

Youtube “Satu Persen” Sebagai Sarana Komunikasi Massa Pengembangan Diri Mahasiswa

Ervita Riliana

Universitas Sultan Ageng Tirtayasa

Email : rilianaervita@gmail.com

Nina Yuliana

Univeritas Sultan Ageng Tirtayasa

Email : nina.yuliana@untirta.ac.id

Korespondensi penulis : rilianaervita@gmail.com

Abstract . YouTube, which is a means of mass communication, now has an impact on student self-development. YouTube "One Percent" is a show that contains content about self-development. Students with all the problems of self-development that are not taught at school begin to improve their habits, lifestyle, finance, socializing through the educational show "One Percent". The purpose of this study is how the form of utilization of Youtube "One Percent" as a means of self-development and to find out how the impact of the audience of the YouTube channel "One Percent" as a means of communication in developing themselves. The research approach used is a qualitative approach. The nature of exploratory qualitative research with research methods using in-depth interviews. The results in this study are the utilization of YouTube One Percent as a means of mass communication for self-development is considered effective in student self-development, and has a positive impact on students.

Keywords: Youtube, Media of Communication, Self Improvement, Student

Abstrak . Youtube yang merupakan sarana komunikasi massa kini memiliki dampak akan pengembangan diri mahasiswa. Youtube “Satu Persen” adalah tayangan yang berisikan konten seputar pengembangan diri. Mahasiswa dengan segala permasalahan akan pengembangan diri yang tidak diajarkan di sekolah mulai memperbaiki kebiasaan, gaya hidup, finansial, bersosialisasi melalui tayangan edukasi “Satu Persen”. Tujuan penelitian ini adalah bagaimana bentuk pemanfaatan Youtube “Satu Persen” sebagai sarana pengembangan diri dan untuk mengetahui bagaimana dampak dari para penonton *channel* Youtube “Satu Persen” sebagai sarana komunikasi dalam mengembangkan diri. Pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif. Sifat penelitian kualitatif eksploratif. Sifat penelitian kualitatif eksploratif dengan metode penelitian menggunakan *in-depht interview*. Hasil dalam penelitian ini adalah pemanfaatan Youtube Satu Persen sebagai sarana komunikasi massa pengembangan diri di nilai efektif dalam pengembangan diri mahasiswa, serta berdampak yang positif bagi para mahasiswa.

Kata kunci: Youtube, Sarana Komunikasi, Pengembangan Diri, Mahasiswa.

PENDAHULUAN

Pada masa muda saat ini, banyak sekali dari individu dari anak muda hingga yang merasa dirinya kurang produktif dalam melakukan aktivitas sehari-hari yang dimana hal tersebut merupakan masalah bagi generasi anak muda untuk menciptakan generasi yang unggul dan produktif di usia muda. Banyak dari anak muda yang tidak dapat mengatur waktu dengan mudah, prioritas mana yang lebih penting antar urusan satu sama lain, hingga kendala mindset yang kian mempengaruhi anak muda agar bermalas-malasan pada usia muda.

Meleknnya akan teknologi pada perkembangan anak muda kini mengurangi aktivitas produktif yang terus menerpa generasi millennial dalam menggunakan sosial media pada masa kini. Munculnya perasaan FOMO akan pencapaian orang lain, kurangnya mengenal diri sendiri, hingga perkembangan softskills yang dibutuhkan mahasiswa dalam memperoleh kualitas hidup yang produktif dan bermanfaat. Hal ini juga dipengaruhi oleh penggunaan sosial media yang menerima berbagai banyak informasi oleh mahasiswa, khususnya informasi-informasi entertaint selebriti, politik , hingga mengonsumsi gosip yang ada pada dunia maya. Khususnya, di negara kita Indonesia tidak sedikit adanya individu yang berfokus pada kelemahan yang ada dalam dirinya yang membuatnya lalai untuk meningkatkan potensi yang ada pada dirinya. Namun, bukan berarti kelemahan tidak dapat ditutupi dengan adanya kemauan untuk meningkatkan kualitas diri hal ini juga turut sesuai dengan teori dalam bukunya yang menjelaskan mengenai perlunya seorang individu untuk percaya dengan keyakinan yang dimilikinya, sehingga dapat memudahkan untuk melakukan sesuatu dalam usaha mencapai keberhasilan yang diharapkan sesuai dengan keyakinan yang dimiliki.

Untuk meningkatkan kualitas yang ada pada diri suatu individu perlu memiliki kesadaran dan kemauan diri yang teguh, sehingga individu dapat menjadi pribadi yang lebih unggul lagi di masa depan daripada sebelumnya. Semua orang perlu memiliki kesadaran yang tinggi mengenai pentingnya *pengembangan diri*. Setiap individu tentu dihadapkan oleh berbagai macam permasalahan yang ada dalam kehidupan. Permasalahan yang mungkin dihadapi oleh individu dapat berupa mengenai hal baik ataupun hal buruk. Setiap individu seharusnya dapat mengenal diri sendiri seperti, kepribadian, pola pikir dan perasaan dalam menghadapi suatu kondisi dalam hidup, sehingga individu dapat mengukur kemampuan serta potensi yang dimiliki untuk meningkatkan kualitas diri sendiri. Peningkatan terhadap kualitas diri sendiri dapat dilakukan oleh siapa saja, dimana saja dan kapan saja tanpa memandang usia, jenis kelamin atau lain sebagainya.

Untuk merencanakan rencana masa depan, individu melakukan pengembangan diri dan melatih keterampilan sendiri tentunya tidak cukup jika seorang individu hanya memperoleh pengetahuan melalui pendidikan formal. Oleh karena itu, tidak heran bahwa saat ini ada banyak konten yang membahas pengembangan diri. Jenis konten sangat beragam, termasuk konten audio dan video seperti TedTalks, Sukses Daily, Zahid Ibrahim, Great Mind, Menjadi Manusia dan masih banyak lagi. Ketika dahulu Youtube hanya digunakan untuk media hiburan, kini banyak sekali *Channel* Youtube yang mendukung pengembangan diri contohnya adalah Satu Persen yang digemari oleh banyak orang di Indonesia, karena konten yang menarik dan membantu para individu dari remaja hingga orang dewasa dalam

menentukan jati diri mereka serta memiliki kebiasaan hidup yang baik dalam keseharian mereka.

