

## IDENTITAS DAN URAIAN UMUM

1. Judul Pengabdian : SOSIALISASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL (YouTube) DIKALANGAN SISWA SMPN 3 MARTAPURA

2. Tim Peneliti :

	Nama	Jabatan	Bidang Keahlian	Alokasi Waktu (Jam/Minggu)	Uraian tugas
1	Syahlan Mattiro, SH,.M.Si.	Ketua	Sosiologi	8/10	Koordinator Riset
2.	Sigit Ruswinarsih, S.Sos,.M.Pd	Anggota	Pendidikan Sosiologi	8/10	Pengolah data
3	Cucu Widaty, S.Pd., M.Pd	Anggota	Pendidikan Sosiologi	8/10	Pengolah data
4	Muhammad Renaldy	Anggota	Mahasiswa	8/10	Enumerator
5	Taufiqurrahman	Anggota	Mahasiswa	8/10	Enumerator

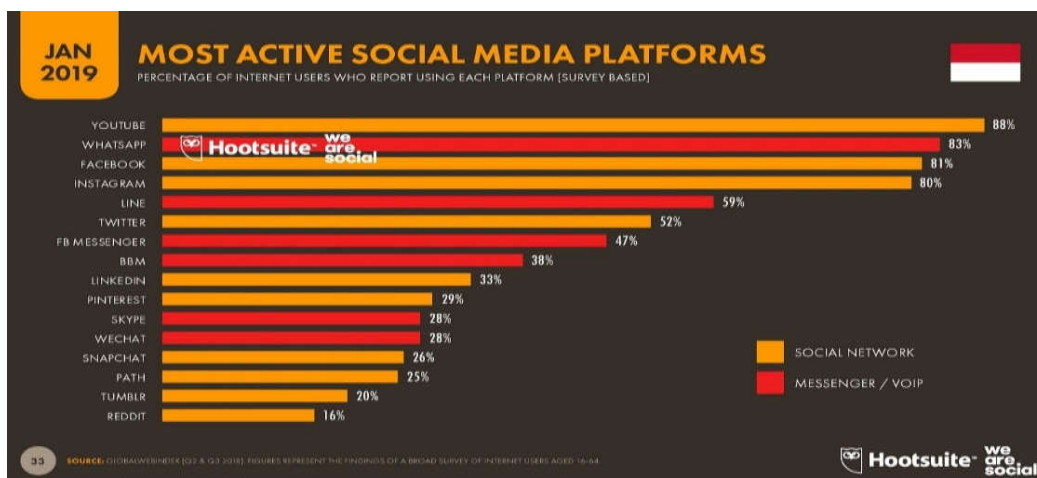
3. Obyek Penelitian : Siswa Sekolah SMPN 3 Martapura
4. Masa Pelaksanaan : 5 Bulan
5. Usulan Biaya : Rp. 5.000.000.00,-
6. Lokasi Penelitian (Lapangan) : Martapura, Kabupaten Banjar
7. Instansi Lain yang terlibat : Dinas Pendidikan Kabupaten Banjar
8. Temuan yang ditargetkan : Siswa dapat memanfaatkan Media Sosial (Youtube) secara bijak sesuai dg usia mereka di Media Sosial
9. Luaran Penelitian : Artikel Pada Jurnal ber ISBN

# BAB I. PENDAHULUAN

## 1.1. Analisis Situasi

Perkembangan media massa saat ini telah mengalami kemajuan yang sangat signifikan, hal ini diakibatkan hadirnya teknologi internet sehingga arus informasi dapat di akses kapanpun. Internet ini menjadi pemicu hadirnya media baru yang dalam berkembangnya teknologi sekarang ini menghadirkan sebuah media dalam jaringan yang disebut media sosial. Darilah itu menurut (Nasrullah, 2016:11) media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual. Bahkan dari hal tersebut dalam (Wisnuhardana, 2018:37) mengatakan bahwa internet dan media sosial sekarang ini telah menjadi satu kesatuan. Bahkan bisa dikatakan munculnya media sosial tidak dapat dilepaskan dengan kehadiran internet.

