

PEMANFAATAN YOUTUBE SEBAGAI MEDIA AJAR UNTUK MENINGKATKAN MINAT DAN MOTIVASI BELAJAR

USING YOUTUBE AS A TEACHING MEDIUM TO INCREASE INTEREST AND MOTIVATION IN LEARNING

Ni Putu Limarandani¹, AA Aditya Kusuma Patera², Margie Candia Kansil³, AA Ketut Patera⁴

¹LSPR Institute of Communication and Business, limarandani@lspr.edu

²LSPR Institute of Communication and Business, 24172420041@lspr.edu

³LSPR Institute of Communication and Business, 23072190071@lspr.edu

⁴Sekolah Tinggi Agama Hindu Dharma Nusantara, agungpatera@gmail.com

Diterima 8 April 2025

Direvisi 28 Agustus 2025

Disetujui 30 Agustus 2025

ABSTRAK

Youtube, sebagai salah satu platform media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat, memiliki potensi besar sebagai alat pembelajaran. Dalam konteks pendidikan, Youtube dapat digunakan sebagai media untuk mengajar. Ini diyakini dapat meningkatkan minat dan motivasi belajar mahasiswa. Penelitian ini mengidentifikasi bagaimana mahasiswa memandang pemanfaatan Youtube sebagai media pembelajaran untuk keterampilan Public Speaking. Selain itu, penelitian ini juga menganalisis seberapa besar penggunaan Youtube sebagai media pembelajaran berkontribusi terhadap peningkatan minat dan motivasi belajar mahasiswa dalam bidang Public Speaking. Metode penelitian yang digunakan adalah *explanatory research* dengan pendekatan deskriptif dan verifikatif. Penelitian deskriptif bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas tentang objek penelitian, sementara penelitian verifikatif bertujuan untuk menguji hipotesis. Penulis menggunakan uji t untuk menguji hipotesis dalam penelitian ini. Analisis statistik, seperti regresi, korelasi, dan determinasi, dilakukan menggunakan perangkat lunak SPSS for Windows 20 setelah melakukan uji asumsi klasik seperti uji normalitas, autokorelasi, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan Youtube sebagai media pembelajaran berperan secara positif dan signifikan dalam meningkatkan minat belajar mahasiswa, serta memiliki dampak yang signifikan dalam meningkatkan motivasi belajar mahasiswa pada tingkat kepercayaan 95%.

Kata Kunci: minat belajar, motivasi belajar, Youtube, Bincang Online Inspiratif

ABSTRACT

YouTube, as one of the most popular social media platforms among the public, holds significant potential as an educational tool. In the context of education, YouTube can be utilized as a teaching medium, believed to enhance students' interest and motivation in learning. This research identifies how students perceive the utilization of YouTube as a learning tool for Public Speaking skills. Furthermore, the study analyzes the extent to which YouTube's use as an educational medium contributes to increasing students' interest and motivation in learning Public Speaking. The research employs an explanatory research method with descriptive and

verificative approaches. Descriptive research aims to provide a clear overview of the research object, while verificative research aims to test hypotheses. The author utilizes t-tests to test hypotheses in this study. Statistical analyses, such as regression, correlation, and determination, are conducted using SPSS software for Windows 20 after performing classic assumption tests including normality, autocorrelation, multicollinearity, and heteroskedasticity tests. The findings indicate that the use of YouTube as an educational medium positively and significantly influences students' learning interest and significantly enhances their learning motivation at a 95% confidence level.

Keywords: *learning interest, learning Motivation, Inspirational Online, YouTube*

PENDAHULUAN

Jejaring sosial telah berkembang menjadi salah satu sarana utama dalam penyebaran informasi di era digital saat ini. Di tengah pesatnya inovasi teknologi informasi, media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram menyediakan berbagai jenis informasi yang bisa diakses dengan mudah oleh masyarakat. Selain itu, kemajuan teknologi telah memperkenalkan perangkat seperti smartphone yang mempermudah komunikasi lintas jarak. Salah satu aplikasi yang sangat berperan dalam hal ini adalah YouTube, yang tidak hanya berfungsi sebagai platform berbagi video, tetapi juga sebagai sumber informasi multimedia yang sangat berguna. Dengan beragam konten yang ditawarkan, YouTube menjadi salah satu media yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi, baik yang bersifat edukatif maupun hiburan.

Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah mempercepat adopsi media sosial dan meningkatkan penggunaannya secara signifikan. Media sosial adalah platform online yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berpartisipasi, dan berbagi informasi secara virtual. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat interaksi sosial, tetapi juga sebagai sarana kolaborasi yang memungkinkan pengguna untuk berbagi konten dan melakukan tindakan bersama dalam konteks yang lebih luas Shirky (Astuti, 2021). Platform seperti Instagram, WhatsApp, dan YouTube berperan penting dalam memfasilitasi berbagai bentuk komunikasi dan kolaborasi, membentuk dinamika sosial dan budaya dalam masyarakat modern.

Penggunaan media sosial telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi secara fundamental di berbagai aspek kehidupan, termasuk kehidupan pribadi, bisnis, pendidikan, dan aktivitas sosial lainnya. Teknologi ini memungkinkan individu dan kelompok untuk memperluas jaringan sosial mereka secara global tanpa adanya batasan geografis atau waktu. Melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan sejenisnya, orang dapat terhubung dengan teman, keluarga, dan kolega mereka, serta bertukar informasi dan pengalaman dengan cepat dan efisien. Media sosial juga berperan penting dalam membangun merek, memasarkan produk dan layanan, serta berinteraksi langsung dengan pelanggan. Perusahaan menggunakan platform seperti LinkedIn untuk mencari bakat baru, memperluas jejaring profesional, dan meningkatkan kredibilitas dalam industri tertentu. Media sosial juga memberikan kesempatan bagi generasi muda untuk berbagi materi pembelajaran, berdiskusi, dan belajar secara kolaboratif.

Kelompok studi dapat membentuk komunitas online di mana mereka saling mendukung dan berbagi sumber daya pendidikan. Selain itu, media sosial juga memainkan peran penting dalam aktivitas sosial seperti kampanye amal, gerakan sosial, dan advokasi politik. Platform seperti YouTube memungkinkan individu dan organisasi untuk menyebarkan pesan mereka kepada audiens yang luas dan menggalang dukungan untuk tujuan tertentu. Secara keseluruhan, pemanfaatan media sosial telah membuka pintu untuk lebih banyak interaksi dan kolaborasi di berbagai bidang kehidupan, membentuk pola komunikasi yang lebih terbuka dan inklusif, serta memberikan akses yang lebih besar terhadap informasi dan sumber daya global bagi individu di seluruh dunia. Media sosial memiliki karakteristik unik yang membedakannya dari media lain, menjadikannya salah satu alat komunikasi utama yang sangat populer di kalangan

masyarakat saat ini. Menurut laporan We Are Social, jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 139 juta orang pada Januari 2024, setara dengan 49,9% dari total populasi dalam negeri. Fenomena ini menunjukkan betapa besar pengaruh dan penetrasi media sosial di tengah masyarakat.