Platform YouTube menyajikan berbagai *channel* yang dapat dinikmati oleh semua pengguna sesuai dengan konten yang diminati oleh pengguna. Berbagai *channel* di YouTube menyajikan berbagai konten yang dapat menghibur dan mengedukasi para pengguna melalui konten yang disajikan. Terdapat salah satu *channel* yang mana mampu menyajikan konten dan tips mengenai pengembangan diri. *Channel* tersebut mengedukasi pengguna dengan mengajarkan pelajaran hidup yang mana mengarah kepada satu fokus yaitu pengembangan diri *channel* tersebut merupakan *channel* Satu Persen. Beberapa video *channel* ini berisi bagaimana seorang individu dapat memiliki kualitas hidup dan lingkungan yang lebih baik lagi melalui konten yang disajikan oleh suatu *channel* di YouTube, hal tersebut memberikan daya tarik tersendiri bagi peneliti untuk melakukan penelitian terhadap konten yang disajikan oleh suatu *channel* di platform berbagi video yaitu YouTube dengan nama *channel* Satu Persen.

Pada platform YouTube terdapat berbagai *channel*, salah satunya yakni *channel* Satu Persen yang mana sebagai salah satu *channel* pengembangan diri yang memiliki pengikut di berbagai media sosial yaitu, selain Facebook, Instagram, Twitter, dan Podcast. *Channel* YouTube Satu Persen memiliki jumlah pengikut sebanyak kurang lebih 1.340.000 subscriber serta keseluruhan konten yang disajikan oleh *channel* ini merupakan konten pengembangan diri. Satu Persen sendiri merupakan perusahaan startup yang memproduksi konten pendidikan mengenai informasi penting yang berhubungan langsung dalam kehidupan manusia. Hal tersebut masih belum diimplementasikan dalam kurikulum pendidikan di sekolah formal yang dapat dilihat seperti pelajaran di kelas mengenai bagaimana kita untuk mengembangkan diri dan kesehatan mental.

Mengusung konsep yang kreatif sekaligus Informatif *channel* YouTube Satu Persen mendapatkan respon positif dari penontonnya.. Untuk sebuah keberhasilan suatu program siaran bukan saja ditentukan dari isi pesannya, melainkan juga dari bagaimana cara pengolahan dan teknis penyajian acaranya (Moleong, 2010) Dengan adanya konten pengembangan diri mereka, banyak sekali dampak yang bermunculan dari berbagai platform yang bersumber dari penonton bahwa *channel* YouTube khususnya Satu Persen menjadi rekomendasi dari penontonnya untuk ditonton dan disimak oleh pengguna lainnya. Tidak hanya mengikuti *channel* YouTube entertain yang kurang bermanfaat, YouTube Satu Persen dapat mengubah gaya hidup seseorang untuk perkembangan diri lebih baik. Oleh latar belakang itulah peneliti ingin mencari tahu lebih dalam bagaimana bentuk pemanfaatan Youtube Satu Persen sebagai

sarana pengembangan *channel* untuk mengembangkan diri penonton dan bagaimana dampak positif penonton dari adanya konten *channel* Youtube Satu Persen.

TINJAUAN PUSTAKA

1. Komunikasi massa

Komunikasi Massa adalah suatu proses komunikasi yang terjadi antara manusia dengan memanfaatkan media massa. Menurut Junaedi dalam (Indrawan et al., 2020) adanya komunikasi massa di karenakan adanya perbedaan khalayak, karakteristik dan faktor yang secara tidak langsung membentuk media konvensional dan media online yang merupakan perubahan yang signifikan dalam kajian komunikasi. Komunikasi massa diciptakan agar pada penikmat, pendengar, pembaca dapat memahami dan menerima pesan secara bersamaan melalui pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Pesan yang disampaikan juga dapat bersifat pribadi, mewakili organisasi, instansi, atau lembaga tertentu. Komunikasi massa diciptakan menjadi 3 ciri. Pertama, Komunikasi massa ditujukan pada audience yang cenderung luas, beragam dan anonym. Kedua, pesan disebarakan secara umum, terjadwal dan mencapai banyak pendengar yang bersifat sementara. Ketiga, komunikator sebagai pemilik informasi cenderung mewakili organisasi terstruktur, kompleks dan membutuhkan pembiayaan secara operasional yang tidak sedikit (Wright, 1986)

Menurut Baran (2012) media massa memiliki 3 pendekatan, yang mana media massa memiliki 3 perubahan atas efek yang digunakan pada khalayak ramai dalam komunikasi massa. Adapun, pengertian komunikasi massa dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi sosial antar manusia yang dilakukan dengan memanfaatkan perantara berupa suatu media massa. Komunikasi tersebut terdapat suatu tujuan untuk memberikan pemahaman kepada publik yang terdiri dari, pendengar, pembaca, serta penikmat media massa dapat secara langsung dan bersamaan mendapatkan informasi dengan cepat mengenai isi dan maksud pesan yang sedang berusaha untuk disampaikan oleh komunikator. Sifat pesan yang disampaikan dapat bermacam-macam yaitu dapat berupa pesan pribadi ataupun pesan yang dimiliki oleh instansi atau lembaga. Komunikasi massa terdefiniskan oleh tiga bentuk yaitu, 1) Komunikasi massa bertujuan untuk memberikan informasi yang bertaraf luas dan besar yang sifatnya anonymous dan heterogen. 2) Pesan disebarakan kepada khalayak umum, terjadwal, sehingga pesan yang disampaikan mencapai target sebanyak mungkin yang dimana informasi tersebut bersifat sementara. 3) Komunikator cenderung berkedudukan atau beroperasi dalam sebuah instansi yang sifatnya kompleks, sehingga membutuhkan biaya yang cukup besar (McQuail, 2011)

Pendekatan dalam media massa terdapat tiga pendekatan yang ada, yaitu dampak dari media massa yang mempengaruhi perubahan pada diri pengguna komunikasi massa, yang pada akhirnya berdampak pada riset penggunaan komunikasi massa. Namun, dampak media secara individu memiliki dampak-dampak yang hadir secara langsung. Pertama, dampak ekonomi akan menimbulkan pergerakan bagi industri media berawal dari produksi, distribusi, yang akan menjadi bahan konsumsi media, hingga media massa sebagai perantara lowongan pekerjaan. Adanya media massa dapat menjadi roda penggerak terhadap berbagai jenis usaha. Masyarakat merintis usaha yang berawal dari komunikasi massa, contohnya usaha rumah makan yang kemudian mampu menyewa jasa untuk melakukan promosi terhadap produknya untuk memperkenalkan produk, sehingga dapat menarik audience yang tepat sesuai dengan apa yang ditawarkan seperti contohnya penikmat kuliner. Hal tersebut dapat dipastikan akan menumbuhkan lebih banyak peminat, apabila dibandingkan dengan usaha yang tidak melakukan promosi dengan iklan. Hal tersebut juga dapat memberikan dampak dengan adanya kesempatan lowongan pekerjaan dalam usaha mempermudah usaha makanan yang diiklankan. Kedua, adanya dampak sosial, dampak ini berkaitan dengan karakter tentang bagaimana dapat mengetahui dan memahami bahwa seseorang tersebut telah dipengaruhi oleh media massa, perilaku yang ditunjukkan, pola berfikir, pemahaman, interaksi sosial terhadap sesama atau terhadap khalayak ramai (Baran, 2012)