Salah satu dari media sosial tersebut yaitu adalah *youtube*, yang mana merupakan platform massa yang sangat banyak penggunanya. Dikatakan saat ini *youtube* di Amerika serikat menjadi platform utama orang menikmati tayangan video/televisi (Wisnuhardana, 2018:56). Bahkan di indonesia diketahui media berbasis internet atau media sosial yang paling banyak diakses di Indonesia adalah *youtube* (Labas & Yasmine, 2017:104). Disebutkan dari hasil data *HootSuite (We are Social)* yang diambil pada Januari 2019, data yang tertera dari situs *Andi.link* (Riyanto, 2019) memperlihatkan 88% penggunaan media sosial terbanyak di indonesia yaitu adalah *Youtube* lalau di susul *WhatsApp* dan *Facebook*, adapun datanya sebagai berikut:



Sumber: <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019>

Lanjut sekarang adanya media sosial yang hadir akibat meluasnya jaringan internet ini menjalar dalam komponen kehidupan manusia, terlebih pada anak muda. Dalam (Wisnuhardana, 2018:103) dikatakan media sosial sudah identik dengan anak muda masa kini, keduanya nyaris tak dapat dipisahkan. Anak muda sendiri bisa digolongkan pada umur remaja yang mana remaja punya hasrat-hasrat yang kuat dan mereka cenderung untuk memenuhi hasrat itu semuanya tanpa dibeda bedakan (Sarwono, 2016:27). Sebagaimana hal tersebut *Youtube* yang diketahui merupakan bentuk media massa baru memberikan pengaruh kepada lingkungan remaja. Sebagaimana dalam (Sumadiria, 2014:32) dikatakan bahwa ada pengaruh dari media massa kepada intraksi sosial dan sistem sosial.

Bisa dilihat dari remaja yang terjangkau akan media memunculkan adanya bahasa “gaul”, yaitu bahasa khas yang kata-katanya diubah-ubah sedemikian rupa sehingga hanya sulit dimengerti diantara mereka (Sarwono, 2016:159). Lebih lanjut dari adanya *youtube* sendiri ditilik dari *ejournal* ilmu komunikasi ditemukan adanya tayangan *YouTube* khususnya berjenis *vlog* memiliki dampak terhadap gaya hidup remaja salah satunya yaitu munculnya gaya hidup hedonis yang dapat dilihat dari aspek minat, aktivitas (Palinoan, 2017:222).

Sebagaimana diketahui pada masa remaja sendiri terdapat kecenderungan pada remaja untuk mencari figur idola seperti bintang film atau tokoh tokoh ternama dan figur lain nya untuk di ikuti (Setiadi dan Kolip, 2011:54). Disinilah proses peniruan yang di sebut proses imitasi terjadi. Hal ini sesuai sebagaimana dijelaskan dalam (Gerungan, 2010:34-35) bahwa hal yang diimitasi mendapat perhatian individu, lalu ada sikap menjunjung tinggi atau mengagumi serta taraf pengertian yang cukup terhadap hal yang di imitasi. Ditambah dikatakan dalam (Sawarno, 2016:29) usia remaja awal yang berkisar 12-15 tahun merupakan masa bangkitnya akal (*ratio*), nalar, serta kesadaran diri. Dalam masa ini terdapat energi dan kekuatan fisik yang luar biasa serta tumbuh rasa keingintahuan yang sangat tinggi.

Sesuai dengan hal tersebut *Youtube* yang memiliki ekosistemnya dan algoritmanya sendiri memungkinkan setiap orang untuk mengikuti ataupun melihat dengan bebas konten di dalamnya memungkinkan kecenderungan meniru para *youtuber* sebagai pembuat dan penyedia konten tersebut dapat terjadi. Ditambah *youtube* yang menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di indonesia. Diketahui berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016 lalu yang ada dalam (Wisnuhardana, 2018:98) mencatat pengguna internet dan media sosial berumur 10-14 tahun sekitar 800 ribu remaja dan diprediksi terus meningkat tiga kali lipat dalam dua tahun kedepan.

