

# Hubungan Antara Penggunaan *Youtube* Dengan Tingkahlaku Remaja

Asna Zukrina Ahmad Zukni  
Fakulti Bahasa dan Komunikasi  
<sup>a</sup>Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia  
*asnazukrina@yahoo.com*

## ABSTRAK

Dunia begitu pantas berubah disebabkan ledakan maklumat dan teknologi komunikasi. Natijah utama dari penggunaan media baharu adalah terhadap tingkahlaku remaja masa kini. Saling berkongsi maklumat kini diteliti dari pelusuk jenis aspek. Pembentukan tingkah laku seolah bergantung penuh dengan pendedahan dari alat komunikasi yang mendedahkan kepada penggunaan media baharu masa kini. Kajian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh individu yang mempunyai pengaruh sosial yang tinggi yang mampu mempengaruhi dan memberi kesan kepada pembinaan skema pemikiran peribadi seseorang terutamanya dalam kalangan remaja di Malaysia. Hal ini kerana remaja pada zaman sekarang lebih mudah untuk terdedah dengan aktiviti sosial yang berada di media sosial. Objektif kajian ini adalah untuk mengenalpasti tahap penggunaan *Youtube* dalam memenuhi kepuasan dan kehendak remaja di Malaysia dan mengetahui bahawa penggunaan *Youtube* meninggalkan kesan positif mahupun negatif terhadap pembinaan peribadi diri dalam kalangan remaja di Malaysia. Kajian ini menggunakan persampelan bertujuan di mana menfokuskan kepada pelajar di Sekolah Menengah yang bertempatan di kawasan urban seperti di Damansara dan Kuala Lumpur yang lebih terdedah dengan aktiviti sosial. Bagi menjalankan kajian ini kaedah pungutan data adalah secara kuantitatif dan pengkaji mengedarkan borang soal selidik kepada 132 responden yang berumur daripada 15 sehingga 18 tahun. Analisis data bagi kajian ini adalah menggunakan kaedah SPSS dan pemerolehan inferens kolerasi. Justeru itu, media sosial mampu memberi kepuasan terutamanya kepada remaja dan *social media influencer* serta dapat mempengaruhi kepada pemikiran dan tingkahlaku individu.

***kata kunci: penggunaan youtube, media sosial, stigma netizen, tingkahlaku remaja, kesan dan pemuasan.***

---

\*Corresponding author. Tel.: +06 017 480 0134  
E-mail: *asnazukrina@yahoo.com*

# The Relationship Between YouTube Usage and Youth Netizen Behavior

Asna Zukrina Ahmad Zukni  
Fakulti Bahasa dan Komunikasi  
<sup>a</sup>Universiti Pendidikan Sultan Idris, Malaysia  
*asnazukrina@yahoo.com*

## ABSTRACT

Media is the important pillar of society. It has great positive and negative impacts of society. In any way we can never deny the role, power, importance, advantages and disadvantages of media in every walk. The main result of the use of new media is on the behavior of today's youth. We live in a society that depends on information to keep moving in the right direction. Media has that power to influence peoples' attitude and perspective about many issues. This study aims to examine the influence of individuals who have a high social influence that is able to influence and affect the construction of a person's personal thinking scheme, especially among youth in Malaysia. This is because teenagers nowadays are more easily exposed to social activities on social media. The objective of this study is to identify the level of Youtube usage in the mid of satisfaction and desires of youth in Malaysia. Youtube leaves a positive and negative impact on self-development among youth in Malaysia. This study uses purposive sampling which focuses on students in Secondary Schools located in urban areas such as Damansara and Kuala Lumpur are more exposed to social activities. The data collection method is quantitative and the researcher distributed questionnaires to 132 respondents aged from 15 years to 18 years. Data analysis for this study is using SPSS method and correlation inference acquisition. Therefore, social media is able to provide satisfaction especially to adolescents and social media influencers and can influence thoughts and behavior of individuals.

***Keywords: youtube usage, social media, netizen stigma, youth behavior, impact, self-satisfaction***

## PENGENALAN

Dalam meniti era 'dotcom' ini banyak negara di dunia yang berlumba-lumba untuk memajukan bidang multimedia (pelbagai media) mereka. Dalam hal ini Malaysia, sebagai harimau Asia tidak ketinggalan. Dalam konteks ini juga tidak terkecuali penggunaan media sosial yang turut sama bercambah dalam meniti arus pemodenan dunia. Oleh yang demikian, menurut [www.OpenEdu.com.my](http://www.OpenEdu.com.my) 80% pengguna internet Malaysia mempunyai tabiat muat turun video 51% amat aktif di *Youtube*. Statistik ini juga menunjukkan betapa pentingnya sesuatu perniagaan yang menggunakan medium *Youtube* untuk tujuan pemasaran terutamanya. Selain itu, [www.OpenEdu.com.my](http://www.OpenEdu.com.my) menganggarkan juga pada tahun 2015, telah mencatat lebih daripada 90% kandungan di Internet adalah video. Penggunaan *Youtube* juga dapat mempromosikan perniagaan seperti yang sering dilakukan di negara-negara barat. Tambahan pula, penggunaan *Youtube* di Malaysia kini semakin meningkat naik dengan kemunculan *Youtube Influencer* dan individu-individu yang mempunyai pengikut yang ramai kini digunakan sebagai medium pengiklanan dengan cara penampakkan produk secara berbayar atau lebih diketahui sebagai "paid review". Bukan itu sahaja, golongan ini juga dipercayai memberikan kesan dalam kehidupan seseorang yang telah mengidolakan mereka. Tambahan pula, budaya memuat naik video ini semakin dibudayakan dalam kalangan remaja masa kini. Sememangnya medium *Youtube* merupakan medium kedua yang paling popular digunakan di dunia. Hal ini dapat dibuktikan dengan contoh anugerah yang telah diadakan bagi meningkat naik penggunaan *Youtube* seperti Anugerah *Influence Asia* yang telah dimenangi oleh pengguna *Youtube* yang popular dalam kalangan remaja bagi kategori "Lifestyle" atau gaya hidup iaitu Aisyah Razip atau lebih dikenali sebagai Cupcake Aisyah. Kehadiran media *Youtube* pada hari ini sememangnya memberikan dampak yang massa kepada generasi muda untuk mencari maklumat dalam memenuhi kepuasan diri mereka menerusi medium *Youtube*. Hal ini adalah kerana menerusi kaedah video yang menarik adalah dipercayai lebih berkesan berbanding medium yang memerlukan tulisan yang sarat dan dapat membosankan golongan remaja netizen. Lambakan media massa berbentuk hiburan di laman *Youtube* berkembang dengan pesat. Intihanya, fenomena ini terjadi adalah kerana faktor bentuk komunikasi manusia sentiasa melalui perubahan hasil perkembangan teknologi, atau revolusi komunikasi yang berbentuk struktural dan teknikal (Van Dijk, 2006).