2. Teori Uses & Gratification

Teori Uses & Gratification merupakan teori yang beranggapan bahwa media sebagai komunikator berperan aktif dalam bermain dan menggunakan media. Menurut Rubin dalam (Wardhani et al., 2019) Teori ini menyatakan bahwa pengguna dapat memiliki pilihan unyuk menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan mereka. Audiens dalam teori Uses and Gratification pengguna media sengaja untuk menggunakan media dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan. Pengguna pada intinya menggunakan media massa dengan motif tertentu. Yang mana media massa berperan untuk menyediakan motif-motif yang dibutuhkan oleh pengguna. Menurut Vincent & Basil (1997) dalam (Wardhani, 2019) jika suatu media dapat menggunakan dapat memenuhi kebutuhan penggunannya, dapat disimpulkan bahwa media yang digunakan merupakan media yang efektif. Teori Uses and Gratification menyatakan bahwa khalayaknya bersifat aktif, serta khalayak mayoritas menggunakan media dengan adanya tujuan. Kedua, dalam prosesnya menggunakan komunikasi massa, banyak alternatif yang mengaitkan pemuasan kebutuhan terhadap bagaimana pengguna memenuhi kebutuhannya akan adanya media. Ketiga, media massa akan terus bersaing dengan sumber

lainnya untuk memuaskan kebutuhan pengguna. Sehingga kesimpulannya sebagian kebutuhan manusia dipenuhi oleh media massa. Keempat, media massa memiliki banyak tujuan dan pilihan lalu dapat diambil kesimpulannya apabila data tersebut di kumpulkan oleh audiens. Orang-orang secara naluriah akan memahami suatu media untuk melaporkan akan kepentingannya dalam situasi tertentu. Kelima, apa yang ada dalam media massa dalam penilaiannya secara kultural tidak dapat langsung disimpulkan sebelum memahami audiensnya terlebih dahulu (KATZ, E., BLUMLER, J. G. & GUREVITCH, 1973)

3. Youtube

Menurut (Boyd & Ellison, 2007) menjelaskan bahwa YouTube merupakan suatu platform pelayanan berbagi dengan menggunakan basis web, audio/video. Hal tersebut memberikan jalan dan kemudahan bagi individu untuk mampu membangun citra diri terhadap khalayak ramai dalam suatu sistem yang dibatasi. Menurut Tjanatjantia Widika (2013) dalam (Faiqah et al., 2016) YouTube pada umumnya merupakan kumpulan video pendek, TV, film atau video yang diciptakan oleh pengguna YouTube. Selain menjadi saluran hiburan menurut (DeCesare, 2014) dalam (Faiqah, 2016) YouTube memberikan peran yang sangat baik dalam bentuk video. Youtube menawarkan mereka untuk mengupload video yang sangat bervariasi khususnya pembelajaran yang terakses secara terbuka yang memiliki jangkauan yang luas dalam bermacam-macam variasi dan topik. Menurut Stellarosa (2016) Youtube merupakan media yang kini akan terus berkembang pesat sesuai dengan kreatifitas para pengguna. Youtube yang banyak digunakan oleh khalayak ini di karenakan ia pengguna dapat mengunggah video konten secara mudah dan gratis, sehingga seluruh pengguna dapat mendapatkan informasi bagi pengguna lainnya (Cahyono et al., 2019)

Platform tersebut dapat memberikan informasi seputar daftar para pengguna yang lain serta terhubung dalam suatu jaringan sistem dengan siapa saja pengguna dapat berbagi sambungan, serta dapat mengetahui dari kumpulan ketertarikan yang sesama pengguna berikan dalam sistem YouTube dapat dikatakan sebaagai salah satu website dengan basis fitur berbagi video dengan tingkat popularitasnya telah tersebar di seluruh penjuru dunia. Hal tersebut dibuktikan dengan kemudahan penggunaanya dalam mengoperasikan platform tersebut yakni pengguna dapat mengupload, menonton, menikmati hiburan serta membagikan video dengan mudah tanpa dipungut biaya.

4. Akun Channel Satu Persen



Gambar 1.

Platform ini dibentuk pada bulan Februari tahun 2005. Pendiri YouTube merupakan pendiri hebat yang mana terdiri dari kumpulan mantan karyawan di suatu perusahaan keuangan yaitu PayPal diantaranya terdiri dari, Jawes Karim, Chad Hurley, dan Steve Chen. Biasanya cuplikan video dalam YouTube ini merupakan video pendek dari sebuah potongan film, acara televisi ataupun pengguna yang memproduksi video buatan itu sendiri. (Tjanatjantia. Widika, 2013).

Selain digunakan untuk mendapatkan hiburan semata, penikmat jaringan internet melakukan penelusuran pada platform pencarian di YouTube dengan tujuan untuk mengakses konten edukasi sebagai bahan pembelajaran serta mendapatkan pembelajaran melalui informasi yang disediakan sesuai yang diharapkan oleh penggunanya serta kesesuaian algoritma ketertarikan pengguna terhadap suatu informasi atau hiburan tersebut. Akun *channel* YouTube Satu Persen merupakan akun sosial media resmi dibawah oleh PT Satu Persen Edukasi. Ifandi Khainur Rahim selaku Founder Satu Persen diketahui sebagai lulusan Sarjana Psikologi Universitas Indonesia. Awal mula berdirinya Satu Persen yaitu keaktifan Ifandi dalam mengunggah konten video memberikan edukasi seputar psikologi manusia meliputi kesehatan mental, filsafat, pendidikan hingga *pengembangan diri* pada Desember 2018. Hal tersebut dapat memberikan informasi kepada masyarakat mengenai pentingnya informasi kesehatan psikologi setiap individu.

