhadap minat berpolitik pemilih pemula dalam isu pemilihan umum presiden dan wakil presiden 2024. Penelitian

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah platform yang tersedia melalui jaringan internet yang memungkinkan masyarakat untuk berinteraksi dan menyebarkan informasi dengan cepat dan secara global, tanpa terikat oleh kendala ruang atau waktu. Melalui media sosial, individu dapat terlibat dalam berbagai bentuk pertukaran informasi, kolaborasi, dan pengenalan diri, yang mencakup tulisan, konten visual, dan audiovisual, dengan contoh platform seperti Twitter, Facebook, Instagram, blog, dan berbagai platform lainnya yang saat ini banyak digunakan (Puntoadi, 2011). Pengaruh media sosial terhadap kehidupan masyarakat sangat terlihat dalam perkembangan hubungan sosial dan interaksi manusia. Dengan demikian, media sosial bisa didefinisikan sebagai sekumpulan perangkat yang menggunakan media internet untuk memungkinkan individu berkomunikasi, berkumpul, dan berinteraksi dengan pengguna lainnya.

### **YouTube**

YouTube merupakan sebuah situs online yang dimiliki oleh Google, berperan sebagai platform yang memfasilitasi penggunaannya untuk mengunggah video yang nantinya dapat diakses secara gratis oleh pengguna lain di seluruh dunia. Situs ini menawarkan sejumlah fitur yang mencakup penyediaan informasi dalam bentuk “gambar bergerak” yang dapat diandalkan. Fungsi utama YouTube adalah untuk memudahkan pencarian dan penayangan video bagi individu yang mencari informasi dalam format gambar bergerak atau video. Selain itu, situs ini juga memberikan

kesempatan kepada pengguna untuk berpartisipasi dengan mengunggah video ke platform YouTube dan membagikannya kepada audiens global (Baskoro, 2009: 58)

### **Najwa Shihab**

Channel YouTube Najwa Shihab merupakan bagian dari akun YouTube resmi Najwa Shihab dan Narasi. Yang dimaksud dengan Narasi adalah program media internet yang merupakan rumah untuk berkarya, bertukar ide dan beradu gagasan, dengan memberikan fakta secara audio-visual kemudian diunggah melalui media YouTube dan situs website resmi Narasi TV. Najwa Shihab mengembangkan channel YouTube-nya sejak tanggal 28 Februari 2017. Untuk saat ini Channel YouTube Najwa Shihab memiliki jumlah subscriber sekitar 9.45 juta. Sementara video-video pada channel ini sudah ditonton sebanyak 1.413.163.162 kali.

Salah satu program yang dilakukan di kanal ini adalah Mata Najwa, program ini merupakan suatu program talkshow yang sebelumnya tayang di MetroTV dan Trans7. Kemudian mata najwa berpindah platform ke media online. Mata najwa merupakan tayangan talk show yang mengundang banyak tamu yang merupakan tokoh-tokoh hebat untuk membahas topik-topik seperti politik, hukum, sosial, religi, dan isu-isu lainnya melalui platform YouTube.

### **Minat**

Abdul Rahman Saleh dan Muhib Wahab (2004), minat adalah suatu kecenderungan internal yang mendorong seseorang untuk memberikan perhatian dan merespons secara aktif terhadap orang, aktivitas, atau situasi yang menjadi objek minat dengan diiringi oleh perasaan senang. Dengan kata lain, minat adalah sebuah dorongan batin yang memiliki pengaruh besar terhadap motivasi dan tindakan seseorang terhadap hal atau tujuan tertentu yang menjadi fokusnya, dan hal ini mendorong individu untuk melakukan segala yang diperlukan guna mencapai tujuan dan aspirasi yang menjadi harapannya.

## **Pemilih Pemula**

Pembahasan mengenai pemilih pemula sering kali dikaitkan dengan Generasi Z. Berdasarkan klasifikasi yang disusun oleh Badan Pusat Statistik (BPS), Generasi Z merupakan individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan data terbaru yang dirilis oleh Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2023, populasi Generasi Z diperkirakan mencapai sekitar 74,93 juta jiwa, yang setara dengan 27,94% dari total populasi. Informasi ini diungkapkan melalui laporan BPS yang berjudul "Statistik Indonesia 2023" yang diterbitkan pada bulan Februari tahun lalu. Jumlah yang signifikan ini memiliki potensi besar bagi kandidat politik dan partai politik yang berupaya mendapatkan perhatian serta dukungan suara dari segmen populasi ini.