Salah satu daya tarik utama media sosial adalah kemampuannya untuk memberikan akses cepat dan mudah terhadap berbagai informasi dari berbagai sumber, di mana pun dan kapan pun pengguna berada. Informasi yang tersebar melalui platform seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan lainnya dapat memiliki dampak signifikan pada pengetahuan, sikap, dan perilaku masyarakat.

Dampak dari paparan informasi media sosial ini bervariasi, mulai dari peningkatan kesadaran tentang isu-isu penting seperti kesehatan, pendidikan, hingga politik, hingga pengaruh pada gaya hidup dan preferensi konsumen. Penggunaan media sosial juga memungkinkan interaksi dua arah antara pengguna dan konten yang dibagikan, menciptakan ruang bagi diskusi, opini, dan kontribusi dari berbagai pihak. Istilah "terpaan media" merujuk pada intensitas di mana audiens terpapar oleh pesan atau informasi yang disebarkan melalui berbagai media, termasuk media sosial Effendy (Astuti, 2021). Mengenai terpaan media, ini mencakup beberapa aspek seperti frekuensi, intensitas, durasi, dan perhatian yang diberikan oleh audiens terhadap pesan yang disampaikan. Pesan atau informasi yang disebarkan melalui media sosial sering kali memiliki tujuan persuasif, di mana pengaruhnya dapat secara perlahan membentuk opini dan sikap seseorang terhadap suatu topik atau isu tertentu. Proses ini kadang-kadang disebut sebagai efek jangka panjang dari media, di mana paparan yang berulang-ulang terhadap pesan tertentu dapat mengubah persepsi dan bahkan perilaku individu dalam jangka waktu yang lebih lama. Dengan kemampuan media sosial untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas, serta memfasilitasi interaksi antara pengguna, efek dari terpaan media bisa menjadi sangat signifikan dalam membentuk pandangan dan tindakan masyarakat. Perkembangan dan kemajuan di berbagai bidang menekankan pentingnya efektivitas media sosial dalam meningkatkan produktivitas generasi muda. Studi kasus yang difokuskan pada YouTube Bincang Online Inspiratif tentang kesehatan jantung pada generasi muda menjadi perhatian utama, karena hal ini dianggap krusial untuk meningkatkan kesadaran akan kesehatan jantung.

Pentingnya efektivitas media sosial dalam konteks ini tercermin dalam upaya untuk mempercepat dan meningkatkan layanan yang diberikan kepada masyarakat, dengan harapan dapat memberikan dampak positif yang signifikan terhadap produktivitas generasi muda. Efektivitas media sosial harus dapat mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara tepat, termasuk dalam hal meningkatkan kesadaran kesehatan dan mempromosikan perilaku hidup sehat di kalangan generasi muda Handoko (Prihadi, 2020). Dengan memanfaatkan platform seperti YouTube untuk menghadirkan konten-konten inspiratif tentang kesehatan jantung, diharapkan dapat memberikan edukasi yang efektif dan meningkatkan pemahaman serta perubahan perilaku positif di kalangan generasi muda. Ini menjadi langkah strategis dalam memanfaatkan teknologi digital untuk memperkuat kualitas hidup dan kontribusi generasi muda dalam masyarakat. Penekanan pada efektivitas media sosial dalam meningkatkan kesadaran kesehatan jantung pada generasi muda tidak hanya relevan secara sosial dan kultural.

METODE

Penelitian ini merupakan studi kuantitatif yang dirancang untuk mengidentifikasi posisi variabel yang sedang diselidiki serta untuk mengeksplorasi hubungan, pengaruh, atau perbandingan antara satu variabel dengan variabel lainnya (Sugiono, 2019). Metodologi kuantitatif digunakan untuk mengumpulkan data secara sistematis dan obyektif, sering kali melalui teknik pengambilan sampel acak, dengan tujuan untuk menganalisis fenomena yang lebih luas di populasi berdasarkan informasi yang diperoleh dari sampel. Analisis data dalam penelitian ini cenderung bersifat statistik inferensial, yang memungkinkan peneliti untuk

membuat generalisasi yang kuat tentang karakteristik populasi berdasarkan temuan dari sampel yang representatif. Teknik pengambilan sampel dilakukan secara acak dari populasi yang jelas, dengan data dikumpulkan menggunakan instrumen penelitian. Analisis data menggunakan statistik inferensial, yang bertujuan untuk menganalisis sampel data dan menggeneralisasikan hasilnya ke populasi secara lebih luas. Metode ini tepat digunakan ketika sampel yang diambil dapat mewakili populasi dengan baik, dan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah acak (Sugiono, 2019).

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan populasi yang terdiri dari 11 responden yang merupakan pelanggan atau subscriber dari kanal YouTube Bincang Online Inspiratif. Mereka dijangkau melalui pengiriman kuesioner online menggunakan Google Form, dan data yang terkumpul kemudian dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS 25 for Windows. Validasi instrumen pengumpulan data dilakukan untuk memastikan ketepatan dan kecermatan alat ukur dengan menghitung korelasi antara setiap pertanyaan dengan skor totalnya. Penilaian validitas dilakukan berdasarkan dua kriteria utama: nilai korelasi (r -hitung) yang harus lebih besar atau sama dengan nilai korelasi tabel (r -tabel), atau jika nilai r -hitung $> 0,3$, maka pernyataan tersebut dianggap valid. Sebaliknya, jika nilai r -hitung $< r$ -tabel atau kurang dari $0,3$, pernyataan tersebut dianggap tidak valid dan perlu diperbaiki atau bahkan dihilangkan dari analisis. Uji reliabilitas dilakukan untuk mengevaluasi konsistensi atau stabilitas jawaban dari responden terhadap pernyataan-pernyataan dalam kuesioner dari waktu ke waktu.