Pada tahun 2019, akun Satu Persen dibentuk oleh suatu perusahaan startup yang dimiliki oleh Ifandi dan rekannya bernama Rizky Andriawan. Risky merupakan rekan Ifandi alumni mahasiswa Universitas Indonesia jurusan Ilmu Komputer. Awal dari adanya akun Satu Persen adalah adanya permasalahan yang sama akan pengembangan diri dan Kesehatan mental. Perusahaan Satu Persen Edukasi bergerak dalam media yang berisikan konten Indonesian Life School yang berfokus dalam pengembangan diri, dan berfokus pada

pengajaran dalam masyarakat yang tidak diajarkan di sekolah. Satu Persen juga banyak memiliki fitur layanan bagi para penontonnya berupa Instagram, Facebook, Twitter, Podcast, LinkedIn, Tiktok hingga Youtube. Hal-hal mengenai self-awareness, critical thinking, tips belajar, manajemen waktu, hingga permasalahan finansial merupakan hal yang diajarkan dalam Youtube Satu Persen dalam konteks pengembangan diri. Akun ini berdiri sejak Desember 2019, hingga saat ini memiliki sebanyak 1.340.000 subscribers dan akan masih terus bertambah setiap harinya. Jumlah video yang ada sampai saat ini pada akun YouTube Satu Persen sebanyak 693 video yang dimulai pada 25 Mei 2018 sebelum PT Satu Persen resmi didirikan sampai sekarang. Bahkan fitur layanan yang disediakan hingga yang ditampilkan pada *Channel* Satu Persen begitu banyak mengenai pengembangan diri. Akun Satu Persen berdiri sejak Desember 20120 yang kini mencapai 1.340.000 subscriber. Jumlah video yang bermula dimulai pada 25 Mei 2015 berjumlah 693 video . Fitur layanan khusus mengenai mentoring, konsultasi berbagai macam ha juga merupakan salah satu produk dari perusahaan ini yang bergerak dalam bidang pengembangan diri dan kesehatan mental.

5. Pengembangan Diri

Menurut Departemen Pendidikan Nasional (DEPDIKNAS) menjelaskan bahwa pengembangan diri adalah suatu aktivitas pembelajaran yang dipelajari di luar mata pelajaran wajib. Kegiatan pengembangan diri dilakukan dengan upaya pembentukan karakteristik dan kepribadian seorang individu. Berbagai kegiatan yang mencakup dalam bentuk pengembangan diri diantaranya, memahami cara memecahkan masalah pribadi dan kehidupan sosial, mencari solusi atas permasalahan dalam aktivitas belajar, pengembangan karir, hingga berbagai macam ekstrakurikuler yang disediakan oleh setiap lembaga pendidikan.(Hura & Mawikere, 2020)

Menurut Loevinger dalam (Limbong, 2017) perkembangan diri yang perlu diperhatikan yaitu : 1) Landasan hidup yang bersifat religius 2) Berperilaku secara etis, 3)Matang secara emosional dan dewasa, 4) Matang secara pemikiran yang intelektual 5) Sadar akan tanggung jawab yang dimiliki , 6)Berperan sosial sesuai kodrat laki-laki maupun perempuan 7) Menerima akan diri sendiri dan selalu berkembang, 8)Mandiri secara finansial, 9) Persiapan wawasan dan karir yang matang, 10) Memiliki jalinan hubungan yang matang dengan teman sebaya, 11) Memiliki mental yang siap untuk menikah dan berkeluarga. Pengembangan diri dapat didefinisikan sebagai suatu usaha seseorang untuk mengembangkan diri dari segi pengetahuan, keterampilan, kebiasaan dan kemampuan atau potensi mereka dengan melakukan usaha yang ada dalam diri mereka.

6. Tujuan Pengembangan Diri

Menurut Marmawi dalam (Alfazani & Khoirunisa A, 2021) pengembangan diri merupakan suatu proses dalam meningkatkan kemampuan atau potensi dalam diri, serta kepribadian, emosional seorang individu agar terus berkembang kearah yang lebih positif. Menurut Heine & Hamamura dalam (Tsai et al., 2016) secara khususnya, peningkatan diri atau suatu perjalanan yang berfokus pada keuntungan diri sendiri dapat meningkatkan harga diri yang lebih positif dan meningkatkan secara psikologis agar terhindar dari tekanan. Pengembangan diri pada tiap individu adalah proses yang sengaja dilakukan dan dijalankan secara sistematis dalam membiasakan individu agar memiliki kecakapan, kebiasaan serta keterampilan hidup yang umumnya tidak dipelajari secara formal. Keinginan seorang individu akan ketidaksesuaiannya dalam beradaptasi. Saat individu tidak dapat menyesuaikan diri, individu akan termotivasi untuk mengurangi hal tersebut dan memiliki dorongan untuk memperbaiki diri (Roccas et al., 2014). Menurut Tarmudji dalam (Hura & Mawikere, 2020) menyatakan bahwa dengan seseorang mengembangkan softskill atau bakat dan minat yang dimiliki, mewujudkan target-target dalam hidup serta memiliki kepercayaan diri yang tinggi dan kuat untuk melewati cobaan ini merupakan bentuk pengembangan diri.

Menurut Amri dan Sofan (2013) tujuan adanya pembelajaran mengenai pengembangan diri bagi seseorang secara umum, pengembangan diri merupakan suatu kesempatan bagi individu untuk mengembangkan, mengekspresikan diri sesuai dengan apa yang dibutuhkan individu yang dapat berupa hal pembelajaran, potensi, minat, bakat, kondisi serta pengembangan diri individu yang berupa kebiasaan yang positif. Sedangkan, secara khusus, pengembangan diri bertujuan untuk menuntut suatu individu untum mengembangkan minat, bakat, kreativitas, kompetensi hingga budaya hidup yang dijalani. Selain itu, secara spesifik pengembangan diri juga meliputi kehiduoan beragama, sosial, kemampuan dalam belajar, wawasan yang luas, perencanaan karir yang matang, kemampuan memecahkan masalah, hingga kemandirian seseorang. Fungsi adanya media massa yang bergerak untuk menjadi pedoman bagi mahasiswa dalam mengembangkan potensi, kemampuan, serta kebiasaan yang mendukungnya ke dalam pola hidup yang produktif hingga kemampuan seseorang untuk beradaptasi dan berinteraksi dengan lingkungan.

METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang dipilih oleh peneliti dalam melakukan penelitian ini adalah dengan menggunakan menggunakan metode penelitian kualitatif. Metode pengumpulan data yang digunakan yakni dilakukannya observasi dan wawancara. Teknik pengolahan dan

analisis data yang dilakukan dapat dilakukan dengan tiga tahapan diantaranya, berupa reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Penelitian kualitatif digunakan untuk mengungkapkan suatu masalah, keadaan, atau suatu peristiwa tertentu. Hasil penelitian harus mengarah dan ditetapkan pada jawaban seobyektif mungkin dan sedetail mungkin. Penelitian ini disusun secara tidak ketat, tidak formal dan cenderung akan adanya perubahan dari apa yang akan di rencanakan. Namun, tahap penelitian ini yang akan digunakan dalam penelitian ini terbagi menjadi tiga tahap utama yaitu:

- 1) Tahap deskripsi. Pada tahap ini ini peneliti menggambarkan apa yang ia saksikan, apa yang ia rasakan, dan apa yang ia dengar. Data yang diperoleh oleh peneliti hanyalah informasi sepintas saja.
- 2) Tahap reduksi. Dalam tahap reduksi peneliti mulai mereduksi ifnromasi yang masuk untuk memfokuskannya terhadap masalah tertentu
- 3) Tahap seleksi, Dalam tahap seleksi, peneliti mulai memisahkan fokus yang ditetapkan sehingga menjadi fokus yang lebih rinci. Sehingga kemudian, di analisis secara mendalam mengenai fokus permasalahan.

1. Teknik Pengumpulan Data

1) Wawancara

Suatu percakapan yang ada maksud tertentu adalah sesuatu yang bias akita sebur wawancara. .Wawancara berbentuk tanya jawab secara lisan yang dilakukan dengan dua orang maupun lebih secara langsung. Teknik wawancara terstruktur yang dilakukan peneliti adalah dengan melakukan wawancara secara instrumentasi penelitian yang mana jawaban alternaltif penelitian pun telah dipersiapkan.

2) Observasi

Pengamatan yang dilakukan secara sistematis disertai dengan Analisa untuk mendapatkan hasil untuk meneliti perilaku sosial antar suatu peristiwa sering disebut juga observasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode observasi partisipatif. Tetapi, dalam penelitian ini peneliti berperan secara pasif yang mana peneliti terlibat langsung dengan keseharian objek penelitian yang tengah diamati. Namun, peneliti tidak sepenuhnya terlibat dalam aktivitas tersebut.

2. Informan Penelitian

Dalam penelitian ini, peneliti memerlukan data dari sumber yang sesuai dengan kebutuhan penelitian. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan informan berdasarkan

metode *purposive sampling* yang dimana sampel dipilih berdasarkan pertimbangan tertentu yang sekiranya dapat memberikan informasi yang diperlukan dalam penelitian ini.

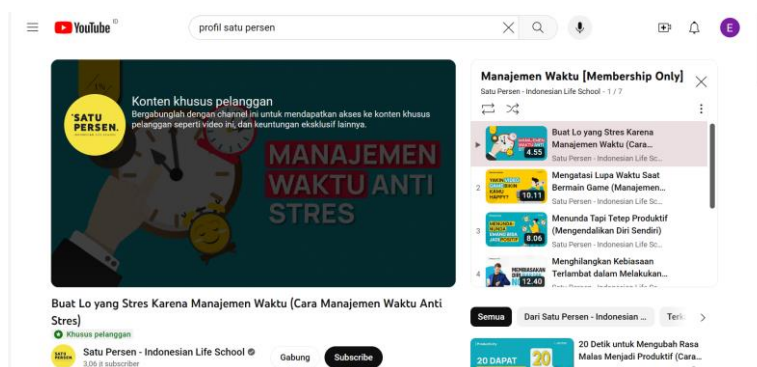
Informan dipilih berdasarkan kriteria tertentu yaitu dengan kriteria: a. Mahasiswa mengsubscribe akun Youtube Satu Persen, b. Mahasiswa pernah secara konsisten menyimak konten video Satu Persen, c. Mahasiswa pernah mengimplementasikan secara langsung tips berdasarkan konten Satu Persen. d. Mahasiswa di rasa perlu berkembang dalam kasus tertentu ke arah yang positif. Peneliti mengambil 3 mahasiswa dari universitas yang berbeda sebagai informan yang dalam riwayatnya sering menyaksikan channel YouTube Satu Persen. Diantaranya adalah Vivin Ferdinati, informan merupakan mahasiswi dari Universitas Trisakti jurusan Fakultas Kedokteran. Informan kedua, Estevania Wise Maharani seorang mahasiswi dari Universitas Trisakti jurusan Fakultas Arsitektur. Informan ketiga, Ledifa Nadiah seorang mahasiswi dari Universitas Brawijaya jurusan Akuntansi. Informan yang digunakan dalam penelitian ini diteliti dari latar belakang informan sebelumnya mengenal Youtube Satu Persen hingga perubahannya di masa kini. Wawancara yang dilakukan terhadap informan dilakukan melalui via *google meet* agar informasi dapat tersampaikan dengan rinci dan jelas tanpa kekurangan informasi tertentu.

Hasil dan Pembahasan

Youtube Satu Persen merupakan channel youtube yang banyak di tonton dari banyak kalangan tidak hanya orang dewasa, bahkan banyak dari anak remaja hingga mahasiswa yang membutuhkan edukasi “luar kelas” yang disajikan oleh Youtube Satu Persen. Pembahasannya yang mengenai kajian hidup agar lebih tertata dan lebih baik, membuat tidak sedikit mahasiswa yang kerap kali mencoba untuk mendapatkan gaya hidup serta memiliki pemahaman dan manajemen yang baik akan dirinya sendiri. Mahasiswa yang merupakan individu yang mengharuskan mayoritas dari mereka hidup mandiri sekaligus menyeimbangi aktivitas pribadi dengan proses pembelajaran di kampus, membuat mahasiswa harus memiliki “skill” yang dapat mahasiswa terapkan selama menjalani masa perkuliahan yang berat dan hanya seorang diri di dunia perantauan maupun melalui perjalanan yang panjang yang mengharuskan mereka untuk bepergian lebih awal serta pulang lebih larut yang mana hal ini membuat mahasiswa memerlukan untuk memperoleh skill pengembangan diri dari berbagai aspek untuk mendapatkan pola hidup yang baik dalam beraktivitas sehari-hari.

Peneliti melakukan wawancara mendalam untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu bagaimana pemanfaatan youtube "Satu Persen" sebagai sarana komunikasi untuk pengembangan diri. Informasi yang diperoleh pada penelitian ini berasal dari hasil wawancara secara langsung terhadap informan. Peneliti memberikan pertanyaan mengenai masalah terkait dan telah disusun oleh peneliti untuk diajukan pada informan di data menggunakan transkrip kemudian hasil tersebut akan di analisis. Satu Persen sebagai sarana media pengembangan diri sering kali di nilai efektif untuk mengembangkan diri dalam tayangan edukasi di karenakan dalam mode komentar setiap tayangannya menuai banyak *feedback* yang positif dari para penontonnya.