## SOROTAN LITERATUR

### ***Youtube Dengan Generasi Muda***

Dalam era dot.com ini remaja dan khalayak ramai dilihat mempunyai tahap kebergantungan yang tinggi kepada penggunaan fungsi media *Youtube*. Lambakan video yang dimuat naik bagai cendawan tumbuh selepas hujan oleh *Youtube Influencer* juga semakin banyak dan diminati oleh remaja masa kini. Menurut Meyerson (2010), sejumlah 72 jam durasi video telah dimuat naik di *Youtube* setiap minit. *Youtube* bukan sahaja dilihat sebagai medium dalam menyediakan maklumat kepada generasi muda tetapi ia juga telah mendorong mereka untuk menyumbang dan berkongsi idea. Selain itu, generasi muda masa kini juga sering menggunakan medium media *Youtube* sebagai salah satu rujukan atau sumber tutorial untuk mendapatkan dan mengumpul informasi. Sehubungan dengan itu, (Rokiah dan Fadzli, 2015) menyatakan bahawa *Youtube* merupakan sebuah laman perkongsian video memuat naik, menonton dan berkongsi petikan video. Walaubagaimanapun menurut kajian ini, ia adalah bertujuan untuk mengenalpasti jenis maklumat yang dilayari dalam *Youtube* dan

mengenalpasti persepsi kepercayaan *Youtube* sebagai sumber maklumat agama terutamanya. Kajian ini juga telah menggunakan kaedah kajian secara kuantitatif. Menurut Agazio dan Buckely (2008) juga telah menyatakan bahawa *Youtube* merupakan salah satu jaringan sosial yang penting dalam masyarakat hari ini (Rokiah, 2015). Dalam konteks ini, tahap penggunaan *Youtube* dipercayai telah mempengaruhi dan memberi impak kepada cara pemikiran khalayak mahupun penonton yang memilih *Youtube* sebagai media utama untuk mendapatkan maklumat bagi kepuasan mereka. Melihat kebergunaan *Youtube*, persepsi mahupun stigma boleh didefinisikan sebagai kepercayaan seseorang individu bahawa penggunaan sistem boleh meningkatkan prestasi mereka (Munirudden, 2007). Kewujudan dan kemunculan *Youtube* telah membuka ruang massa dalam pengumpulan maklumat yang lebih perinci dan cepat. Namun walaupun bagaimanapun ia masih mempunyai kesan dan dampakan yang positif dan negatif (Norizah dan Awan, 2016) mendapati rata-rata informan atau responden fokus melayari maklumat agama menerusi medium *Youtube* yang mengenai agama menerusi video berunsurkan pendidikan dan juga elemen hiburan. Walaupun bagaimanapun melihat skop kesahihan, kajian dalam kandungan maklumat tersebut adalah asas penting untuk memastikan kesahihan maklumat agama di *Youtube* (Norizah dan Awan 2016). Intinya, kajian ini mendapati kepakaran seseorang dari sesuatu aspek masih diperlukan bagi menjamin kesahihan sesuatu maklumat.

### ***Youtube dengan Individu***

Umumnya penggunaan *Youtube* juga digunakan sebagai medium pembelajaran terutamanya dalam kalangan remaja di Malaysia. Menurut kajian lepas dapat dilihat pengaruh *Youtube* memberi impak yang kuat terhadap individu remaja masa kini dengan penggunaan seperti remaja kini menjadikan Youtuber sebagai satu kerjaya serius. Oleh yang demikian, kebanyakan remaja masa kini mengimitasi idola mereka yang juga terdiri daripada sosial media influencer. Hal ini juga tidak ketinggalan dilihat dalam perspektif negatif dimana pembikinan atau penyunting video yang harus dimuat naik pada setiap minggu bahkan pada setiap hari juga tidak mustahil. Oleh yang demikian, hal ini akan mengundang tahap tekanan yang lebih tinggi daripada biasa dalam menyunting video dan menjadi Youtuber yang sangat konsisten di dalam pemuat naik video di laman *Youtube*. Menurut Yong (2011) menyatakan bahawa pengaruh *Youtube* mendapati ketagihan media baharu ini sewajarnya diteliti secara lebih terperinci terutamanya dalam bidang psikologi patologi iaitu kajian yang berkaitan dengan kesihatan mental kerana beliau mendapati terdapat peningkatan dari masa ke semasa pengguna *Youtube* secara berlebihan dapat mengundang gejala kemurungan dan masalah mental (Rickless & Firlis, 2014). Disamping itu, pengaruh *Youtube* juga dilihat sangat memberi kesan yang negatif kepada perilaku atau personaliti individu. Hal ini dikaitkan dengan justifikasi kajian menurut Aguslianto (2017) perilaku remaja masa kini lebih banyak yang bertentangan dengan akidah sehingga dan meninggalkan solat. Hal ini juga adalah akibat perbuatan mengimitasi Youtuber kesukaan mereka yang berlainan agama dan kepercayaan. Oleh yang demikian, remaja cenderung membina personaliti dengan menerima kekeliruan maklumat yang sahih tentang agama mereka sendiri. Dalam konteks ini, pengaruh *Youtube* dapat memberikan pengaruh tinggi terhadap kecenderungan membina personaliti remaja. Menurut (Rokiah & Fadzli, 2015) mendapati bahawa asas pengetahuan agama merupakan tunjang akidah yang juga turut menentukan tahap kepenggunaan dan dalam mengawal kesan yang diserap oleh generasi muda masa kini dalam penyebaran maklumat menerusi medium media baharu iaitu *Youtube*. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia telah menyatakan bahawa pengaruh ialah suatu daya yang timbul pada seseorang dalam membentuk watak, kepercayaan

atau perbuatan seseorang. Dengan itu, dapat disimpulkan bahawa laman Youtube mendatangkan pengaruh terhadap pembentukan personaliti mereka di dalam usia remaja yang penuh dengan perasaan ingin mencuba. Manakala, menurut Aguslianto (2017) terdapat juga manfaat daripada penggunaan Youtube terhadap remaja dimana memudahkan remaja mendapatkan maklumat, menjadi remaja yang lebih berpengetahuan tentang isu semasa global malah dapat berhubung dengan sesiapa sahaja dengan lebih mudah dan kondusif. Dalam konteks ini ia membantu meningkatkan tahap sosial dan pergaulan remaja dalam menjadi personaliti diri yang lebih ekstrovert berbanding remaja *introvert* dan tidak terdedah dengan isu luar.