Berdasarkan pada UU Nomor 7 Tahun 2017 tentang Pemilihan Umum pada Bab IV tentang Hak Memilih Pasal 198 disebutkan, bahwa Ayat (1) WNI yang pada hari pemungutan suara sudah genap berumur 17 tahun atau lebih, sudah kawin, atau sudah pernah kawin mempunyai hak memilih. Ayat (2) WNI sebagaimana dimaksud pada ayat (1) didaftar satu kali oleh penyelenggara Pemilihan Umum dalam Daftar Pemilih

## ***Uses and effect Theory***

Menggambarkan keseluruhan pengambilan data cukup dalam satu paragraf, tidak ada *Uses and effect Theory* pertama kali dikemukakan oleh Sven Windahl (1979), teori ini merupakan sintesis antara pendekatan *uses and gratifications* dan teori tradisional mengenai efek. Konsep "use" (penggunaan) merupakan bagian yang sangat penting atau pokok dari pemikiran ini. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media dan penyebabnya, akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa.

Penggunaan media massa dapat memiliki banyak arti. Ini dapat berarti "*exposure*" yang semata-mata menunjuk pada tindakan mempersepsi. Dalam konteks lain, pengertian tersebut dapat menjadi suatu proses yang lebih kompleks, di mana isi tertentu dikonsumsi dalam kondisi tertentu, untuk memenuhi fungsi tertentu dan terkait harapan-harapan tertentu untuk dapat dipenuhi. Fokus dari teori ini lebih kepada pengertian yang kedua.

Dengan demikian, teori "*Uses and Effects*" merujuk pada suatu konsep yang menjelaskan keterkaitan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dan dampak yang dihasilkan pada pengguna media tersebut. Contoh konkret dari penerapan teori "*Uses and Effects*" dapat ditemukan dalam kegiatan sehari-hari individu, seperti kecenderungan seseorang untuk menonton atau mendengarkan media massa, seperti drama Korea, yang kemudian menghasilkan berbagai efek berdasarkan apa yang mereka saksikan (Burhan, 2006).

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode penelitian Kuantitatif, yang menurut Sugiyono (2018), mengacu pada pendekatan positivistik dengan menggunakan data konkret dalam bentuk angka. Data yang diperoleh diukur menggunakan alat statistik sebagai sarana untuk uji penghitungan, dan selanjutnya berkaitan dengan isu penelitian untuk merumuskan suatu kesimpulan.

Metode ini diorientasikan untuk menguji teori, membangun fakta, menunjukkan hubungan antar variabel, memberikan deskripsi statis, serta menaksir dan meramalkan hasil penelitian. Desain penelitian yang digunakan bersifat spesifik dan detail, karena desain tersebut menjadi kerangka rancangan penelitian.

Paradigma pada penelitian yang relevan sesuai dengan metode penelitian kuantitatif merujuk pada paradigma positivistik, yang juga dikenal sebagai positivisme. Dalam perspektif ini, seperti yang dijelaskan oleh Sugiyono (2013: 8), realitas atau fenomena dipandang sebagai sesuatu yang dapat diklasifikasikan, bersifat konkret, dapat diukur, dan memiliki hubungan sebab-akibat yang dapat diidentifikasi. Oleh karena itu, paradigma positivistik adalah paradigma yang pas dalam upaya untuk mengeksplorasi dan memahami hubungan sebab-akibat dari tayangan pada channel YouTube Najwa Shihab, khususnya episode "3 Bacapres Bicara Gagasan | Mata Najwa," terhadap minat berpolitik pada Pemilih Pemula dalam persiapan menghadapi Pemilihan Umum 2024.