Berdasarkan hal tersebut tak dapat terindahkan bahwa *Youtube* menjadi media untuk mencari informasi yang sangat cocok untuk usia remaja awal. Karena media berbasis internet sangat mudah diakses dan menyediakan banyak informasi di dalamnya, terlebih *youtube* yang berbasis audio-visual. Dari paparan usia remaja awal ini bisa dikategorikan sebagai siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) sesuai dengan persyaratan calon peserta didik kelas 7 (SMP), menurut Permendikbud, berusia paling tinggi 15 tahun. Artinya setelah lulus jenjang SD sederajat maka memasuki usia remaja yang memiliki kisaran umur 12-15 tahun atau 12-17 tahun jika di telatkan. Walau memang rata-rata siswa SMP berkisar 12-15 tahun saja. Ditambah pada usia SMP ini berubahnya lingkungan dari sekolah dasar ke lingkungan baru, serta mulai berkembangnya nalar dan rasa ingin tahu.

Selain itu sekolah sendiri merupakan tempat untuk melakukan interaksi sosial dan membangun relasi pergaulan. Soekanto menjabarkan interaksi sosial terjadi karena ada kontak sosial, artinya hubungan sosial terjadi ketika orang berbicara dengan orang lain yang juga dapat dilakukan dengan teknologi, seperti melalui telepon, telegrap, surat, televisi, internet dan sebagainya (Bungin, 2014:55). Dilain hal dikatakan rata-rata remaja menghabiskan sepertiga waktunya di sekolah, di mana anak remaja yang duduk di bangku SMP atau SMA umumnya menghabiskan waktunya sekitar 7 jam sehari di sekolah (Sarwono, 2016:150). Maka kehidupan pergaulannya akan condong dengan teman-teman sepergaulannya di sekolah termasuk intensitas interaksi yang terjadi bahkan untuk di luar sekolah.

Fenomena yang terjadi dari hadirnya berbagai media ini sebenarnya diharapkan untuk berkomunikasi dan tersebarnya serta mencari informasi dengan mudah tersampaikan ke khalayak luas. Walaupun memang salah satu fungsi media itu sendiri adalah untuk hiburan, akan tetapi ada batasan juga dalam penyebaran dan penggunaannya. Akan tetapi ketimpangan antara hiburan dan ilmu pengetahuan dari media itu sendiri sudah memasuki koridor yang berlebihan. Hadirnya media baru dan internet ini sekarang membuat sangat mudah untuk mengakses berbagai informasi menggunakan berbagai jenis gawai saat ini atau salah satunya adalah *Smartphone*. Bahkan lebih khusus *Youtube* disini yang sekarang merupakan media yang sangat dekat dengan keseharian remaja masa kini sehingga memungkinkan segala konten dan informasi di dalamnya akan sangat mudah ditiru oleh berbagai kalangan termasuk remaja.

Jika kita lebih menilik ke media sosial yang di sebut *Youtube* ini, yang bisa memungkinkan untuk setiap penggunanya dalam hal ini membuat kontennya sendiri. Atau sering di sebut sebagai *Youtuber* atau dikatakan sebagai pembuat konten (*content creator*) yang menggunakan *Youtube* sebagai platform media untuk menyampakan kontennya. Menjadikan

banyak sekali jenis konten, informasi, berita dan hiburan yang ada di platform media sosial yang satu ini. Peneliti bisa menemukan konten-konten baik berupa film, sinema, sketsa, komedi, *gaming*, berita, video musik, cover musik, *tutorial*, *review* atau *vlog* yang merupakan konten pasaran di media yang satu ini.