### **Konten Vlog**

Kandungan vlog yang menjadi bahan utama *Youtube Influencer* bagi akaun peribadi mereka turut mempengaruhi kehidupan remaja masa kini. David dan Mariam Sondakh (2017) bersetuju menyatakan vlog adalah video yang mempunyai konten berkaitan pendapat, cerita atau kegiatan harian yang biasanya menjadi kronologi utama kepada konten vlog. Berdasarkan kajian lepas ini adalah mempunyai tujuan untuk mengetahui luasnya pengaruh yang disebabkan oleh pembolehubah X iaitu konten vlog terhadap pembolehubah Y iaitu sikap mahasiswa. Kaedah kajian ini menggunakan kaedah kuantitatif bagi menguji penyelidikan ini. Berdasarkan kajian (Christelle dan Tatiana, 2016) mengatakan vlog dapat mengekspresikan apa yang dijalankan di dalam rutin harian mereka dan penonton mempunyai kebarangkalian yang tinggi untuk mengimitasikan gaya hidup yang dipaparkan di dalam rutin mereka. Bukan itu sahaja, menerusi hasil penelitian oleh Yuh Chen (2012), Hee Jun Choi dan Johnson (2005), Prili (2012), Novita (2009) yang telah menyatakan bahawa motivasi belajar mahasiswa yang mengikuti pembelajaran dengan menggunakan media video lebih tinggi daripada mahasiswa yang mengikuti pembelajaran dengan menggunakan media teks. (Iwantara, 2014). Melihat skop konten vlog, menerusi kajian (David & Mariam, 2017) bersetuju beranggapan bahawa konten vlog bersifat seperti jarum suntik yang turut mempengaruhi penonton dan khalayak serta diukur sejauh manakah khalayak memahami dan menyedari serta menerima isi video yang dipaparkan oleh vlogger. Berdasarkan kajian lepas ini juga, hasil analisis kolerasi antara konten vlog dengan pembentukan sikap mahasiswa telah memperoleh hasil keputusan sebesar 0.61 yang menunjukkan saling berpengaruh serta mempunyai kekuatan yang tinggi dan positif. Oleh yang demikian, kajian ini membuktikan bahawa tahap penggunaan Youtube yang melibatkan penonton konten vlog memberikan impak yang maksima terhadap pembentukan personaliti peribadi seseorang individu terutamanya dalam kalangan remaja pada masa kini. Justeru itu, dalam konteks ini dapat dilihat penggunaan *Youtube* amat penting bagi selari dengan peningkatan arus pemodenan teknologi. *Youtube* merupakan video online dan yang utama dari kegunaan dalam mencari, melihat dan berkongsi pendapat mahupun luahan dari segala penjuru dunia melalui suatu web (Burdiargo, 2015; 47). Intihanya, intipati *Youtube* perlu memiliki tahap keberkesanan yang maksima disamping membentuk personaliti yang kamil dan intelektual.

Menerusi beberapa kajian lepas yang telah dikaji, kami mendapati terdapat lebih perkaitan yang kuat antara pendedahan media *Youtube* terhadap perubahan stigma netizen dan tingkahlaku anak remaja masa kini yang lazimnya masih mencari identiti diri. Namun begitu, terdapat faktor pemilihan konten *Youtube* atau kesan yang mempengaruhi stigma dan gaya hidup remaja yang masih lagi menjadi persoalan untuk menjalankan kajian penyelidikan

ini iaitu berkenaan hubungan antara penggunaan *Youtube* dengan stigma netizen dalam kalangan remaja di Malaysia.

## METODOLOGI

Kajian ini adalah berbentuk kuantitatif dan mengutip data menggunakan soal selidik. Penggunaan kaedah tinjauan adalah satu cara pengumpulan data yang baik dalam sesuatu kajian sains sosial kerana metodologi ini dipercayai mampu memberikan penjelasan yang tepat untuk mewakili satu populasi yang besar. Bukan itu sahaja, ramai sarjana-sarjana di dalam bidang penyelidikan ini telah menfokuskan akan kepentingan tinjauan di dalam membantu pengkaji merumuskan dapatan kajian daripada satu skop yang sangat kecil kepada skop yang lebih besar. Penggunaan kaedah tinjauan juga mampu memberi penelitian kolerasi. Kajian yang dibina oleh penyelidik ini juga merupakan kajian yang menggunakan kaedah kuantitatif yang menguji kolerasi dua pembolehubah. Creswell (1994) pula 58 mentakrifkan bahawa penyelidikan kuantitatif sebagai proses inkuiri ke arah pemahaman yang didasari kaedah pengumpulan data yang kebiasaanya digunakan apabila meninjau sesuatu permasalahan sosial. Selain itu, reka bentuk kajian yang dijalankan oleh penyelidik ini adalah lebih menjurus kepada cara serta bagaimana bagi mendapatkan jawapan terhadap persoalan-persoalan yang diuji dan ditimbulkan dalam kajian penyelidikan ini. Tambahan pula, ia juga merupakan metod untuk mencapai objektif kajian penyelidikan ini. Objektif penyelidikan ini adalah 1) Mengenalpasti tahap penggunaan *Youtube* dalam kalangan remaja. 2) Menguji hubungan penggunaan *Youtube* dan tingkahlaku remaja. Oleh yang demikian, penyelidik sedaya upaya mengadakan kaedah untuk merealisasikan tujuan tersebut. Penyelidik mencari remaja netizen yang merupakan pengguna *Youtube* untuk dijadikan sampel kajian yang sesuai bagi penyelidikan ini iaitu kawasan urban seperti Damansara yang lebih terdedah dengan aktiviti sosial. Pelajar daripada umur 15 tahun sehingga 18 tahun dijadikan sebagai responden kajian. Menerusi kajian yang dijalankan segala maklumat dan data mentah yang diperolehi daripada soal selidik diproses dan dianalisa dengan lebih mendalam bagi mengeneralisasikannya. Kemudian, maklumat yang telah diproses dimasukkan di dalam kajian penyelidikan sebagai dapatan kajian.

Sebelum mengeluarkan sesuatu pendapat atau andaian pasti perlu untuk mencari sesebuah bukti bagi menunjukkan perkara yang dilakukan selari dengan apa yang akan diperkatakan. Oleh itu, sebelum kajian sebenar dilakukan terlebih dahulu, kajian rintis ataupun pra ujian telah dilakukan bagi menguji kebolehpercayaan soal kaji selidik dalam menjawab persoalan kajian. Kajian ini bertujuan untuk melihat tahap relevan semua item dalam soal selidik bagi memastikan tiada kesalahan tatabahasa dan kejelasan soalan dapat dipastikan sebelum mengedarkan soalan sebenar kepada responden. Kajian ini telah dilakukan dengan melibatkan seramai 30 orang responden yang terdiri daripada remaja sekolah menengah daripada umur 15 tahun sehingga 18 tahun. Bilangan ini adalah mencukupi bagi satu kajian korelasi (Creswell, 2002). Keseluruhnya, responden memahami soalan yang diberi dan menjawab dengan baik.