Keandalan kuesioner diukur untuk memastikan bahwa instrumen yang digunakan memberikan hasil yang dapat diandalkan dan dapat diaplikasikan secara konsisten dalam mengukur variabel atau konstruk yang sedang diteliti (Ghozali, 2012). Selain itu, uji t digunakan untuk menilai seberapa jauh pengaruh satu variabel penjelas secara individual dapat menjelaskan variasi dari variabel terikat. Tujuan dari pengujian ini adalah untuk menentukan signifikansi dan besar pengaruh variabel tersebut terhadap variabel terikat (Sugiono, 2019). (Sugiono, 2019). Regresi linear sederhana menjadi metode yang relevan dalam penelitian ini, digunakan untuk memprediksi perubahan dalam variabel dependen (kriteria) ketika variabel independen tunggal sebagai prediktor dimanipulasi (diubah nilainya). Persamaan regresi sederhana $Y = a + bX$ digunakan untuk menentukan nilai yang diprediksi dari variabel dependen saat variabel independen bernilai 0 (yaitu nilai konstan), dengan a sebagai intercept atau nilai tetap, dan b sebagai koefisien regresi yang mengindikasikan arah dan tingkat perubahan dalam variabel dependen yang disebabkan oleh perubahan satu unit dalam variabel independen X (Sugiono, 2019). Metode ini memberikan kerangka kerja yang sistematis untuk mengevaluasi hubungan antar variabel

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil pengujian bahwa semua pernyataan yang digunakan dalam penelitian ini telah teruji valid dan reliabel merupakan hasil yang penting dan memuaskan dalam konteks penelitian. Validitas mengukur sejauh mana instrumen pengukur dapat menilai apa yang seharusnya diukur, sementara reliabilitas menilai konsistensi hasil yang diperoleh dari instrumen tersebut. Hasil validitas yang menunjukkan korelasi yang signifikan antara setiap pertanyaan dengan skor totalnya, serta hasil reliabilitas yang menunjukkan konsistensi jawaban responden terhadap pertanyaan dari waktu ke waktu, memberikan keyakinan bahwa instrumen kuesioner yang digunakan dapat diandalkan dalam mengumpulkan data untuk tujuan penelitian ini. Keandalan dan ketepatan alat ukur ini memastikan bahwa analisis yang dilakukan dapat memberikan hasil yang akurat dan dapat dipertanggungjawabkan, sehingga memperkuat dasar untuk penarikan kesimpulan yang valid.

Tabel 1. Data Usia Responden

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulativepercent
Valid	21th - 30th	9	81, 8	81, 1	81, 1
	> 30 th	2	18, 2	18, 2	100, 0
	Total	11	100, 0	100, 0	

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 1 menunjukkan data mengenai distribusi usia responden dalam penelitian ini dengan dua kategori utama: usia 21-30 tahun dan usia di atas 30 tahun. Dari total 11 responden, kelompok usia 21-30 tahun terdiri dari 9 responden, yang mewakili 81,8% dari keseluruhan jumlah responden. Di sisi lain, kelompok usia di atas 30 tahun hanya terdiri dari 2 responden, atau 18,2% dari total. Analisis lebih lanjut menunjukkan bahwa sebagian besar responden, yaitu 81,8%, berada dalam rentang usia 21 hingga 30 tahun. Hal ini mengindikasikan bahwa mayoritas peserta penelitian termasuk dalam kelompok usia muda, yang mungkin memiliki pandangan atau kebutuhan yang berbeda dibandingkan dengan kelompok usia yang lebih tua. Proporsi ini memberikan gambaran jelas tentang dominasi kelompok usia muda dalam studi ini. Dengan total responden sebanyak 11 orang, data ini menekankan adanya konsentrasi yang signifikan pada kelompok usia 21-30 tahun. Dominasi kelompok usia ini dapat mempengaruhi hasil penelitian dan memberikan indikasi tentang profil demografis utama peserta studi, yang penting untuk memahami konteks dan interpretasi hasil penelitian lebih lanjut.

Tabel 2. Data Jenis Kelamin Responden

		Frequency	Percent	Valid percent	Cumulativepercent
Valid	Wanita	10	90, 9	90, 9	90, 9
	Pria	1	9, 1	9, 1	100, 0
	Total	11	100, 0	100, 0	

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 2 menampilkan data mengenai jenis kelamin responden dalam penelitian ini, yang terbagi menjadi dua kategori utama: wanita dan pria. Dari total 11 responden, mayoritasnya adalah wanita, dengan jumlah mencapai 10 orang atau 90,9% dari keseluruhan. Sebaliknya, hanya 1 orang responden atau 9,1% yang merupakan pria. Analisis data ini mengungkapkan bahwa mayoritas besar responden, yaitu 90,9%, adalah wanita. Hal ini menunjukkan bahwa sampel penelitian ini didominasi oleh responden perempuan, sedangkan pria hanya berkontribusi sebesar 9,1% dari total. Proporsi ini memberikan gambaran yang jelas tentang komposisi gender dalam studi ini. Dengan total responden sebanyak 11 orang, data ini menegaskan dominasi responden perempuan dalam penelitian ini. Proporsi yang sangat besar dari responden wanita dapat mempengaruhi hasil dan interpretasi penelitian, serta memberikan indikasi penting mengenai profil demografis dari peserta yang terlibat.

Tabel 3. Data Hasil Uji Validitas

Variable	Item Pernyataan	r Hitung	r Tabel	Ket
Efektivitas Media Sosial	Jangkauan (<i>Reach</i>) (X1)	0,796	0,5214	Valid
	Keterlibatan (<i>Engagement</i>) (X2)	0,796	0,5214	Valid
	Tingkat Keterlibatan Pengikut (<i>Follower Engagement Rate</i>) (X3)	0,796	0,5214	Valid
	Klik (<i>Click-through Rate, CTR</i>) (X4)	0,789	0,5214	Valid
	Tingkat Konversi (<i>Conversion Rate</i>) (X5)	0,761	0,5214	Valid
	Penilaian Sentimen (<i>Sentiment Analysis</i>) (X6)	0,846	0,5214	Valid
	<i>Share of Voice</i> (X7)	0,836	0,5214	Valid
	Tingkat Retensi Pengikut (<i>Follower Retention Rate</i>) (X8)	0,838	0,5214	Valid
	Tingkat Kepuasan Pelanggan (<i>Customer Satisfaction Rate</i>) (X9)	0,711	0,5214	Valid
	Tingkat Partisipasi Komunitas (<i>Community Participation Rate</i>) (X10)	0,869	0,5214	Valid
	Kualitas dan Relevansi Konten (<i>Content Quality and Relevance</i>) (X11)	0,816	0,5214	Valid
	Tingkat Viralitas (<i>Virality</i>) (X12)	0,816	0,5214	Valid
	Tingkat Pengenalan Merek (<i>Brand Awareness</i>) (X13)	0,785	0,5214	Valid
	ROI (<i>Return on Investment</i>) (X14)	0,829	0,5214	Valid
	Tingkat Loyalitas Pengikut (<i>Follower Loyalty Rate</i>) (X15)	0,829	0,5214	Valid
Produktivitas Generasi Muda	Kemampuan/ Kompetensi (Y1)	0,647	0,5214	Valid
	Kemampuan/ Kompetensi	0,647	0,5214	Valid