## HASIL DAN DISKUSI

Hasil perhitungan dengan menggunakan rumus Slovin, didapatkan bahwa jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 400 responden. Pernyataan variabel X (Pengaruh Terpaan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres bicara gagasan”) memiliki 10 butir pernyataan yang telah dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,361). Sedangkan pada pernyataan variabel Y (Minat Berpolitik Pemilih Pemula) memiliki 12 butir pernyataan yang telah dinyatakan valid karena nilai  $r$  hitung lebih besar dari  $r$  tabel (0,361). Data dinyatakan reliabel dengan menggunakan metode Cronbrach Alpha, data dikatakan reliable jika nilai Cronbrach’s Alpha  $> 0,60$ . Berdasarkan uji reliabilitas yang dilakukan, di dapati Variabel X dengan nilai Alpha Cronbach 0,831. Sama halnya dengan variabel Y dengan variabel Y yang dinyatakan reliabel, karena nilai Cronbach Alpha 0,834  $> 0,60$ . Berdasarkan hasil uji asumsi klasik yaitu uji normalitas, didapatkan bahwa nilai signifikansi sebesar 0,102  $> 0,05$  dan data dapat dinyatakan berdistribusi normal. Sedangkan dengan Uji linieritas menunjukkan nilai sig Linearity sebesar 0,000  $< 0,1$  dan nilai sig untuk Deviation from Linearity sebesar 0,103  $> 0,05$  dari hasil tersebut data dapat dikatakan linier terhadap variabel X dan variabel Y.

Berdasarkan hasil uji analisis regresi linier sederhana, didapatkan nilai  $Y = 17.101 + 0,744X$ , artinya nilai X adalah 0,744 dan nilai Y adalah 17.101 yang berarti nilai koefisien bertanda (+) menunjukkan terjadinya pengaruh positif atau searah antara variabel Pengaruh Terpaan YouTube (X) dan variabel Minat (Y). Jadi dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh positif antara variabel X dan variabel Y.

Hasil uji korelasi pearson pada hubungan variabel tayangan Tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” dengan Minat Berpolitik memiliki nilai signifikansi sebesar 0.000  $< 0.05$  dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antar 2 variabel yang digunakan. Nilai koefisien korelasi variabel Tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” dengan Minat Berpolitik Pemilih Pemula sebesar 0.648 yang berarti memiliki hubungan korelasi yang kuat dan memiliki hubungan yang positif

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi didapat nilai R square sebesar 0.420 atau 42,0% nilai tersebut menunjukkan bahwa Tayangan Channel YouTube Najwa

Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” memberikan pengaruh sebesar 42,0% terhadap Minat Berpolitik Pemilih Pemula dan dapat dikategorikan cukup, sedangkan sisanya sebesar 58,0% dipengaruhi oleh variabel lainnya dipengaruhi faktor lain diluar Peneitian ini.

Berdasarkan hasil uji hipotesis pada tabel output SPSS bahwa variabel Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” memiliki nilai tingkat signifikansi sebesar 0,000 ( $0,000 < 0,05$ ). Dengan demikian tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” signifikan terhadap Minat Berpolitik Pemilih Pemula sehingga hipotesis  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Dalam hasil uji T juga didapatkan bahwa nilai ( $t$  hitung)  $16,892 > (t$  Tabel)  $1,966$ . Angka tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima. Artinya terdapat pengaruh antara Tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” terhadap Minat Berpolitik Pemilih Pemula pada Pemilihan Umum 2024.

*Uses and Effect Theory* merupakan suatu sintesis antara pendekatan *Uses and Effect Gratification* dan teori tradisional mengenai efek. Dalam konteks *Uses and Effects Theory*, konsep ini menjelaskan keterkaitan antara komunikasi massa yang disampaikan melalui media massa dan dampak yang dihasilkan pada para pengguna media tersebut. Dalam kerangka penelitian ini, tayangan dari Channel YouTube Najwa Shihab berjudul “3 Bacapres Bicara Gagasan” dianggap sebagai media massa yang menyajikan informasi seputar politik. Oleh karena itu, para pengguna YouTube yang termasuk pemilih pemula dalam Pemilihan Umum 2024, dan turut menyaksikan tayangan tersebut, mendapatkan sebuah efek dari tayangan tersebut berupa minat berpolitik. Kesimpulan ini selaras dengan landasan teori yang diadopsi oleh peneliti.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan Hasil Keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, kesimpulan yang didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup antar variabel tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” dengan Minat Berpolitik Pemilih Pemula. Hal ini dapat diartikan jika semakin baik sebuah kualitas tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara

Gagasan" maka pemilih pemula yang menonton tayangan tersebut akan semakin minat dengan politik.