Ujian kebolehpercayaan bagi soalan di dalam borang soal selidik ini telah diuji dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Nilai *Cronbach Alpha* seringkali dirujuk bagi mengukur ketekalan dalam sesuatu kajian. Kebolehpercayaan instrumen kajian merujuk kepada kestabilan dan ketekalan dalam soal selidik (Creswell, 2002; Uma Sekaran & Bougie, 2013).

Dalam kajian ini, data – data yang telah dikumpulkan dan diukur tahap kebolehpercayaan telah menggunakan Ujian Statistik *Cronbach Alpha* dalam perisian “*IBM SPSS Statistic versi 25.0*”. Menurut (Hair et al.,2006), tahap penerimaan sesuatu instrumen kajian menunjukkan bahawa responden telah menjawab semua soalan dengan baik dan secara konsisten.

Pengkaji telah menggunakan dua pemboleh ubah dalam kajian ini iaitu hubungan penggunaan *Youtube* dan tingkah laku remaja. Sebanyak 30 borang soal selidik telah diedarkan kepada 30 responden bagi menjayakan kajian rintis ini di sekitar Damansara. *Cronbach Alpha* bagi kajian rintis untuk penggunaan *Youtube* dan tingkahlaku remaja adalah 0.932 dan 0.934. Perkara ini menunjukkan bahawa soalan yang diedarkan adalah relevan dan sesuai untuk digunakan.

Setelah, itu pengkaji juga telah melakukan kajian sebenar dengan menggunakan 100 soalan borang soal selidik dan diedarkan kepada responden yang menetap di Kawasan elit seperti Damansara. Hasil *Cronbach Alpha* bagi kajian sebenar adalah 0.952 dan 0.937. Justeru itu, ianya juga telah menunjukkan bahawa soalan kajian yang diedarkan adalah relevan dan sesuai. Kesimpulan yang dapat dilakukan adalah *Cronbach Alpha* pada kajian sebenar meningkat berbanding dengan *Cronbach Alpha* hasil daripada pra ujian. Jadual di bawah merujuk kepada hasil ujian *Cronbach Alpha* :

**Jadual 1.0 : Ujian Kebolehpercayaan *Cronbach Alpha***

<b>PEMBOLEH UBAH</b>	<b>CRONBACH ALPHA (KAJIAN RINTIS)</b>	<b>CRONBACH ALPHA (KAJIAN SEBENAR)</b>	<b>BILANGAN ITEM</b>
PENGGUNAAN YOUTUBE	0.932	0.952	35
TINGKAHLAKU REMAJA	0.934	0.937	15

Selain daripada itu, setiap subskala dilengkapi dengan lima soalan dan skala ukuran yang digunakan adalah ordinal dalam bentuk Skala Likert 5 elemen vital bermula daripada 1) Sangat Tidak Kerap 2) Tidak Kerap 3) Sederhana Kerap 4)Kerap 5) Sangat Kerap dan 1)Sangat Tidak Setuju 2) Tidak Setuju 3) Sederhana Setuju 4) Setuju 5) Sangat Setuju.

## DAPATAN KAJIAN

### ***Latar Belakang Responden***

Dalam kajian ini, pengumpulan data dilaksanakan dengan mengedarkan borang kaji selidik kepada remaja netizen yang menggunakan Youtube di kawasan yang urban dan dipercayai lebih berpengetahuan tentang kaedah sosial menggunakan teknologi Youtube di kawasan Damansara yang terletak di Kuala Lumpur. Oleh yang demikian, sebanyak 100 borang soal selidik telah diedarkan kepada responden yang menepati sasaran responden iaitu berumur 15 sehingga 18 tahun dan maklum balas yang diterima juga merupakan bilangan yang sama kerana kaedah yang digunakan oleh pengkaji adalah melalui serahan tangan. Melalui kajian ini, latar belakang responden bagi jantina adalah lelaki mempunyai peratusan sebanyak 35% dan perempuan pula mempunyai peratusan 65%. Hal ini menunjukkan bahawa kebanyakan perempuan lebih banyak melihat dan mengikuti aktiviti *Youtube Influencer* yang mereka minati. Seterusnya, perempuan juga adalah individu yang mudah untuk memberi kerjasama dengan pengkaji. Namun, lelaki lebih cenderung kepada sesuatu yang bersifat permainan dan menghiburkan sebagai contoh aplikasi permainan di telefon bimbit seperti *PUBG*, *Mobile Legend* dan sebagainya. Selain itu, mereka tidak suka untuk mengambil tahu tentang individu yang tiada kena mengena dengan mereka.

Seterusnya, bagi latar belakang responden kebanyakan terdiri daripada umur 15 tahun sehingga 18 tahun. Peratusan bagi individu yang berumur 15 tahun sebanyak 12%, bagi yang berumur 16 tahun pula adalah 6%. Bagi yang berumur 17 tahun adalah sebanyak 57% peratusannya dan terakhir sekali adalah 18 tahun yang mempunyai peratusan sebanyak 25%. Kajian ini dilihat mempunyai peratusan yang tinggi pada individu yang berumur 17 tahun iaitu sebanyak 57%. Hal ini kerana, borang soal selidik diedarkan pada waktu tamat sekolah dan kebanyakan pelajar yang tinggal adalah pelajar yang mempunyai kelas tambahan. Manakala, bangsa pula adalah terdiri daripada melayu yang mempunyai peratusan sebanyak 89%, cina sebanyak 6%, india pula terdiri daripada 3% dan bagi lain-lain terdiri daripada 2% sahaja. Lain-lain itu terdiri daripada bangsa bumiputra Sabah yang ada di Sabah seperti Sungai. Latar belakang responden bagi jenis-jenis persekolahan adalah SMK perempuan yang mempunyai 8%, SMK lelaki sebanyak 7%, SJK (C) pula terdiri daripada 3%, sekolah cluster terdiri daripada 12%, sekolah harian pula sebanyak 68%. Kemudian, bagi lain-lain pula terdiri daripada 2% iaitu sebahagian daripadanya adalah terdiri daripada sekolah tahfiz. Peratusan bagi latar belakang responden dalam agama pula, Islam mempunyai 92%, Hindu sebanyak 2%, Buddha sebanyak 5% dan Kristian pula adalah sebanyak 1%. Kawasan yang diedarkan kebanyakan responden yang berada di situ adalah beragama Islam.

Jadual 2.0 Latar Belakang Responden.