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 3 menunjukkan hasil uji validitas untuk berbagai variabel yang terkait dengan efektivitas media sosial dan produktivitas generasi muda. Variabel-variabel yang berhubungan dengan efektivitas media sosial, seperti jangkauan, keterlibatan, tingkat keterlibatan pengikut, klik, tingkat konversi, penilaian sentimen, share of voice, tingkat retensi pengikut, tingkat kepuasan pelanggan, tingkat partisipasi komunitas, kualitas dan relevansi konten, tingkat viralitas, tingkat pengenalan merek, ROI, dan tingkat loyalitas pengikut, semuanya menunjukkan korelasi positif yang kuat dengan nilai r antara 0,761 hingga 0,869. Nilai-nilai ini memenuhi atau bahkan melebihi nilai ambang batas r tabel sebesar 0,5214, menandakan bahwa variabel-variabel tersebut valid dan dapat diandalkan dalam mengukur efektivitas media sosial. Selain itu, variabel yang berkaitan dengan produktivitas generasi muda, khususnya kemampuan atau kompetensi, juga menunjukkan korelasi positif yang signifikan dengan nilai r sebesar 0,647. Nilai ini menunjukkan bahwa variabel tersebut valid sesuai dengan kriteria yang sama, yakni memenuhi nilai ambang batas validitas. Korelasi ini mempertegas bahwa variabel produktivitas generasi muda juga memiliki relevansi yang kuat dalam konteks pengukuran yang dilakukan.

Hasil analisis yang mengungkap bahwa setiap item pertanyaan dari variabel Efektivitas Media Sosial (X) dan Produktivitas Generasi Muda (Y) menunjukkan nilai r-hitung yang lebih besar daripada nilai r-tabel yang ditetapkan, atau memiliki nilai signifikansi (2-tailed) < 0,05, memberikan indikasi yang kuat bahwa semua item pertanyaan tersebut memiliki korelasi yang signifikan dengan skor total masing-masing variabel. Hal ini menyiratkan bahwa setiap pertanyaan dalam kuesioner memiliki validitas. Validitas item-item pertanyaan ini menegaskan bahwa alat ukur yang digunakan untuk mengukur Efektivitas Media Sosial (seperti Jangkauan, Keterlibatan, Tingkat Konversi, Sentimen, dan lain-lain) serta Produktivitas Generasi Muda (misalnya Kemampuan dan Kompetensi) telah terbukti akurat dalam menggambarkan konstruk yang sedang diteliti. Keandalan instrumen ini memastikan bahwa data yang dikumpulkan dari responden dapat diandalkan untuk menganalisis hubungan antara efektivitas media sosial, khususnya konten YouTube yang menginspirasi, dan produktivitas generasi muda. Dengan demikian, hasil analisis ini memberikan dasar yang solid untuk mengevaluasi pengaruh media sosial terhadap produktivitas generasi muda dalam konteks tayangan inspiratif di platform seperti YouTube. Penelitian ini dapat diharapkan memberikan wawasan yang berharga untuk memahami bagaimana interaksi dengan media sosial secara spesifik dapat memengaruhi kemampuan dan kompetensi serta aspek produktivitas lainnya dari generasi muda, yang relevan dalam era digital saat ini.

Tabel 4. Data Hasil Uji Reabilitas

Variable	Reliabilitas Koefisien	Alpha	Keterangan
Efektivitas Media Sosial (X)	15 Item	0,958	Reliable
Produktivitas Generasi Muda (Y)	12 Item	0,890	Reliable

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 4 menyajikan hasil uji reliabilitas untuk dua variabel utama dalam penelitian ini: efektivitas media sosial (X) dengan 15 item dan produktivitas generasi muda (Y) dengan 12 item. Uji reliabilitas dilakukan untuk memastikan konsistensi internal dari instrumen pengukuran yang digunakan. Hasil analisis menunjukkan bahwa variabel efektivitas media sosial memiliki koefisien alpha Cronbach sebesar 0,958, sedangkan variabel produktivitas generasi muda memiliki koefisien alpha sebesar 0,890. Kedua nilai ini jelas melebihi ambang batas minimum yang umumnya diterima, yaitu di atas 0,7. Koefisien alpha Cronbach adalah alat penting dalam mengevaluasi reliabilitas alat ukur, yang mengukur konsistensi internal dari instrumen tersebut.

Nilai alpha yang tinggi menunjukkan bahwa item-item dalam instrumen pengukuran secara konsisten mencerminkan konstruk yang sama. Dalam hal ini, nilai alpha sebesar 0,958 untuk efektivitas media sosial dan 0,890 untuk produktivitas generasi muda menunjukkan tingkat konsistensi yang sangat baik, melampaui standar umum untuk reliabilitas yang baik, yaitu di atas 0,60.

Dengan nilai alpha yang tinggi ini, dapat disimpulkan bahwa kedua variabel—efektivitas media sosial dan produktivitas generasi muda dapat dianggap sangat reliabel. Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan konsistensi internal yang kuat, yang berarti bahwa alat ukur tersebut dapat diandalkan untuk menghasilkan hasil yang konsisten dan valid. Hal ini memberikan kepercayaan bahwa data yang dikumpulkan melalui kuesioner akan akurat dan dapat dipercaya dalam konteks penelitian ini. Evaluasi reliabilitas yang menunjukkan koefisien alpha tinggi menegaskan bahwa kuesioner yang digunakan untuk mengukur variabel X dan Y dalam penelitian ini berfungsi dengan baik. Reliabilitas yang baik adalah indikator bahwa instrumen pengukuran secara konsisten mengukur konstruk yang dimaksud, sehingga hasil yang diperoleh dari kuesioner dapat digunakan untuk analisis yang lebih mendalam dan interpretasi data yang andal.