Dalain hal ini, platform *Youtube* sendiri memiliki sistem *Subscrabe* atau berlangganan sehingga para penonton atau pengguna *youtube* lain bisa mengikuti perkembangan kanal para *youtuber* tersebut. Yang mana setiap para pembuat konten di platform ini memungkinkan untuk di ikuti dan dipantau setiap pergerakan dan setiap konten atau video yang dibuat dan diunggah ke media sosial yang bernama *youtube* ini. lebih lanjut memungkinkan setiap orang akan sangat mudah mengikutinya dengan mudahnya akses terhadap jaringan internet dan gawai yang memadai, termasuk yang berumur remaja. Selain itu di dalam *youtube* ada sistem *Trending* yang menjadi sebuah acuan atau rekomendasi dari pihak *Youtube* untuk memenonton video tertentu yang sedang hangat sehingga membuat penggunanya mengetahui hal hal yang sebenarnya tidak perlu diketahui. Hal ini di tambah karena kemudahan akses dari media yang satu ini diketahui sekarang *Smartphone* bukan barang yang mewah lagi dan bisa di dapatkan semua kalangan.

Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Martapura yang menjadi sasaran siswa dalam penelitian ini merupakan salah satu lembaga pendidikan yang ada di daerah keterjangkauan jaringan internet, serta merupakan salah satu dari sekolah yang membatasi pembawaan telepon genggam atau *smartphone* (Gawai) ke sekolah. Berkenaan dengan hal tersebut diketahui bahwa siswa-siswi di sekolah tersebut sudah memiliki *Smartphone* atau sering juga di sebut telpon pintar yang memiliki kapabilitas untuk mengakses internet, atau *Youtube* itu sendiri. Akan tetapi berkenaan dengan hal tersebut diketahui bahwa media sosial termasuk *youtube* akan sangat mudah di akses dengan gawai atau *Smartphone* mereka asal terhubung dengan jaringan internet dengan sendirinya menjadikan siswa menggunakan *Smartphone* dan mengkonsumsi media *youtube* tersebut di luar lingkungan belajarnya atau malah membawanya secara diam-diam ke sekolah.

Dari pantauan awal tim peneliti sebelumnya, pembatasan akses media sosial di lingkungan sekolah atau belajar di sana sudah dilakukan oleh pihak sekolah, tetapi ada saja yang terbawa di lingkungan sosial atau pergaulan para siswa sehari-hari. Mengambil contoh dari beberapa siswa remaja disana sering sekali memakai kata “Ashiyap” untuk menjawab kalimat perintah yang mana di populerkan oleh seorang *Youtuber* berjenis *vlog* yang bernama “Atta Halilintar” atau menggunakan aksesoris seperti jaket, baju dan lainnya bermerk AHHA

miliknya. Mereka sering sekali mengucapkan bahasa sapaan yang sering di ucapkan para pembuat konten di *Youtube* baik itu kata “Hai Guys, Anjay atau Cuk, lemes cuk,” ataupun istilah dalam bermain *game* seperti kata-kata “MaBar” dan “GG” “Miawaug” atau “Gogogoy” yang di gunakan para *youtuber* yang akhirnya terbawa di keseharian mereka begitupun dalam interaksi sosial mereka dilingkungan sekolah.

Hal-hal tersebut terbawa ke interaksi pergaulan para remaja dimana tak hanya di lakukan melalui komunikasi tatap muka atau mengobrol di keseharian pergaulan mereka. bahkan juga terjadi di interaksi atau komunikasi tak langsung melalui perantara *smartphone* yang mereka miliki, yaitu pada saat bersua melalu aplikasi *chatting*. Dari hal-hal tersebut bahkan kata-kata serupa menyebar dan di tiru oleh teman teman yang lain dalam pergulanya. Bahkan kebanyakan ada yang tak tau asal-usul kata dan aksesoris tertentu tapi sudah menyebar dan hanya meniru dan ikut-ikutan dengan temannya saja.