DEMOGRAFI	FREKUENSI	PERATUSAN (%)
JANTINA		
LELAKI	35	35
PEREMPUAN	65	65
UMUR		
15 TAHUN	12	12
16 TAHUN	6	6
17 TAHUN	57	57
18 TAHUN	25	25
BANGSA		
MELAYU	89	89
CINA	6	6
INDIA	3	3
LAIN – LAIN	2	2
JENIS –JENIS PERSEKOLAHAN		
SMK PEREMPUAN		
SMK LELAKI		
SJK (C)	8	8
SJK (T)	7	7
SEKOLAH CLUSTER	3	3
SMK HARIAN	0	0
LAIN – LAIN	12	12
	68	68
	2	2
AGAMA		
ISLAM	92	92
HINDU	2	2
BUDDHA	5	5
KRISTIAN	1	1
LAIN – LAIN	0	0

### **Penggunaan Youtube**

Bagi meneliti hasil kajian penggunaan Youtube telah diukur dengan tiga dimensi dengan 35 item digunakan untuk mengukur tahap kekerapan responden dalam penggunaan Youtube. Dimensi bagi penggunaan Youtube ialah Akses Aplikasi Youtube, Motivasi dan Minat.

#### **a) Mengakses Youtube Influencer**

Hasil kajian menunjukkan pembuktian akses *Youtube Influencer* yang mana dipercayai telah mendorong penggunaan Youtube dalam kalangan remaja netizen masa kini. Oleh yang demikian, dapat dilihat bahawa faktor lain-lain merupakan skor min paling tinggi di dalam penganalisaian bagi dimensi mengakses *Youtube Influencer*, iaitu dengan bacaan sebanyak 3.80 (SP= 1.48). Antara *Youtube Influencer* lain yang telah diterima maklum balas adalah seperti Sharifah Rose, Zack Merican, Naddy Shushi, Epul Yusoff, Raja Syahiran, Jinny Boy. Dapat juga dilihat responden juga turut mengakses *Youtube Influencer* Cupcake Aisyah yang telah mencatat skor min kedua paling tinggi dengan skor min 2.71 (SP=1.55) juga diikuti dengan skor min ketiga paling tinggi ialah Mat Luthfi 2.69 (SP=1.43). Oleh yang demikian, faktor lain-lain bagi dapatan pengaksesan *Youtube Influencer* adalah merupakan perkongsian min dengan *Youtube Influencer* yang lain. Justeru itu, dapatan kajian mendapati bahawa responden adalah lebih banyak mengakses *Youtube Influencer* Cupcake Aisyah dimana sesuai

dengan keperluan peribadi remaja netizen masa kini yang lebih gemar dengan konten vlog kegiatan harian dan sebagainya. Dapatan kajian juga membuktikan bahawa terdapat lebih banyak *Youtube Influencer* yang lebih dikenali dan menjadi faktor pengaksesan serta penggunaan Youtube dalam kalangan remaja netizen. Jadual 3.0 Menunjukkan Kekerapan Pengaksesan *Youtube Influencer*. Sila rujuk jadual untuk keterangan lanjut:

**Jadual 3.0 Kekerapan Pengaksesan *Youtube Influencer*.**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Peratus</b>							
<b>Mengakses <i>Youtube Influencer</i></b>							
B6) Cupcake Aisyah	37	11	13	22	17	2.71	1.55
B7) Princess Meenie	47	14	19	15	4	7.17	1.30
B8) Mat Luthfi	32	14	18	25	11	2.69	1.43
B9) Faarfids	44	14	1	16	16	2.31	1.40
B10) Putreeo	50	14	12	16	8	2.18	1.40
B11) Nisha Ezzati	47	15	17	14	7	2.19	1.35
B12) Danishfirds	50	11	16	13	10	2.22	1.35
B13) Johanis Sani	42	9	24	16	9	2.41	1.40
B14) Luna Tasya	43	15	15	18	9	2.35	1.42
B15) Charisow	43	18	18	13	8	2.25	1.34
B16) Lain-lain: _____	14	7	19	9	51	3.80	1.48

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### **b) Tujuan Penggunaan Youtube**

Kajian mendapati penggunaan Youtube dalam kalangan remaja netizen adalah bersifat bertujuan peribadi. Hasil kajian menunjukkan bahawa tujuan penggunaan Youtube adalah tinggi dengan tujuan mendapatkan hiburan di laman Youtube dengan mencatatkan skor min sebanyak 4.05 (SP=0.968). Justeru itu responden menggunakan Youtube dengan untuk mencari hiburan-hiburan terkini dan dianggap menarik seperti vlog kegiatan harian, video cabaran yang mengikut trend semasa seperti *Samyang Challenge*, *Bean Boozle Challenge*, mendengar lagu dan sebagainya. Sehubungan dengan itu, faktor penggunaan Youtube juga dapat dilihat dengan mencari informasi dimana telah mencatatkan skor min kedua paling tinggi iaitu 3.85 (SP=0.968). Oleh yang demikian, responden juga menggunakan Youtube dengan bertujuan untuk mencari informasi terkini agar tidak ketinggalan dek arus zaman moden. Selain itu, skor min ketiga paling tinggi adalah dapat dilihat dengan responden juga menggunakan Youtube bertujuan untuk mencari tutorial sebagai penunjuk cara dalam melakukan sesuatu perkara. Hal ini dipercayai dapat membantu responden dalam lebih bersikap kreatif disamping berkongsi tentang tutorial dalam melakukan apa sahaja seperti cara pembuatan *slime*, mahupun cara untuk berhias diri dan sebagainya. Jadual 4.0 menunjukkan kekerapan tujuan penggunaan Youtube. Sila rujuk jadual untuk keterangan lanjut:

**Jadual 4.0 Ke kerap an Tujuan Penggunaan Youtube.**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Peratus</b>							
<b>Tujuan Penggunaan Youtube</b>							
B17) Informasi	3	3	28	38	28	3.85	0.968
B18) Hiburan	3	3	17	40	37	4.05	0.968
B19) Menghubungkan silaturahim	20	19	23	23	15	2.94	1.35
B20) Mempromosikan produk	42	15	21	12	10	2.33	1.39
B21) Menonton Filem	13	8	24	29	27	3.50	1.32
B22) Mencari sumber inspirasi	7	9	25	35	24	3.60	1.15
B23) Pendidikan secara maya	6	9	21	44	20	3.63	1.09
B24) Tutorial	9	7	21	31	32	3.70	1.24
B25) Dakwah	14	13	25	24	24	3.31	1.35

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### c) Motivasi Menggunakan Youtube