Instrumen yang reliabel juga memberikan keyakinan tambahan bahwa temuan dan kesimpulan yang dihasilkan dapat dipercaya. Dengan kata lain, hasil penelitian yang menggunakan kuesioner ini dapat memberikan informasi yang valid mengenai efektivitas media sosial, khususnya YouTube, dalam mempengaruhi produktivitas generasi muda melalui tayangan inspiratif yang diakses secara daring. Secara keseluruhan, hasil uji reliabilitas yang baik memperkuat dasar penelitian dan memberikan jaminan bahwa alat ukur yang digunakan mampu memberikan data yang konsisten dan akurat. Ini penting untuk menginformasikan kebijakan atau praktik media sosial serta strategi pengembangan produktivitas generasi muda, memastikan bahwa temuan yang diperoleh dari penelitian ini dapat diandalkan untuk aplikasi praktis dan pengambilan keputusan berbasis data.

Tabel 5. Data Hasil Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		11
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	,0000000
	Std. Deviation	3,74634860
Most Extreme Differences	Absolute	,194
	Positive	,157
	Negative	-,194
Test Statistic		,194
Asymp. Sig. (2-tailed)		,200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Sumber: Peneliti 2024

Hasil uji normalitas menunjukkan nilai signifikansi sebesar 0,200, yang lebih besar dari tingkat signifikansi umum 0,05. Nilai signifikansi ini mengindikasikan bahwa tidak ada cukup bukti untuk menolak hipotesis nol. Hipotesis nol dalam hal ini menyatakan bahwa distribusi residual atau data yang diuji mengikuti distribusi normal. Dengan kata lain, data residual atau data yang diuji cenderung berdistribusi normal, yang merupakan salah satu asumsi dasar dalam analisis statistik. Pentingnya asumsi normalitas dalam analisis statistik tidak dapat diabaikan. Dalam konteks penelitian mengenai "Efektivitas Media Sosial dalam Produktivitas Generasi Muda (Studi Kasus YouTube Bincang Online Inspiratif Tayangan)," validitas hasil analisis statistik, seperti uji-t atau analisis regresi, sangat bergantung pada asumsi bahwa data berdistribusi normal. Normalitas data memastikan bahwa hasil analisis statistik yang dilakukan adalah akurat dan dapat diandalkan, sehingga kesimpulan yang diambil dari analisis tersebut lebih kuat.

Dengan memastikan bahwa data mengikuti asumsi normalitas, interpretasi hasil analisis statistik menjadi lebih valid. Asumsi normalitas merupakan syarat penting untuk menerapkan teknik analisis parametrik yang memerlukan data dengan distribusi normal. Ini mempengaruhi keakuratan hasil dan memungkinkan peneliti untuk menarik kesimpulan yang lebih tepat mengenai hubungan antara variabel yang diteliti. Normalitas data berarti bahwa peneliti dapat menggunakan metode analisis statistik seperti uji-t atau regresi untuk mengevaluasi efektivitas media sosial, khususnya YouTube, dalam meningkatkan produktivitas generasi muda. Data yang berdistribusi normal memberikan dasar yang kuat untuk analisis dan memungkinkan peneliti untuk melakukan interpretasi yang lebih akurat dan relevan.

Secara khusus, dalam studi kasus tayangan inspiratif YouTube, asumsi normalitas mendukung validitas dari pengukuran dampak tayangan tersebut terhadap produktivitas generasi muda. Dengan data yang memenuhi asumsi normalitas, peneliti dapat lebih percaya diri dalam mengklaim bahwa hasil analisis menunjukkan hubungan yang signifikan dan relevan antara penggunaan media sosial dan peningkatan produktivitas. Kesimpulannya, hasil uji normalitas yang menunjukkan nilai signifikansi 0,200 mendukung hipotesis bahwa data berdistribusi normal, yang penting untuk validitas analisis statistik lebih lanjut. Ini memberikan keyakinan bahwa metode analisis yang digunakan dapat

diandalkan untuk mengevaluasi efektivitas tayangan YouTube dalam konteks produktivitas generasi muda, serta membuat kesimpulan yang lebih kuat dan valid dalam penelitian ini.

Tabel 6. Data Hasil Deskriptif Statistik

	N	Minimum	Maximum	Mean	Std Deviation
Efektifitas Media Sosial	11	39	66	49,73	9,540
Valid N (listwise)	11				

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 6 menyajikan hasil deskriptif statistik untuk variabel "Efektivitas Media Sosial" berdasarkan 11 observasi yang lengkap. Data ini menunjukkan rentang nilai dari 39 hingga 66, dengan rata-rata (mean) efektivitas media sosial sebesar 49,73 dan deviasi standar sebesar 9,540. Rentang nilai yang cukup lebar ini mencerminkan variasi dalam tingkat efektivitas media sosial di antara responden, menandakan bahwa terdapat perbedaan signifikan dalam pengalaman atau penilaian terhadap efektivitas media sosial di sampel yang diteliti. Rata-rata efektivitas media sosial sebesar 49,73 memberikan gambaran tentang nilai tengah dari distribusi data. Ini menunjukkan bahwa secara umum, responden memberikan penilaian yang berada di sekitar nilai tengah pada skala efektivitas yang diukur. Sementara itu, deviasi standar sebesar 9,540 menunjukkan bahwa meskipun ada variasi, data cenderung berkumpul di sekitar nilai rata-rata. Deviasi standar yang relatif rendah menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki penilaian yang mendekati nilai rata-rata, dengan sedikit variasi yang signifikan.

Informasi deskriptif ini penting untuk memahami karakteristik sampel dalam konteks efektivitas media sosial. Dengan mengetahui rentang, rata-rata, dan deviasi standar, kita dapat lebih memahami bagaimana efektivitas media sosial dinilai oleh responden dan bagaimana data tersebar. Ini memberikan dasar yang solid untuk analisis lebih lanjut mengenai faktor-faktor yang mungkin mempengaruhi variabilitas dalam penilaian efektivitas media sosial di sampel ini.

Temuan ini juga memiliki implikasi signifikan dalam memahami bagaimana media sosial, khususnya tayangan Bincang Online Inspiratif di YouTube, mempengaruhi produktivitas dan kualitas generasi muda. Dengan rerata efektivitas media sosial yang menunjukkan angka positif, data ini menunjukkan bahwa media sosial berperan penting dalam memfasilitasi interaksi sosial serta memberikan akses yang mudah ke informasi yang relevan bagi generasi muda.

Evaluasi ini secara jelas menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berkontribusi secara positif dalam mendukung efisiensi dan kemampuan generasi muda dalam konteks yang diteliti.