## **1.2. Permasalahan lapangan**

Berdasarkan paparan pendahuluann diatas, maka Pengabdian yang akan diadakan di SMPN 3 Martapura ini tidak lain adalah memberikan Edukasi Dasar tentang bagaimana seharusnya remaja khususnya siswa di sekilah tersebut diarahkan supaya anak-anak yang masih belia ini lebih bijak dan mengerti penggunaan Media sosial atau dengan kata lain, mereka bisa bermedia sosial dengan baik, tidak menjadikan media sosial sebagai pembawa pengaruh negatif terhadap perilaku pergaulan mereka sehari-hari baik dilingkungan sekolah maupun di lmasyarakat umum nantinya.

Asumsi dasar dari adanya pengabdian ini tidak lain adalah adanya pengaruh penggunaan media sosial khususnya Youtube dikalangan siswa disekolah ini. Youtube dengan imitasi pada Youtuber nya menjadi hal paling menarik jika dilihat dari sudut Interaksi sosial mereka sendiri terutama sesama teman sebaya di sekolah tersebut. Dimana Interaksi menunjukkan konsep komunikasi antara orang dan termediasi oleh media baru memberikan kemungkinan-kemungkinan baru dalam proses komunikasi (Nasrullah, 2016:27). Kuatnya faktor imitasi dalam interaksi sosial yang menimbulkan kebiasaan-kebiasaan dengan batasan yang dijelaskan bahwa terjadinya proses imitasi terdapat beberapa syarat diantaranya minat-perhatikan yang besar serta sikap menjunjung tinggi atau mengagumi hal yang di imitasi (Gerungan, 2010:64). *Youtuber* bisa dikatakan memenuhi hal tersebut apalagi pada masa remaja rasa ingin tahu melanjak besar.

### 1.3. Tawaran Solusi.

Berdasarkan permasalahan yang ditemukan dilapangan, maka tim mencoba menguraikan masalah dengan melakukan beberapa metode seperti mengadakan sosialisasi dan penyuluhan secara langsung dengan siswa-siswi yang ada di SMPN 3 Martapura. Penerapan metode ini didasarkan pada kemampuan para siswa mengakses media sosial terutama Youtube. Adapaun indikator yang digunakan antara lain : Dari pantauan awal Tim sebelumnya, pembatasan akses media sosial di lingkungan sekolah atau belajar di sana, mengambil contoh dari beberapa siswa remaja disana sering sekali memakai kata “Ashiyap” untuk menjawab kalimat perintah yang mana di populerkan oleh seorang *Youtuber* berjenis *vlog* yang bernama “Atta Halilintar” atau menggunakan aksesoris seperti jaket, baju dan lainnya bermerk AHHA miliknya. Mereka sering sekali mengucapkan bahasa sapaan yang sering di ucapkan para pembuat konten di *Youtube* baik itu kata “Hai Guys, Anjay atau Cuk, lemes cuk,” ataupun istilah dalam bermain *game* seperti kata-kata “MaBar” dan “GG” “Miawaug” atau “Gogogoy” yang di gunakan para *youtuber* yang akhirnya terbawa di keseharian mereka begitupun dalam interaksi sosial mereka dilingkungan sekolah.

Kegiatan ini ditujukan dengan harapan dapat merubah pola pikir, meningkatkan pengetahuan dan pemahaman mereka tentang penggunaan media sosial, yang nantinya diharapkan mereka bisa menggunakan media sosial secara bijak sesuai usia mereka.

## **BAB II**

### **SASARAN KEGIATAN PENGABDIAN**

Pengabdian ini dilakukan dilingkungan pergaulan remaja awal yang mana adalah siswa yang bersekolah di SMPN 3 Martapura. Baik di lingkungan belajarnya di sekolah maupun di luar lingkungan belajarnya dalam batasan lingkungan pergaulannya dengan teman-teman sepergaulannya sebagai sesama siswa sekolah yang sama. Artinya pengabdian dilakukan di Martapura dan sekitarnya dengan berfokus ketempat berkumpulnya dimana terjadinya interaksi atau komunikasi oleh para siswa SMP Negeri 3 Martapura.