Penggunaan Youtube adalah berdasarkan motivasi penggunaan responden. Dalam konteks kajian ini telah mendapati bahawa motivasi penggunaan Youtube mencatat skor min paling tinggi iaitu sebanyak 3.64 (SP= 1.15) bagi responden berasa puas dengan menggunakan Youtube untuk memenuhi kehendak dan hasrat diri. Hal ini adalah kerana responden bertindak untuk memilih saluran dan konten untuk ditonton dan dilayari di laman Youtube. Dapatan kajian juga mendapati bahawa skor min kedua paling tinggi ialah 3.47 (SP= 1.27) dimana responden gemar menonton dan menggunakan Youtube adalah disebabkan responden mempunyai *Youtube Influencer* yang diminati. Sehubungan dengan itu, hal ini juga berkait rapat dengan memenuhi hasrat sendiri. Selain daripada itu, motivasi responden dalam menggunakan Youtube juga didapati adalah untuk digunakan sebagai medium memudahkan dalam menyelesaikan tugas sekolah responden. Faktor ini juga telah mendapati skor ketiga paling tinggi iaitu sebanyak 3.40 (SP=1.02). Jadual 5.0 menunjukkan kekerapan motivasi menggunakan Youtube. Sila rujuk jadual untuk keterangan lanjut:

**Jadual 5.0 Menunjukkan Ke kerap an Motivasi Menggunakan Youtube.**

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Peratus</b>							
<b>Motivasi Menggunakan Youtube</b>							
B26) Ibu bapa saya sangat menggalakkan saya untuk menggunakan <i>Youtube</i>	7	16	29	28	20	3.38	1.18

B27) Tugas sekolah saya mudah diselesaikan dengan menggunakan <i>Youtube</i>	4	15	30	39	12	3.40	1.02
B28) Saya menggunakan <i>Youtube</i> untuk mengikut <i>trend</i> semasa	15	18	28	23	16	3.07	1.29
B29) Saya suka menonton <i>Youtube</i> kerana saya mempunyai <i>Youtube Influencer</i> yang saya minati	11	10	24	21	24	3.47	1.27
B30) Saya berasa puas apabila <i>Youtube</i> memenuhi kehendak diri saya	6	7	33	25	29	3.64	1.15

1=sangat tidak kerap, 2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

#### d) Minat Menggunakan Youtube

Hasil kajian telah mendapati bahawa penggunaan Youtube juga adalah bergantung kepada minat seseorang individu dalam mencari konten yang disukai. Oleh demikian, menerusi perisian *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) memperlihatkan keputusan data dimana responden mempunyai minat yang amat tinggi menggunakan Youtube sebagai medan teknologi yang membantu menyelesaikan kegiatan harian individu. Oleh yang demikian, min yang tertinggi dicatatkan skor sebanyak 4.05 (SP=0.925) iaitu responden minat dalam mencari maklumat menggunakan Youtube malah juga berminat untuk menerima maklumat dan konten daripada Youtube. Skor min kedua yang paling tinggi ialah 3.84 (SP=0.929) mendapati bahawa responden menggunakan Youtube kerana mudah digunakan dimana sahaja. Bukan itu sahaja, dalam konteks kajian ini skor min ketiga paling tinggi ialah responden tertarik menggunakan Youtube kerana visualnya membantu menjelaskan kandungannya dan kualiti video adalah lebih memenuhi kehendak responden iaitu sebanyak 3.75 (SP=1.009) Jadual 6.0 menunjukkan kekerapan minat menggunakan Youtube. Sila rujuk jadual untuk keterangan lanjut:

Jadual 6.0 Kekerapan Minat Menggunakan Youtube

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Minat Menggunakan Youtube</b>							
B31) Saya minat menggunakan <i>Youtube</i>	2	4	16	43	35	4.05	0.925
B32) Saya minat menggunakan <i>Youtube</i> kerana mudah digunakan di mana sahaja	2	6	22	46	24	3.84	0.929
B33) Saya berminat menggunakan <i>Youtube</i> kerana visualnya lebih jelas dan kualitinya memenuhi kehendak saya	2	10	24	39	25	3.75	1.009
B34) Saya suka <i>Youtube</i> kerana dapat meningkatkan prestasi diri	4	12	36	31	17	3.45	1.038

B35) Saya tertarik dengan konten *Youtube Influencer* di *Youtube* 7 13 27 27 26 3.52 1.21

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### Tingkah Laku Remaja

Hasil kajian bagi tingkahlaku remaja telah diuji dengan tiga dimensi daripada 15 item untuk mengukur tahap kekerapan responden dalam tingkahlaku remaja. Dimensi yang telah digunakan adalah pengaruh gaya hidup, personaliti sendiri dan kemahiran berkomunikasi.

#### a) Gaya Hidup

Hasil kajian mendapati bahawa penggunaan Youtube yang berterusan cenderung untuk memberi kesan kepada tingkahlaku seseorang individu itu. Kajian ini telah mengukur tahap perubahan bagi gaya hidup dalam tingkahlaku seseorang remaja. Skor min yang paling tinggi adalah Youtube telah memberi inspirasi kepada mereka dengan skor sebanyak 3.44 (SP = 1.09). Hal ini disebabkan oleh youtube adalah salah satu medium dimana seseorang individu itu mendapatkan informasi mengenai sesuatu perkara. Sebagai contoh, jika seseorang remaja itu mempunyai minat terhadap pembuatan *DIY* mereka pasti akan terinspirasi dengan cara pembuatan yang pelbagai di dalam Youtube. Skor min yang kedua tertinggi adalah 3.29 (SP = 1.24) iaitu youtube telah mengubah gaya hidup seseorang individu . Bagi gadis yang inginkan gaya yang terkini, mereka akan merujuk akaun yang memberi pendedahan terhadap perkara itu. Secara tidak langsung kehidupan seseorang individu akan berubah jika mereka inginkan sesuatu perubahan dilakukan berdasarkan apa yang mereka lihat di Youtube. Skor min ketiga tertinggi adalah 3.21 (SP = 1.14) iaitu seseorang individu akan mencari cara untuk meningkatkan gaya hidup mereka. Hal ini kerana, sesetengah remaja pada masa sekarang adalah individu yang akan mencari sesuatu yang lain daripada yang lain bagi memenuhi keinginan dalam diri mereka. Jadual 7.0 adalah penerangan mengenai dimensi gaya hidup di dalam tingkahlaku remaja.

Jadual 7.0 Kekerapan Gaya Hidup bagi Tingkah Laku.