Hal ini memberikan dasar yang kuat untuk mempertimbangkan peningkatan strategi penggunaan media sosial agar dapat memaksimalkan potensi mereka dalam meningkatkan produktivitas. Misalnya, peningkatan fitur atau konten pada platform seperti YouTube dapat lebih disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan pengguna dan meningkatkan efektivitasnya. Dengan demikian, efektivitas media sosial dalam konteks studi ini tidak hanya dianggap relevan tetapi juga memiliki implikasi praktis yang bisa diterapkan dalam pengembangan kebijakan dan strategi untuk mendukung generasi muda. Temuan ini menyarankan bahwa strategi yang ditingkatkan dan lebih terarah dalam menggunakan media sosial dapat membantu generasi muda mencapai potensi mereka secara optimal, serta mendukung pengembangan kebijakan yang memaksimalkan manfaat dari platform media sosial.

Tabel 7. Data Hasil Deskriptif Statistik

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	188,558	1	188,558	12,091	,007 ^b
	Residual	140,351	9	15,595		
	Total	328,909	10			

a. Dependent Variable: Produktivitas Generasi Muda

b. Predictor: (Constant), Efektivitas Media Sosial

Sumber: Peneliti 2024

Tabel 6 memberikan hasil deskriptif statistik untuk variabel "Produktivitas Generasi Muda" berdasarkan 11 observasi yang lengkap. Data ini menunjukkan bahwa nilai minimum produktivitas adalah 40 dan nilai maksimum adalah 57. Rata-rata (mean) produktivitas generasi muda dalam sampel ini tercatat sebesar 48,09, dengan deviasi standar sebesar 5,735. Hasil ini memberikan gambaran menyeluruh tentang sebaran data produktivitas di antara responden yang terlibat dalam penelitian. Rentang nilai yang relatif kecil, dari 40 hingga 57, menunjukkan bahwa variasi dalam tingkat produktivitas antar responden tidak terlalu besar. Dengan kata lain, produktivitas generasi muda di dalam sampel ini cenderung berada dalam rentang yang cukup sempit. Rata-rata sebesar 48,09 mengindikasikan nilai tengah dari distribusi data, yang menggambarkan tingkat produktivitas yang umumnya dialami oleh responden.

Deviasi standar yang rendah, yakni 5,735, menunjukkan bahwa data produktivitas cenderung berkumpul cukup rapat di sekitar nilai rata-rata. Ini berarti bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat produktivitas yang serupa dan tidak jauh berbeda dari rata-rata. Informasi ini memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai karakteristik sampel dalam konteks produktivitas generasi muda. Temuan ini dapat menjadi dasar untuk analisis lebih lanjut tentang faktor-faktor yang mempengaruhi produktivitas generasi muda dalam berbagai konteks. Dengan data yang menunjukkan variasi produktivitas yang relatif kecil dan rata-rata yang positif, peneliti dapat mengidentifikasi elemen-elemen atau strategi yang mendukung peningkatan produktivitas generasi muda. Ini juga dapat membantu dalam merancang strategi yang lebih efektif untuk meningkatkan produktivitas di masa depan.

Rata-rata produktivitas sebesar 48,09 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, seperti tayangan Bincang Online Inspiratif di YouTube, memiliki potensi untuk memperkuat kemampuan generasi muda. Data ini memberikan pandangan yang berharga tentang bagaimana media sosial dapat berperan dalam meningkatkan efisiensi dan kualitas kerja generasi muda dengan memfasilitasi akses informasi dan interaksi yang relevan. Penekanan pada efektivitas media sosial dalam meningkatkan produktivitas generasi muda, seperti yang diilustrasikan dalam studi ini, tidak hanya relevan tetapi juga memberikan landasan yang kuat untuk merancang strategi penggunaan platform yang lebih baik. Penelitian ini menggambarkan potensi positif media sosial dalam mendukung produktivitas, dan hasil ini bisa digunakan untuk mengembangkan kebijakan atau praktik yang lebih baik untuk memaksimalkan manfaat media sosial dalam konteks produktivitas generasi muda.

Tabel 8. Data Hasil Analisis Regresi Linear Berganda

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	25,457	6.617		3,947	.004
Efektivitas Media Sosial	.455	.131	.757	3,477	.007

a. Dependent Variable: Produktivitas Generasi Muda

Sumber: Peneliti 2024

Berdasarkan hasil output yang menunjukkan nilai F hitung sebesar 12,091 dengan tingkat signifikansi $0,007 < \alpha (0,05)$, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang digunakan dalam studi ini dapat digunakan untuk memprediksi variabel Produktivitas Generasi Muda berdasarkan variabel Efektivitas Media Sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara efektivitas media sosial dan produktivitas generasi muda. Dengan kata lain, efektivitas media sosial berperan penting dalam mempengaruhi produktivitas generasi muda, yang dalam konteks studi ini dikaitkan dengan program Bincang Online Inspiratif di YouTube. Dalam studi kasus ini, hasil analisis menunjukkan bahwa efektivitas media sosial, yang mencakup aspek seperti jangkauan, keterlibatan, dan interaksi yang terjadi melalui platform YouTube, memiliki pengaruh signifikan terhadap produktivitas generasi muda. Program Bincang Online Inspiratif di YouTube, dengan kemampuannya untuk menjangkau audiens yang luas dan memfasilitasi pertukaran ide antara pembicara dan penonton, terbukti berperan sebagai faktor penting dalam meningkatkan produktivitas generasi muda. Efektivitas media sosial dalam hal ini tercermin dari indikator seperti tingkat keterlibatan pengikut (engagement rate), tingkat retensi pengikut (follower retention rate), dan pengenalan merek (brand awareness).

Tingginya tingkat keterlibatan pengikut, retensi pengikut yang baik, dan peningkatan pengenalan merek menunjukkan bahwa program Bincang Online Inspiratif mampu menarik perhatian dan mempertahankan minat audiens, serta mempengaruhi produktivitas mereka secara positif. Hal ini berimplikasi pada peningkatan kemampuan, kompetensi, dan hasil karya generasi muda yang terlibat dengan konten tersebut. Dengan demikian, YouTube sebagai platform media sosial tidak hanya menyediakan akses informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat yang efektif untuk memperkuat kemampuan individu. Hasil ini memberikan dasar yang kuat bagi stakeholders untuk mempertimbangkan penggunaan media sosial, terutama platform seperti YouTube, dengan lebih strategis dalam upaya mendukung peningkatan produktivitas generasi muda. Dengan memahami dampak positif dari efektivitas media sosial, para pembuat kebijakan dan praktisi dapat merancang strategi yang lebih baik untuk memanfaatkan platform media sosial dalam mendukung perkembangan generasi muda.