Dari wawancara yang di lakukan secara langsung terhadap informan pertama yaitu **Vivin Ferdinati** yang merupakan mahasiswi Fakultas Kedokteran Universitas Trisakti. Dalam konteks mengembangkan potensi dirinya yang mana latar belakang Vivin sebelum menginjak bangku perkuliahan adalah bercita-cita menjadi komikus. Namun, dikarenakan tidak adanya izin dari kedua orang tuanya, ia tetap melanjutkan studinya dalam dunia kedokteran. Untuk tetap dapat menyeimbangkan hobi menggambarnya serta jadwal perkuliahan kedokteran yang sangat padat. Ia menyadari bahwa potensinya untuk tetap mengembangkan minat serta kewajibannya diharuskan memiliki skill manajemen waktu yang baik agar keduanya tetap berjalan seimbang. Potensinya dalam mengembangkan skill menggambar dan kebiasaan baru yaitu manajemen waktu mulai tertata ketika ia mulai sering menonton tayangan Youtube Satu Persen mengenai playlist "**Manajemen Waktu**" yang hanya dapat diakses oleh *membership* Satu Persen. Playlist Manajemen Waktu dalam Youtube ini berisi mengenai video "Buat Lo yang Stress Karena Manajemen Waktu", "Mengatasi Lupa Waktu Saat Bermain Game", "Menunda Tapi Tetep Produktif", "Menghilangkan Kebiasaan Terlambat dalam Melakukan Apapun", "Belajar Mengatur Waktu yang Efektif", "Cara Melamun Produktif dengan Manajemen Waktu", "Cara Mencapai Work Life Balance"

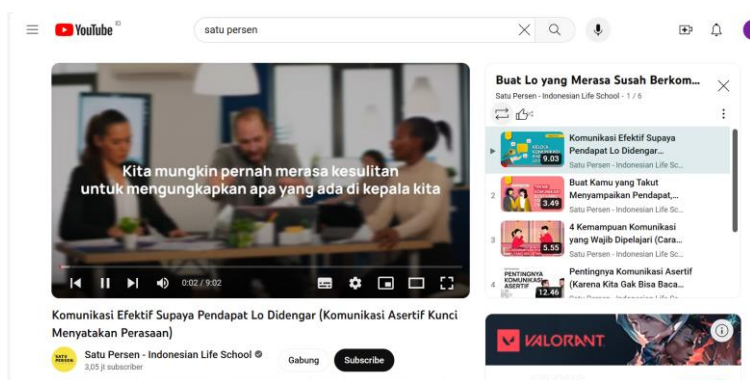


Gambar 2.

“Karena saya sangat sibuk sekali dengan jadwal saya yang padat serta jam waktu saya untuk mempertahankan skill menggambar saya sangat sempit dari situ saya mulai mengulik di YouTube bagaimana saya dapat memiliki potensi dalam membagi waktu yang baik. Sebelumnya saya, sudah sering menonton Satu Persen yang berhubungan dengan mental dan itu berpengaruh. Sehingga saya mulai mencari tentang manajemen waktu di channel Satu Persen. Saya nonton semua video yang ada dalam playlist tersebut. Dari video tersebut, saya belajar banyak tentang bagaimana memanfaatkan waktu dengan baik. Honestly, bermanfaat banget. Cuma dalam beradaptasi dengan kebiasaan yang dipaparkan dalam Satu Persen memang cukup susah dan harus terbiasa. Saya sendiri memerlukan waktu yang nggak sedikit sih, untuk dapat nerapinnya. Namun, Alhamdulillah setelah terbiasa sekarang saya dapat memiliki skill manajemen waktu yang baik antara jadwal kuliah saya yang super padat nilai saya setiap ujian blok tetap lumayan dengan tetap mengembangkan skill saya dalam menggambar biar tidak kena artblock” (hasil wawancara 11 November 2023)

Dalam hasil wawancara tersebut kita mengetahui bahwa Vivin yang merupakan informan sering menonton Youtube Satu Persen yang merupakan kanal YouTube pengembangan diri. Informan bahkan hingga rela menjadi membership channel Satu Persen untuk mengakses seluruh video dalam playlist “Manajemen Waktu” yang kemudian ia terapkan dalam kehidupan sehari-harinya yang padat akan kuliah dan tetap mengembangkan potensi ia dalam menggambar dengan menerapkan kebiasaan “Manajemen Waktu” yang baik yang di tampilkan dalam channel Youtube Satu Persen. Vivin mengatakan bahwa dirinya terbiasa akan kebiasaan baru dalam hal berkomunikasi ini baru terwujud ketika berjalan 5 bulan lamanya setelah secara konsisten mengikuti konten tips dalam playlist “Manajemen Waktu” dalam Youtube Satu Persen.

Informan kedua yaitu **Ledifa Nadiah** seorang mahasiswi dari Universitas Brawijaya jurusan Akuntansi. Dalam konteks mengembangkan diri, latar belakang ledifa merupakan seorang introvert selama masa SMA, hal ini dikarenakan ia sempat pindah sekolah sehingga ia kurang dapat bergaul oleh teman-temannya saat masa SMA. Belajar dari pengalaman sebelumnya, sebelum ia menginjak bangku perkuliahan ia tidak ingin mengulangi masa yang sama saat ia masih SMA. Sehingga pada saat itu ia mulai bertemu dengan Youtube Satu Persen dalam playlist “Buat Lo Yang Merasa Sulit Berkomunikasi”



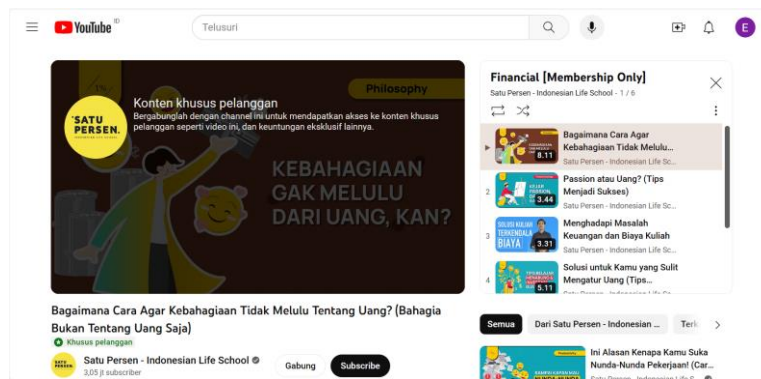
Gambar 3.