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Peratus</b>							
<b>Gaya Hidup</b>							
C1) Penggunaan Youtube telah mengubah gaya hidup saya	11	13	32	24	20	3.29	1.24
C2) Saya akan sentiasa mencari cara untuk meningkatkan gaya hidup di Youtube	10	15	31	32	12	3.21	1.14
C3) Saya akan mengikuti gaya hidup sosial influencer yang saya minati	18	21	25	20	16	2.95	1.33
C4) Cara saya berpakaian telah dipengaruhi oleh sosial influencer	20	20	24	23	13	2.89	1.32

C5) Youtube telah banyak memberi inspirasi kepada saya. 4 18 25 36 27 3.44 1.09

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### b) Personaliti Kendiri

Pengkaji mendapati bahawa remaja adalah individu yang sentiasa ingin mencuba sesuatu yang baru kerana mereka masih di fasa yang mempunyai sifat ingin tahu yang tinggi. Justeru itu, sesetengah individu masih mencari personaliti mereka untuk dengan meniru gaya atau ingin menjadi seperti *Youtube Influencer*. Hasil kajian mendapati skor min tertinggi adalah 3.39 (SP = 1.18) di mana kebanyakan daripada pengguna Youtube adalah seorang yang aktif. Hal ini adalah berkait dengan skor min kedua tertinggi 2.93 (SP = 1.25) di mana personaliti seseorang remaja itu dipengaruhi oleh *Youtube Influencer*. Individu remaja lebih mudah terpengaruh dengan individu yang sentiasa mereka minat. Skor ketiga yang tertinggi adalah 2.88 (SP = 1.10) iaitu saya seorang yang pasif. Malah, bagi sesetengah remaja lebih berminat untuk melihat perkara yang mereka minat namun tidak mempengaruhi mereka daripada segi tingkahlaku. Jadual 8.0 adalah soalan bagi dimensi personaliti kendiri dengan lebih terperinci.

Jadual 8.0 Menunjukkan Kekekapan Personaliti Kendiri bagi Tingkah Laku.

Item	1	2	3	4	5	Min	Sisihan Piawai
<b>Peratus</b>							
<b>Personaliti Kendiri</b>							
C6) Personaliti saya dipengaruhi oleh Youtube influencer	15	24	27	21	13	2.93	1.25
C7) Personaliti Youtube influencer mempengaruhi tingkah laku saya	22	20	31	20	7	2.70	1.21
C8) Saya suka mendedahkan diri bagi menarik perhatian orang lain	24	20	26	19	11	2.73	1.31
C9) Saya seorang yang pasif	13	23	32	27	5	2.88	1.10
C10) Saya seorang yang aktif	9	12	29	31	19	3.39	1.18

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### c) Kemahiran Komunikasi

Kemahiran komunikasi adalah sangat penting bagi semua individu . Skor min tertinggi bagi kajian ini adalah 3.49 (SP = 1.04) di mana seseorang remaja itu dapat melakukan sesuatu perkara menerusi video yang ditonton di Youtube. Perkara ini adalah bermaksud, seseorang remaja itu belajar sesuatu daripada Youtube untuk meningkatkan kemahiran berkomunikasi mereka. Sebagai contoh, *Youtube Influencer* dapat menarik minat seseorang remaja itu untuk meningkatkan keyakinan di hadapan orang. Seseorang remaja itu akan terpengaruh dengan tingkahlaku *Youtube Influencer* itu dengan melihat cara percakapan dan perbuatan mereka. Skor kedua tertinggi adalah 3.40 (SP = 1.23) iaitu seseorang remaja itu tercabar dengan cara

komunikasi yang dimiliki oleh *Youtube Influencer*. Golongan yang bergelar remaja ini lebih cepat tertarik dengan individu yang menonjol dan perkara ini secara sedar atau tidak akan mula memberi kesan atau terinspirasi secara tidak langsung kepada remaja itu untuk menjadi seperti *Youtube Influencer*. Skor min ketiga tertinggi adalah 3.38 ( SP = 1.12) iaitu suka bercakap di hadapan orang ramai. Oleh sebab itu, seseorang remaja itu perlu ada individu yang bergelar idola untuk menjadikan diri mereka lebih yakin untuk menonjolkan diri di khalayak ramai. Jadual 9.0 menunjukkan keterangan skor dengan lebih terperinci.

**Jadual 9.0 Kekerapan Kemahiran Berkomunikasi bagi Tingkah Laku.**

Item	Peratus					Min	Sisihan Piawai
	1	2	3	4	5		
<b>Kemahiran Komunikasi</b>							
C11) Keyakinan diri saya meningkat apabila saya melihat Youtube Influencer di Youtube.	6	16	32	31	15	3.33	1.10
C12) Cara percakapan saya dipengaruhi oleh Youtube Influencer	7	19	29	32	13	3.25	1.12
C13) Saya dapat melakukan sesuatu perkara menerusi video yang ditonton di Youtube	5	9	36	32	18	3.49	1.04
C14) Saya suka bercakap di hadapan orang ramai	4	19	32	25	20	3.38	1.12
C15) Saya merasa tercabar dengan komunikasi yang dimiliki oleh Youtube Influencer	10	12	28	28	22	3.40	1.23

1=sangat tidak kerap,2=tidak kerap, 3=sederhana kerap,4=kerap, 5=sangat kerap

### **Analisis Korelasi**

Kaedah ini digunakan untuk mencari hubungan pembolehubah yang dikaji. Menurut (Prof Madya Dr.Bhasah Abu Bakar, 2013) perhubungan signifikan menerangkan tentang kesahihan perhubungan antara dua pemboleh ubah.

**Jadual 10.0 Analisis Kolerasi**

		Penggunaan Youtube	Tingkh laku Remaja Netizen
<b>PENGGUNAAN YOUTUBE</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>1</b>	<b>.711</b>
	<b>Sig. (2-tailed)</b>		<b>000</b>
	<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>TINGKAHLAKU REMAJA NETIZEN</b>	<b>Pearson Correlation</b>	<b>.711</b>	<b>1</b>
	<b>Sig. (2-tailed)</b>		<b>.000</b>
	<b>N</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

**\*\*Correlation is significant at the level 0.00 (2-tailed)**

Hasil analisis korelasi menunjukkan hubungan antara penggunaan Youtube dengan tingkahlaku remaja netizen merupakan satu hubungan positif yang kuat dan sangat signifikan ( $r = .711$ ,  $k < 0.05$ ). Keputusan ini menjelaskan bahawa penggunaan Youtube mempunyai pengaruh yang tinggi dan positif terhadap tingkahlaku remaja netizen yang kini sememangnya sinonim dengan Youtube di alaf teknologi ini serta korelasi positif kuat yang sangat signifikan ini juga mengesahkan bahawa tahap penggunaan Youtube mempunyai hubungan dengan tingkahlaku remaja netizen. Oleh itu, hipotesis nul yang mengatakan tahap penggunaan Youtube mempunyai hubungan signifikan dengan tingkahlaku remaja netizen adalah disokong dan diterima.