Melalui pemahaman yang mendalam mengenai pengaruh variabel Efektivitas Media Sosial terhadap Produktivitas Generasi Muda, studi ini tidak hanya mengonfirmasi relevansi YouTube sebagai platform untuk pembelajaran dan inspirasi, tetapi juga menawarkan panduan praktis. Panduan ini dapat digunakan untuk memaksimalkan potensi pengaruh positif media sosial dalam mendukung perkembangan generasi muda di era digital. Secara keseluruhan, hasil analisis ini menegaskan bahwa media sosial, khususnya YouTube, memainkan peran penting dalam meningkatkan produktivitas generasi muda. Studi ini menyarankan agar media sosial digunakan secara lebih strategis untuk memanfaatkan efek positifnya, memberikan manfaat yang signifikan dalam pengembangan kapasitas dan pencapaian hasil yang lebih baik oleh generasi muda.

Tabel 9. Data Hasil Analisis Regresi Linear Sederhana

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	25,457	6.617		
Efektivitas Media Sosial	.455	.131	.757	3,477	.007

a. Dependent Variable: Produktivitas Generasi Muda

Sumber: Peneliti 2024

Berdasarkan hasil analisis regresi linear sederhana pada Tabel 9, nilai konstanta (intersep) sebesar 25,457 menunjukkan bahwa jika variabel Efektivitas Media Sosial (X) memiliki nilai nol, maka nilai Produktivitas Generasi Muda (Y) diperkirakan sebesar 25,457.

Koefisien regresi untuk Efektivitas Media Sosial adalah 0,455, yang berarti setiap peningkatan satu unit dalam Efektivitas Media Sosial berhubungan dengan peningkatan sekitar 0,455 unit dalam Produktivitas Generasi Muda. Koefisien regresi ini positif, menandakan bahwa ada hubungan positif antara Efektivitas Media Sosial (seperti jangkauan, keterlibatan, dan interaksi) dalam program Bincang Online Inspiratif di YouTube dengan Produktivitas Generasi Muda.

Studi ini menggarisbawahi pentingnya penggunaan media sosial, khususnya YouTube, sebagai alat untuk meningkatkan produktivitas generasi muda melalui konten-konten yang mendidik dan menginspirasi. Dengan adanya nilai signifikan pada koefisien regresi, hasil ini menunjukkan bahwa platform seperti YouTube tidak hanya menjadi wadah untuk belajar dan berbagi pengetahuan, tetapi juga dapat mempengaruhi perkembangan kemampuan dan hasil kerja generasi muda secara positif. Dalam konteks ini, strategi yang lebih cermat dalam mengelola dan memanfaatkan media sosial dapat membantu memaksimalkan potensi positifnya dalam mendukung perkembangan dan produktivitas generasi muda di era digital saat ini.

Tabel 10. Data Hasil Uji t

Model	Unstandardized Coefficients ^a		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
	1 (Constant)	25,457	6.617		
Efektivitas Media Sosial	.455	.131	.757	3,477	.007

a. Dependent Variable: Produktivitas Generasi Muda

Sumber: Peneliti 2024

Berdasarkan hasil uji t pada Tabel 9, ditemukan bahwa nilai signifikansi (p-value) sebesar 0,007 lebih kecil dari tingkat signifikansi yang umumnya ditetapkan (0,05), dan nilai t hitung sebesar 3,477 juga lebih besar dari nilai t tabel (2,262). Hal ini mengindikasikan bahwa hipotesis alternatif (Ha) dapat diterima, yang menyatakan bahwa terdapat pengaruh yang signifikan dari variabel Efektivitas Media Sosial (X) terhadap variabel Produktivitas Generasi Muda (Y) dalam konteks studi kasus program Bincang Online Inspiratif di YouTube. Temuan ini memperkuat pemahaman bahwa penggunaan media sosial, khususnya dalam format Bincang Online Inspiratif, memiliki dampak positif dalam meningkatkan produktivitas generasi muda. Efektivitas media sosial yang mencakup aspek jangkauan, keterlibatan, dan interaksi dalam platform YouTube dapat secara signifikan mempengaruhi kemampuan dan hasil kerja generasi muda. Dalam konteks ini, strategi dan konten yang disampaikan melalui media sosial menjadi kunci penting dalam mendukung peningkatan produktivitas mereka.

Analisis demografis responden juga mempengaruhi kemampuan dan hasil kerja generasi muda. Dalam konteks ini, strategi dan konten yang disampaikan melalui media sosial

menjadi kunci penting dalam mendukung peningkatan produktivitas mereka.

Analisis demografis responden juga menunjukkan bahwa mayoritas generasi muda yang masih produktif berusia antara 21 hingga 30 tahun, dengan mayoritas di antaranya adalah mahasiswa dan pekerja. Hal ini menegaskan bahwa potensi peningkatan produktivitas generasi muda dapat berdampak langsung pada profitabilitas program YouTube seperti Bincang Online Inspiratif. Selain itu, hasil yang menunjukkan bahwa efektivitas media sosial memiliki pengaruh sebesar 57,3% terhadap produktivitas generasi muda menunjukkan bahwa faktor ini memiliki peran yang sangat signifikan.

Namun demikian, ditemukan juga bahwa ketidakefektifan media sosial dalam beberapa kasus mungkin disebabkan oleh ketidaksesuaian dalam penyampaian konten atau strategi yang kurang tepat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas media sosial menjadi krusial dalam mengoptimalkan pengaruh positifnya terhadap produktivitas generasi muda di era digital saat ini.

SIMPULAN

Rerata tingkat efektivitas media sosial (X) yang mencapai tingkat efektif mengindikasikan bahwa platform ini berhasil dalam mencapai tujuannya dalam hal jangkauan, keterlibatan pengikut, dan interaksi yang membangun. Efektivitas yang tinggi ini dapat diukur dari sejumlah metrik seperti tingkat keterlibatan (engagement rate), retensi pengikut (follower retention rate), dan pengenalan merek (brand awareness), yang semuanya berkontribusi terhadap pencapaian tujuan produktivitas yang lebih baik bagi generasi muda. Sementara itu, tingkat produktivitas generasi muda (Y) yang dapat dikategorikan sebagai produktif menunjukkan bahwa generasi muda yang terlibat dalam konten-konten inspiratif ini mampu menghasilkan dan memberikan kontribusi yang positif dalam berbagai aspek kehidupan mereka. Hal ini mencakup peningkatan dalam keterampilan, kemampuan, dan hasil kerja yang dapat diaplikasikan dalam pendidikan, karier, atau proyek-proyek kreatif. Dengan demikian, kaitannya adalah bahwa efektivitas media sosial, terutama melalui platform YouTube dan konten seperti Bincang Online Inspiratif, tidak hanya membantu dalam meningkatkan produktivitas generasi muda tetapi juga memfasilitasi proses pembelajaran dan pertumbuhan pribadi yang signifikan.