“Awalnya pas itu aku kayak hopeless banget, gimana nanti pas kuliah. Mau gimanapun aku kan harus beradaptasi karena kuliahnya juga jauh kan. Pas banget di home Youtube ku muncul video di Satu Persen. Kalau nggak salah inget pertama kali itu judulnya tentang yang menyatakan pendapat. Nah, karena aku nonton itu muncullah rekomendasi playlist yang bahas mengenai hal yang sama. Aku tonton semua, dan ternyata banyak yang harus aku evaluasi sama diri ku sendiri dan dari video-video itu aku ngerasa Satu Persen itu kayak aku banget. Jadinya karena penasaran, aku coba tanemin lah ke diri ku tips-tips serta ilmu tentang komunikasi yang saat itu aku tonton. Setelah aku catet, evaluasi diri, dan nerapin ilmunya, sekarang aku udah dapat lebih berkembang dalam berinteraksi dengan seseorang. Dari ilmu itu dan learn by doing aku sekarang bisa beradaptasi dengan mudah” (Hasil wawancara 10 November 2023)

Ledifa juga menambahkan kini ia bahkan bergabung dalam organisasi Himpunan Mahasiswa dan terlepas dari notabene *introvert* yang sulit untuk berkomunikasi setelah konsisten untuk mengikuti ilmu yang dipaparkan oleh Youtube Satu Persen. Ledifa mengatakan asal kita mau belajar dan menonton tayangan edukasi seperti Satu Persen, akan ada banyak hal yang dapat kita implementasikan dalam kehidupan sehari-hari. Ledifa mengatakan bahwa estimasi dirinya terbiasa akan kebiasaan baru dalam hal berkomunikasi ini baru terwujud ketika berjalan 4 bulan lamanya setelah secara konsisten mengikuti konten tips dalam playlist *“Buat Lo Yang Merasa Sulit Berkomunikasi”*

Berbeda dengan kedua informan sebelumnya yang merupakan pengembangan diri untuk tetap mengembangkan potensinya dan kebiasaan yang baik. Informan kedua, yaitu **Estevania Wise Maharani** yang merupakan Mahasiswi Arsitektur Universitas Trisakti ini memiliki latar belakang yang berbeda. Estevania yang merupakan dari kalangan yang berkecukupan harus menempuh pendidikan di Universitas Trisakti yang unggulan sehingga

secara lingkungan teman-teman seperkuliahannya adalah anak kelas atas yang memiliki finansial yang baik. Estevania yang keuangannya tidak seperti teman-temannya, sering kali kehabisan uang sebelum tenggat waktunya diberikan uang saku kembali. Estevania mengatakan bahwa dirinya bahkan kesulitan untuk menabung seperti sebelumnya. Sebelumnya informan, sering menonton Youtube Satu Persen mengenai produktivitas hingga wawasan umum. Sehingga dalam kasusnya, Estevania menjadi tertarik untuk menonton tayangan Satu Persen dalam bidang finansial. Playlist “Finansial” sendiri termasuk dalam *membership* yang hanya dapat diakses oleh member Youtube Satu Persen. Dalam playlist ini, terdapat beberapa video yakni berjudul “Bagaimana Cara Agar Kebahagiaan Tidak Melulu Tentang Uang?”, “Passion atau Uang?”, “Menghadapi Masalah Keuangan dan Biaya Kuliah”, “Solusi untuk Kamu yang Sulit Mengatur Uang (Tips Menabung dan Investasi Masa Depan”, “Apa itu Bitcoin”, “Kapan Harus Mulai Investasi?”.



Gambar 4.

“Sejujurnya waktu itu gua bingung banget, yang dimana temen-temen gua itu hedon-hedon banget dan pada saat itu gua masih buta banget soal finansial. Jadinya ya, gua ikut-ikutan mereka secara lifestyle, pakaian, dan makanan juga. Jadi, uang yang ada ya cepet banget abisnya. Terus karena keseringan nonton Satu Persen sampe langganan jadi member, munculah pada saat itu yang judulnya “Mulai Mengelola Finansial”. Dari situ gua mulai nontonin biar setidaknya gua ga keabisan uang lah minimal. Awalnya cuman nonton aja tapi lama kelamaan ngerasa kayanya harus nerapin ini ke kehidupan gua. Sulit sih awalnya harus nahan-nahan apa yang pengen di beli. Tapi, karena udah nekat untuk bisa nabung dan menerapkan apa yang ada di playlist itu, sekarang gua bisa nyisihin sedikit-sedikit” (hasil wawancara 16 November 2023)

Setelah dirinya dapat menabung, di karenakan sebelumnya pada playlist “Finansial” dalam channel terdapat pembahasan investasi dan *bit coin*. Estevania mulai menjual barang-barang yang tidak ia gunakan lagi alias “*preloved*” untuk ia salurkan uangnya kedalam

aplikasi investasi. Estevania juga mengatakan bahwa estimasi dirinya terbiasa akan kebiasaan baru dalam hal finansial ini baru terwujud ketika berjalan 2 bulan lamanya setelah secara konsisten mengikuti konten tips dalam playlist "Finansial."

"Iya, barang yang sebelumnya gua beli karena laper mata dan ikut-ikutan sekarang karena nggak kepakai. Jadinya gue preloved, dan gua investasi di salah satu aplikasi investasi. Sekarang kalau beli sesuatu ya sepeentingnya aja sih, sama kayak yang diajarin di Youtubennya Satu Persen" (hasil wawancara 16 November 2023)

Dari ketiga informan yang telah di wawancara terkait tayangan konten Satu Persen yang membahas mengenai pengembangan diri layak untuk di tonton khususnya untuk mengembangkan *skill-skill* yang tidak diajarkan di sekolah formal pada umumnya. Pemanfaatan Youtube Satu Persen sebagai sarana komunikasi massa pengembangan diri kini banyak digandrungi anak muda yang kian secara produktivitasnya meningkat.

Dampak yang dirasakan oleh mahasiswa yang merupakan informan dalam penelitian ini mayoritas adalah dampak yang positif mulai dari informan pertama yaitu Vivin, ia berhasil mengimplementasikan kebiasaan baru yang baik dalam hidupnya serta tetap mengembangkan potensinya serta seimbang dalam akademik dengan baik berkat konten tips yang berasal dari playlist "Manajemen Waktu" dari Satu Persen. Informan kedua, yaitu Ledifa juga merasakan dampak yang positif setelah menonton dan mengimplementasikan tips-tips berkomunikasi dalam playlist Satu Persen yaitu "Buat Lo Yang Merasa Sulit Berkomunikasi" yang dimana ia menyampaikan kini kebiasaan baru setelah memiliki skill berkomunikasi kini ia dapat lebih terbuka dengan orang lain dan tergabung oleh salah satu organisasi mahasiswa yaitu Himpunan Mahasiswa.