## KESIMPULAN

Pada zaman serba teknologi ini, remaja merupakan golongan yang mempunyai kecenderungan yang lebih tinggi untuk terpengaruh dengan *Youtube Influencer*. Seperti yang kita tahu remaja adalah individu yang sering inginkan perhatian seseorang dan sentiasa mengikut individu yang mereka minat untuk mengikuti identiti mereka. Pengkaji berpendapat bahawa faktor tingkahlaku remaja dipengaruhi oleh *Youtube Influencer*. Kemudian, pelbagai kemudahan telah tersedia untuk generasi remaja pada zaman akan datang dan mereka seharusnya menggunakan kemudahan ini dengan baik.

Implikasi kajian secara teori adalah bertepatan dengan apa yang pengkaji mahukan. Pengkaji telah menggunakan teori kesan media yang mempunyai tiga model iaitu model kesan terhadap, model kesan sederhana dan model kesan penuh. Model bagi kesan terhadap adalah di mana media massa jarang mempengaruhi pengguna media sosial. Justeru itu, tidak semua yang melihat Youtube, tingkahlaku mereka akan dipengaruhi. Sebagai contoh, bagi individu yang pasif mereka lebih berminat melihat untuk pengisian masa lapang sahaja. Selain itu, mereka hanya mencari apa yang diminati.

Bagi model yang kedua adalah model kesan sederhana dimana individu itu mendapat kesan yang panjang daripada media sosial. Misalnya, individu remaja yang ingin meningkatkan keyakinan diri mereka pasti akan merujuk *Youtube Influencer* untuk melihat gaya percakapan, dari segi keyakinan dan sebagainya. Oleh itu, perkara ini akan memberi kesan yang Panjang kepada seseorang individu itu. Teori yang digunakan adalah *Spiral of Silence* di mana keputusan majoriti lebih dipengaruhi daripada keputusan minoriti. Pengkaji berpendapat bahawa sesuatu kelompok atau kawasan mempunyai norma yang sama. Model yang terakhir adalah model kesan penuh yang menggunakan *magic bullet theory* ataupun teori peluru. Model ini berlaku secara sehala, iaitu, media sosial memberi pengaruh kepada pengguna secara keseluruhan. Pengkaji dapat simpulkan bahawa kebanyakan remaja pada masa sekarang banyak terpengaruh dengan *Youtube Influencer* daripada segi berpakaian, percakapan dan sebagainya.

## PENGHARGAAN

Merakamkan setinggi-tinggi penghargaan dan terima kasih kepada Dr Faradillah Iqmar Binti Omar, penyelidik daripada Kolej Universiti Islam Antarabangsa Selangor dan Dr Sarina Yusup, penyelia yang tidak jemu-jemu memberikan nasihat, bimbingan dan tunjuk ajar dalam menyempurnakan penyelidikan ini. Tidak juga lupa juga kepada semua yang telah terlibat secara langsung mahupun tidak langsung dalam proses menyiapkan dan membawa ke arah kejayaan penerbitan artikel ini.

## RUJUKAN

- Adam, S. R. (2015). Penggunaan Youtube Sebagai Medium Pembelajaran Agama Dalam Kalangan Generasi Y Di Terengganu, Malaysia. *E-Proceeding Of The International Conference On Social Science Research, Malaysia*, 853-861.
- Ayun, P. Q. (2015). Remaja Menggunakan Media Sosial dalam Membentuk Identitas. *3*(2), 1-16.
- Combe, C. & Codreanu, T. (2016). Vlogging: A New Channel For Language Learning And Intercultural Exchanged. In S. Papadima-Sophocleous, L. Bradley & S. Thouesny (Eds), *Call Communities And Culture-Short Papers From EUROCALL*, 119-124.
- Eribka Ruthellia David, M. S. (2017). Pengaruh Konten Vlog Dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Universitas Sam Rartulangi. *E-Journal Acta Dlurna*, *4*(1), 1-18.
- Hanafiah, M. Y. (2015). Impak Media Baharu Terhadap Sistem Nilai Masyarakat Melayu di Malaysia. *Malaysian Journal Of Communication*, *31*(2), 33-46.
- ILham, M. A. (2017). Pengalaman Dan Kesedaran Pengguna Dewasa Terhadap Isu Pengawasan Di Media Sosial. *Malaysian Journal Of Communication*, *33*(1), 502-514.
- K.Suma., I. W. (2014). Pengaruh Penggunaan Media Video Youtube Dalam Pembelajaran IPA Terhadap Motivasi Pelajar Dan Pemahaman Konsep Siswa. *E-Journal Program Pascasarjana Universitas Pendidikan Hanesha*, *4*(1), 1-13.
- Ma'alip, S. (2015). Pemilihan Bahasa Dalam Komunikasi Di Laman Sosial. *Malaysian Journal Of Communication*, *3*(2), 231-241.
- Mustafa, S. E. (2014). Penghijrahan Dan Dunia Realiti Ke Dunia Maya: Tinjauan Umum Terhadap Dunia Maya Sosial Terpilih. *Malaysia Journal Of Communication*, *30*(1), 243-258.
- Norizah Aripin, A. I. (2016). "Youtube" Dan Generasi Muda Islam : Satu Pendekatan Kelompok Fokus Dalam Kalangan Pelajar. *Journal Of Communication*, *32*(1), 1-27.
- Normah Mustaffa, F. I. (2010). Persepsi Khalayak Terhadap Kredibiliti Media Di Malaysia. *Journal E- Bangi*, *4*(2), 153-160.
- Omar, F. I. (2014). Penerimaan Media Sosial Sebagai Medium Dakwah Dalam KAlangan Mahasiswa KUIS. *E-Proceeding Of The Conference On Management And Muamalah Malaysia*, 64-74.
- Pulungan., A. S. (2017). Pendedahan Diri, Motivasi Dan Kepuasan Pengguna Facebook Dalam Menjalinkan Persahabatan Jurnal Komunikasi, *33*(1), 438-459.
- Rahim, A. B. (2013). Kredibiliti Media Dan Pengertian Dalam Persekitaran Pengdemokrasian Maklumat Di Malaysia. *Malaysian Journal Of Communication*, *29*(1), 141-160.
- Rahim, U. H. (2011). Penglibatan Digital : Akses Dan Penggunaan E-Agama Dalam Kalangan Generasi Muda Muslim. *Malaysian Journal Of Communication*, *24*(2), 121-135.
- Salleh, N. M. (2016). Privasi dan Keselamatan Maklumat Dalam Kalangan Pengguna Instagram ketika Membeli Produk Secara Dalam Talian. *Journal of Social Sciences and Humanities*, *11*(1), 32-44.
- Yusoff, M. S. (2017). 'Kata Ciptaan' Remaja Personaliti 'Neurotisme' di Blog. *Journal of Language Studies*, *17*(1), 239-252.