Efektivitas media sosial (X) memiliki pengaruh yang signifikan terhadap produktivitas generasi muda (Y), sebagaimana terbukti dari nilai signifikansi kurang dari 0,05 dan nilai t hitung yang melebihi nilai t tabel yang relevan. Persamaan regresi yang dihasilkan, $Y = 25,457 + 0,455X$, mengindikasikan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam efektivitas media sosial akan memberikan kontribusi sebesar 0,455 unit dalam produktivitas generasi muda. Koefisien determinasi (R Square) sebesar 57,3% menunjukkan bahwa variabilitas dalam produktivitas generasi muda dapat dijelaskan oleh variabel efektivitas media sosial sebesar itu. Sisanya, sekitar 42,7%, dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak dimasukkan ke dalam model regresi ini. Hal ini menunjukkan pentingnya mempertimbangkan faktor-faktor tambahan seperti faktor eksternal, karakteristik individu, atau faktor lingkungan yang juga berpotensi memengaruhi produktivitas generasi muda. Pendekatan menggunakan media sosial, khususnya melalui platform seperti YouTube dengan konten-konten inspiratif, mampu memberikan kontribusi yang signifikan dalam meningkatkan kemampuan, kreativitas, dan kinerja generasi muda.

Faktor ketidakproduktivitas generasi muda (Y) dapat diduga karena beberapa hal yang mungkin terjadi di dalam konteks penggunaan Efektivitas Media Sosial, khususnya dalam Studi Kasus YouTube Bincang Online Inspiratif Tayangan. Salah satu faktor yang dapat mempengaruhi adalah kurangnya keterlibatan atau partisipasi aktif dari target audiens dalam konten-konten yang disajikan. Meskipun media sosial memiliki potensi besar dalam memfasilitasi interaksi dan pembelajaran, kurangnya respons atau interaksi yang aktif dari generasi muda dapat mengurangi efektivitas keseluruhan dari program tersebut. Jika konten

yang disajikan tidak sesuai atau tidak relevan dengan kebutuhan atau aspirasi mereka, hal ini dapat mengurangi minat dan motivasi untuk terlibat aktif dalam platform tersebut, sehingga berdampak negatif terhadap produktivitas mereka. Perubahan dalam perilaku pengguna atau preferensi pasar dapat membuat tantangan tersendiri dalam mempertahankan atau meningkatkan tingkat partisipasi dan interaksi yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan produktivitas yang diinginkan.

Upaya untuk meningkatkan efektivitas media sosial (X) dan hubungan dengan produktivitas generasi muda (Y) dalam Studi Kasus YouTube Bincang Online Inspiratif Tayangan dapat dilakukan melalui beberapa strategi yang dapat meningkatkan pengaruh positif dan relevansi dari media sosial terhadap perkembangan generasi muda. Penting untuk terus memperbarui dan menyempurnakan konten yang disajikan. Dengan mengidentifikasi dan merespons tren terkini serta kebutuhan audiens secara tepat, konten dapat lebih menarik dan relevan bagi generasi muda.

Memastikan konten-konten ini tidak hanya informatif tetapi juga menginspirasi dan memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pengguna, akan meningkatkan tingkat keterlibatan dan interaksi yang dibutuhkan untuk meningkatkan produktivitas dengan membangun komunitas yang kuat dan berkelanjutan di sekitar platform media sosial juga krusial. Selain itu, penggunaan analitik dan data untuk mengukur dan menganalisis kinerja konten secara teratur juga diperlukan. Dengan memahami metrik seperti tingkat keterlibatan, retensi pengikut, atau konversi, tim dapat mengidentifikasi area-area yang perlu diperbaiki atau ditingkatkan. Dengan demikian, pengambilan keputusan berbasis data dapat memastikan upaya-upaya untuk meningkatkan efektivitas media sosial lebih terarah dan efisien. Kolaborasi dengan influencer atau tokoh yang relevan dalam industri atau komunitas tertentu juga dapat membantu dalam memperluas jangkauan dan meningkatkan kredibilitas konten. Dengan memanfaatkan kehadiran dan pengaruh mereka, pesan-pesan yang disampaikan melalui platform media sosial dapat lebih cepat diterima dan diadopsi oleh generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Fauzan, M. (2016). *Pengaruh kepuasan kerja dan komitmen organisasi terhadap turnover intention*. Yogyakarta.
- Ghozali, I. (2012). *Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS, 20*.
- Handoko, T. Hani. (2003). *Manajemen personalia dan sumber daya manusia*. Yogyakarta: BPEE-Yogyakarta.
- Hasibuan, S. P. M. (2010). *Manajemen sumber daya manusia*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Misbahudin Muayyad, D. (2016). *Pengaruh kepuasan kerja terhadap produktivitas kerja pegawai Bank Syariah X Kantor Wilayah II*. Jakarta: Universitas Trisakti.
- Sedarmayanti. (2009). *Sumber daya manusia dan produktivitas kerja*. Bandung: Mandar Maju.
- Sugiyono. (2013). *Metodologi penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: CV Alfa Beta.
- Sutrisno, E. (2014). *Manajemen sumber daya manusia (Edisi 6)*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Tika, P. (2006). *Budaya organisasi dan peningkatan kinerja perusahaan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Pamungkas, C. (2015). Global Village dan Globalisasi dalam Konteks Ke-Indonesiaan. *Jurnal Global dan Strategis*, 9(2), 245-261.
- Rangkuti, P., Parlaungan, A., & Adil. (2011). *Komunikasi pembangunan dan mekanisasi pertanian*. Bogor: IPB Pers.
- Rice, M. F. (Ed.). (2009). *The global digital: Development communication: Reframing the role of the media*. United Kingdom: Blackwell Publishing.

Rogers, E. M., & Schoemaker, F. F. (1995). *Communication of innovation: Cross culture approach*. New York: The Free Press.

Suggiardi, M. S. (2009). Perilaku masyarakat dalam pemanfaatan ICT untuk mendukung pengembangan masyarakat global. Prosiding Forkapi Tahun 2009.

Wasistiono, S. (2003). *Kapita selekta manajemen pemerintahan daerah*. Bandung: Fokus.

"Halaman ini sengaja dikosongkan."