SMPN 3 Martapura sendiri beralamat pada Jl. A.yani Km.37 Komplek Saadah 3 Rt.18 Rw.4 No.5 Sungai paring, Kecamatan Martapura, Kabupaten Banjar, Provinsi Kalimantan Selatan. Sekolah ini awalnya merupakan SMP Negeri 4 Martapura dan sekarang menjadi SMP Negeri 3 Martapura mulai berdiri pada 08 Februari 1988 dengan status kepemilikan milik pemerintah. Adapun berdasarkan SK Pendirian Sekolah : 052/0/1988, Tanggal SK Pendirian : 1988-02-08, SK Izin Operasional : 052/0/1988 dan Tanggal SK Izin Operasional : 1998-02-08 dengan NPSN : 30300251 dan Akreditasi A

Pemilihan tempat pengabdian di SMPN 3 Martapura sendiri dari pada sekolah-sekolah atau kota dan daerah lain dilandasi oleh beberapa hal, yang paling mendasar dari pemilihan tempat pengabdian ini, sebagaimana diketahui Martapura merupakan salah satu kota di Kalimantan Selatan dengan akses internet yang keterjangkauan internetnya yang cukup bagus. Selain itu juga Martapura itu sendiri dikenal dengan sebutan kota serambi Mekah. Hal ini menjadikan bahwa di daerah Martapura sangat melekat nilai-nilai dan budaya religius yang kuat yaitu agama Islam sehingga dapat disimpulkan bahwa pengaruh-pengaruh yang tak sesuai nilai dan norma keislaman harusnya sulit untuk diserap. Remaja di jenjang SMP ini diharapkan dapat menyaring informasi yang mereka dapat dari media massa.

SMP Negeri 3 Martapura merupakan salah satu Sekolah Menengah Pertama favorit yang secara geografis berada di selatan kota Martapura yang berbatasan langsung dengan kota Banjarbaru. Lebih lanjut SMP Negeri 3 Martapura juga salah satu sekolah yang menerapkan membawa Gawai kesekolah akan tetapi secara kurikulum yang ada menganjurkan siswa belajar menggunakan media yang mana salah satu gawai di antaranya adalah *smartphone*. Tetapi sekarang ini penggunaan gawai semakin tinggi dan memungkinkan para siswa untuk lebih banyak menonton media sosial termasuk Youtube.



## **BAB III.**

### **URAIAN KEGIATAN PENGABDIAN**

#### **3.1. Gambran Pengetahuan Siswa Tentang Media Sosial (YouTube)**

##### **3.1.1. Median Sosial**

Media pada dasarnya merupakan organisasi yang menyebarkan organisasi berupa produk budaya atau pesan yang mempengaruhi atau mencerminkan budaya dalam masyarakat (Rohim, 2016:177). Sedangkan kata sosial sendiri menurut *Durkheim* merujuk pada kenyataan sosial bahwa setiap individu melakukan aksi yang berkontribusi dalam masyarakat. Pernyataan ini menegaskan pada kenyataannya media dan semua perangkat lunak merupakan produk dari proses sosial (Nasrullah, 2016:7). Lebih lanjut dalam (Wisnuhardana, 2018:62) bisa dikatakan media sosial adalah representasi kebutuhan individu manusia sebagai makhluk sosial. *Homo Socius*, makhluk hidup yang tidak dapat bertahan dalam kesendirian.

Lalu *Mandibergh* mendefinisikan media sosial sebagai media yang mawadahi kerja sama di antara pengguna yang menghasilkan konten (Nasrullah, 2016:11). Berkenaan dengan itu dalam (Wisnuhardana, 2018:65) dikatakan media sosial menciptakan ruang bagi manusia untuk mengekspresikan pikiran dan perasaannya, serta mendapatkan respon dari itu. Bahkan membuat komunikasi antara manusia dari sudut pandang ruang bisa mengembang dan mengempis. Dimana bisa menjadi sangat privat atau malah sangat terbuka.