Berdasarkan Hasil Keseluruhan pembahasan yang telah dilakukan oleh peneliti, kesimpulan yang didapatkan bahwa terdapat pengaruh yang cukup antar variabel tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” dengan Minat Berpolitik Pemilih Pemula. Hal ini dapat diartikan jika semakin baik sebuah kualitas tayangan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” maka pemilih pemula yang menonton tayangan tersebut akan semakin minat dengan politik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai “Pengaruh Terpaan Channel YouTube Najwa Shihab Episode “3 Bacapres Bicara Gagasan” terhadap Minat Berpolitik Pemilih Pemula pada Pemilihan Umum 2024”, maka peneliti dapat memberikan beberapa saran yaitu sebagai berikut :

1. Bagi Channel YouTube Najwa Shihab

Dalam hal ini Channel YouTube Najwa Shihab diharapkan agar terus menerus memberikan konten-konten yang informatif dan mengedukasi baik dalam bentuk shorts video, atau pun long video, dan lainnya dalam memenuhi kebutuhan informasi terhadap masyarakat terkait isu-isu atau permasalahan yang seharusnya diketahui oleh masyarakat.

Sesuai dengan analisis deskriptif dari jawaban responden yang dihasilkan dalam penelitian, maka peneliti memberikan saran kepada Channel YouTube Najwa Shihab, agar dapat memberikan informasi yang lebih menarik kepada viewers, agar viewers merasa tidak bosan dengan pesan yang disampaikan. Hal ini terlihat bahwa pada pernyataan nomor 8 pada variabel X terdapat 31 responden menyatakan tidak setuju dan 2 responden sangat tidak setuju. Untuk itu, harus ada pembaharuan dalam menyampaikan informasi agar viewers tidak merasa bosan.

2. Bagi Masyarakat terutama Pemilih Pemula

Bagi pemilih pemula khususnya pengguna media sosial YouTube untuk lebih selektif dalam memilih konten-konten untuk mendapatkan informasi atau

edukasi perihal pembahasan isu-isu yang sedang ramai seperti politik, hukum, dan lain-lain.

### 3. Bagi Penelitian Selanjutnya

Terkait dengan keterbatasan dalam penelitian ini, maka peneliti selanjutnya diharapkan dapat menggunakan populasi dan sampel dengan jangkauan yang lebih luas sehingga hasil yang didapatkan lebih konsisten. Diharapkan juga pada penelitian selanjutnya, dapat menggunakan variabel lain, aspek lain yang dapat menyempurnakan penelitian ini. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan atau referensi untuk penelitian dalam bidang ilmu komunikasi dengan bahasan atau topik yang sama. Lalu jika peneliti selanjutnya tertarik untuk mengubahnya menjadi penelitian kualitatif dengan metode wawancara, peneliti dapat mengambil perspektif dari tim Najwa Shihab melalui media sosialnya di Instagram mau pun Twitter/X.

## REFERENSI

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Afgiansyah. 2022. *TV vs YouTube (Benarkan Televisi akan Mati?)*. Depok: Proxy Media.
- Arikunto, S. 2013. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Edisi Revisi. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- \_\_\_\_\_. 2016. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskoro, Adi. 2009. *Panduan Praktis Searching di Internet*, Jakarta: PT Trans Media.
- Brogan, C. 2010. *Social Media 101: Tactics and Tips to Develop Your Business Online*. Hoboken, New Jersey: John Wiley & Sons, Inc.
- Bungin, M. B. 2013. *Metodologi Penelitian Sosial dan Ekonomi: Format-format Kuantitatif dan Kualitatif untuk Studi Sosiologi, Kebijakan, Publik, Komunikasi, Manajemen, dan Pemasaran*. Jakarta, Indonesia: KENCANA.
- Cangara, Hafied. 2014. *Komunikasi Politik; Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada



- Castells, M. 2002. "The Internet and the Network Society". Dalam B. Wellman & C. Haythornwaite (Eds.). The Internet in Everyday Life. Malden, MA: Blackwell Publishing, Ltd.
- Dr. Riduwan, M.B.A. 2011. Dasar Dasar Statistika. Bandung: ALFABETA.
- Effendy, Onong Uchjana. 2007. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek. Bandung: Rosda Karya.
- Gane, N., & Beer, D. 2008. New Media: The Key Concepts. Oxford & New York: Berg Publishers.
- Ghozali, Imam. 2018. Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IBM SPSS 25. Badan Penerbit Universitas Diponegoro: Semarang, Indonesia: Yoga Pratama.
- Gulo, W. 2000. Metodologi Penelitian. Jakarta : PT Grasindo Anggota IKAPI
- Harlan, Johan. 2018. Analisis Regresi Linier. Depok: Universitas Gunadarma.
- Hasan, Iqbal. 2006. Analisis Data Penelitian dengan Statistik. Jakarta: Bumi Aksara.
- Irawan. 2009. Kamus Istilah Komputer Untuk Orang Awam. Palembang: Maxikom.
- Liliweri, Alo. 2017. Komunikasi Antarpersonal. Jakarta: Grasindo.
- Moleong, Lexy J. 2017. Metode Penelitian Kualitatif, cetakan ke-36. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset.
- McQuail, Dennis. 2012. Teori Komunikasi Massa. Jakarta: Salemba Humanika.
- Narbuko dkk. Metodologi Penelitian. (Jakarta:Bumi Aksara,2008), 90.
- Nasrullah, Rulli. 2015. Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Socioteknologi. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nastiti, Dwi dan Nurdi Lali. 2020. Asesmen Minat dan Bakat. Sidoarjo: UMSIDA Pers
- Puntoadi, Danis. 2011. Menciptakan Penjualan Melalui Social Media. Jakarta, Indonesia: PT Elex Komputindo.
- Rakhmat, Jalaludin. 2003. Psikologi Komunikasi. Bandung, Indonesia: Remaja Rosdakarya.
- Saleh, Abdul Rahman dan Muhibb Abdul Wahab. 2004. Psikologi Suatu Pengantar (Dalam Prespektif Islam). Jakarta : Kencana.



Sitinjak, Tumpal JR dan Sugiarto. 2006. LISREL. Yogyakarta, Indonesia : Graha Ilmu.

Sugiyono. 2012. Metode Penelitian Kualitatif. Bandung, Indonesia : Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2016. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabet.

\_\_\_\_\_. 2017. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

\_\_\_\_\_. 2018. Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods). Bandung: Alfabeta.

Sugiyono, dan Susanto, A. 2015. Cara Mudah Belajar SPSS & Lisrel. Bandung: Alfabeta.

Syaiful Rahim, 2009. Teori Komunikasi : Perspektif, Ragam & Aplikasi, (Jakarta: Rineka Cipta), hlm 14.

Tosepu, Yusrin Ahmad. 2017. Media Baru dalam Komunikasi Politik (Komunikasi Politik di Dunia Virtual). Makassar, Indonesia: Media Publishing.

Umam, C., & Aini, A. N. (2021). Terpaan Pemberitaan Covid 19 Di Instagram Terhadap Perubahan Interaksi Sosial Mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Gunadarma. *BroadComm*, 3(1), 35-44.

Faiqah, F. dkk. 2016. "YouTube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram". *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol.5 No.2 Juli – Desember 2016, 261-263.

Sianipar, A. P. 2015. "Pemanfaatan YouTube di Kalangan Mahasiswa (Studi Penggunaan YouTube di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi FISIP USU Medan dengan Pendekatan Uses and Gratification)". *Jurnal Ilmu Komunikasi FLOW*, 2(3), 1–10.

Wahidmurni. 2017. Pemaparan metode penelitian kuantitatif. Disampaikan pada mata kuliah Metodologi Penelitian, Jurusan Pendidikan Ilmu Pengetahuan101 Sosial Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Semester Ganjil 2017/2018.