Informan terakhir, Estevania mengalami pengembangan diri secara finansial setelah secara konsisten mengikuti tips dalam konten Youtube "Satu Persen" dengan playlist "Finansial" Dampak positif yang terjadi pada kehidupan informan dari ilmu-ilmu yang ada dalam tayangan youtube Satu Persen menjadi bukti nyata keberhasilan Satu Persen dalam konten dan narasi sebagai sarana komunikasi massa pengembangan diri bagi para penontonnya. Peneliti juga melakukan riset yaitu dengan menjelajahi komentar di kanal youtube Satu Persen dan menemukan komentar-komentar para penonton yang menyatakan bahwa wawasan serta ilmu yang di tayangkan dalam channel Satu Persen berhasil mengubah mereka dari pola hidup, kebiasaan, sosial serta finansial para penontonnya.

Beberapa pemanfaatan Youtube Satu Persen sebagai komunikasi massa pengembangan diri tentu berbeda sesuai dengan permasalahan masing-masing para

mahasiswa. Intensitas penggunaannya juga bergantung seberapa lama informan dapat menerapkan informasi tips dari konten masing-masing playlist Youtube dalam kehidupan sehari-harinya.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Youtube Satu Persen sebagai sarana pengembangan diri mahasiswa, maka ada beberapa hal yang dapat disimpulkan berkaitan dengan rumusan masalah serta teori yang telah di paparkan, maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Dalam penelitian ini, Youtube Satu Persen sangat bermanfaat bagi para mahasiswa sebagai sarana komunikasi pengembangan diri. Pemanfaatan Youtube sebagai media tayangan online mengedukasi para penontonnya sesuai dengan permasalahan yang ada dalam kehidupan mahasiswa. Ada yang digunakan untuk mengembangkan diri dalam konteks potensi diri dalam menggambar dengan kemampuan manajemen waktu, ada pula yang mengembangkan diri dalam hal berkomunikasi dengan orang lain, hingga mengembangkan diri dalam hal finansial seperti menabung dan berinvestasi. Sesuai dengan teori pengembangan diri menurut Amri dan Sofan, (2013) yang mana secara umum dan khusus adalah tentang bagaimana seorang individu dapat mengembangkan dirinya ke dalam potensi, minat bakat, budaya hidup, bersosialisasi serta finansial.
2. Dampak akan tayangan edukasi pengembangan diri dalam Youtube Satu Persen sebagai sarana komunikasi massa dirasakan oleh para mahasiswa dalam bentuk yang positif. Meskipun dalam implementasiannya mahasiswa perlu beradaptasi, namun dampak akan perubahan positif dalam diri mereka sebagai bentuk pengembangan diri mulai terlihat dalam kurun waktu yang berbeda-beda. Pengalaman maupun peristiwa yang dipaparkan informan setelah memanfaatkan Youtube Satu Persen sebagai sarana komunikasi pengembangan diri di nilai merupakan dampak yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

- Alfazani, M. R., & Khoirunisa A, D. (2021). Faktor Pengembangan Potensi Diri: Minat/Kegemaran, Lingkungan Dan Self Disclosure (Suatu Kajian Studi Literatur Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial). *Jurnal Manajemen Pendidikan Dan Ilmu Sosial*, 2(2), 586–597. <https://doi.org/10.38035/jmpis.v2i2.487>
- Amri. Sofan. (2013). *Kurikulum, Pengembangan & Model Pembelajaran Dalam*. PT. Prestasi Pustakakarya.
- Baran, S. (2012). *Pengantar Komunikasi Massa*. Erlangga.
- Boyd & Ellison. (2007). *Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship*. (Journal of, Vol. 13). *Journal of Computer Mediated Communication*.
- Cahyono, G., Dakwah, N. H.-J., & 2019, undefined. (n.d.). Youtube seni komunikasi dakwah dan media pembelajaran. *Core.Ac.Uk*. Retrieved November 4, 2023, from <https://core.ac.uk/download/pdf/236210758.pdf>
- DeCesare, J. A. (2014). *User Uploads and YouTube One Channels for Teaching, Learning, and Research*. *Library Technology Report*.
- Faiqah, F., Nadjib, M., Komunikasi, A. A.-K. J. I., & 2016, undefined. (2016). Youtube sebagai sarana komunikasi bagi komunitas makassarvidgram. *Journal.Unhas.Ac.Id*, 5(2). <http://journal.unhas.ac.id/index.php/kareba/article/view/1905>
- Hura, S., & Mawikere, M. C. S. (2020). Diskursus Mengenai Prinsip, Pendekatan dan Metode Pembelajaran dalam Pendidikan Anak Usia Dini. *JURNAL PENDIDIKAN KRISTEN ANAK USIA DINI Diskursus*, 12–26.
- Indrawan, J., Efriza, & Ilmar, A. (2020). KEHADIRAN MEDIA BARU (NEW MEDIA) DALAM PROSES KOMUNIKASI POLITIK. *MEDIUM*, 8(1). [https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8\(1\).4820](https://doi.org/10.25299/medium.2020.vol8(1).4820)
- KATZ, E., BLUMLER, J. G. & GUREVITCH, M. (1973). Uses and gratifications research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4).
- Limbong, M. (2017). PENGEMBANGAN DIRI MAHASISWA DI FAKULTAS KEGURUAN IIMU PENDIDIKAN UNIVERSITAS KRISTEN INDONESIA (FKIP – UKI). *Insight Jurnal Bimbingan Konseling*, 6(2). <https://doi.org/10.21009/insight.062.11>
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Salemba Humanika.
- Moleong. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Roccas, S., Sagiv, L., Oppenheim, S., Elster, A., & Gal, A. (2014). Integrating content and structure aspects of the self: Traits, values, and self-improvement. *Journal of Personality*, 82(2). <https://doi.org/10.1111/jopy.12041>
- Stellarosa, Y., Firyal, S., Komunikasi, A. I.-L. J., & 2018, undefined. (2016). Pemanfaatan youtube sebagai sarana transformasi majalah highend. *Ojs.Stiami.Ac.Id*, 5(2). <http://ojs.stiami.ac.id/index.php/lugas/article/view/263>

- Tsai, W., Chiang, J. J., & Lau, A. S. (2016). The Effects of Self-Enhancement and Self-Improvement on Recovery From Stress Differ Across Cultural Groups. *Social Psychological and Personality Science*, 7(1).
<https://doi.org/10.1177/1948550615598380>
- Wardhani, D., Hesti, S., & Dwityas, N. A. (2019). Uses and Gratifications of Social Media: Media Use among University Students in Jakarta. *International Journal of Communication Research*, 9(1).
- Wright, C. R. (1986). *Mass communication :a sosiological perspective /Charles R. Wright* (1964 New York : Random House, Ed.; 3rd ed., Vol. 2). McGraw-Hill.