##### **3.1.2. Karakteristik Media Sosial**

Lebih lanjut media sosial memiliki karakteristik khusus, adapun karakteristik media sosial dalam (Nasrullah, 2016:16-31), yaitu:

- 1) Jaringan (network)  
Jaringan adalah infrastruktur yang menghubungkan antara komputer dengan perangkat keras lainnya. Koneksi ini diperlukan karena komunikasi bisa terjadi jika antar komputer terhubung, termasuk di dalamnya perpindahan data. Dimana media sosial memiliki karakter jaringan sosial untuk membentuk jaringan antara penggunanya.
- 2) Informasi (Information)  
Informasi menjadi entitas penting di media sosial karena pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten, dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Dimana informasi di media sosial menjadi komoditas
- 3) Arsip (archive)  
arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapanpun dan melalui perangkat apapun. Dalam ranah teknologi komunikasi arsip mengubah cara menghasilkan, mengakses hingga menaruh

informasi. Dan sebagaimana kehadiran media sosial memberikan akses luar biasa terhadap penyimpanan

4) Interaksi (Interactivity)

Media sosial membentuk jaringan antar pengguna yang tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) semata, tetapi harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. minimal dalam media sosial interaksi yang terbangun yaitu saling memberikan komentar atau tanda sesuai sistematis sosial medianya.

5) Simulasi Sosial (Simulation On Society)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang *real*. Dimana istilah simulasi pada dasarnya adalah mengantikan realitas yang ada menjadi relitas yang semu. Dalam sosial media tidak lagi menampilkan realitas, bahkan menjadi realitas yang nyata.

6) Konten oleh pengguna (User- Generated Content)

Media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun. UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Konten ini menjadi penanda bahwa media sosial khalayak tidak hanya memproduksi saja tetapi juga mengkonsumsi konten dari pengguna lain.

### 3.1.3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media Sosial tumbuh melalui teknologi Web 2.0 yang menciptakan *Sosial Network Sites* (SNS). Fasilitas di dalamnya berupa *sosial networking, microblogging, blogging, RSS feed, widget, link dan posting, content rating, bookmarking* dan Audio dan video *Postcasting* yang telah menjadi berbagai jenis media sosial saat ini (Wisnuhardana, 2018:66-67). Adapun sekarang secara lebih spesifik dalam (Nasrullah, 2015:40-46), diambil kesimpulan bahwa setidaknya ada enam katagori besar meliah pembagian media sosial, sebagai berikut

1) *Social Networking*

*Social Networking* atau media jaringan sosial merupakan media sosial, dimana menjadi medium yang bisa digunakan pengguna untuk melakukan hubungan sosial termasuk konsekuensi dan efek dari hubungan sosial di dunia virtual. Seperti *Facebook* yang digunakan membulikasikan profil, aktivitask atau bahkan pendapat pengguna. Media yang memberikan ruang komunikasi dan interaksi di ruang siber. Karakter utama dari media jejaring sosial adalah pengguna dapat membentuk jaringan pertemanan melalui banyak cara.

2) *Blog*

*Blog* merupakan media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengunggah aktivitas keseharian, ide, *tutorial*, informasi, saling mengomentari, berkirim tautan lain, informasi dan sebagainya. Istilah *blog* sendiri berasal dari kata “*weblog*” yang diperkenalkan oleh *Jorn Berger* yang merujuk pada jurnal pribadi *online*. Karakter dari *blog* kontennya terkait pengguna dan cenderung berupa pengalaman pemilik.

3) *Microblogging*

*Microblogging* atau jurnal *online* merupakan jenis media sosial yang memfasilitasi pengguna untuk menulis dan mempublikasikan aktivitas atau pendapat.

Berdasarkan sejarahnya jenis media sosial yang satu ini muncul dari adanya *Twitter* yang menyediakan ruang tertentu dimana pengguna bisa menjalin jaringan dengan pengguna lain, menyebarkan informasi yang begitu cepat karena adanya *trending topic* atau isu terhangat membuat informasi yang ada cepat berkembang dari satu pengguna satu kelainnya.

4) *Media Sharing*

*Media Sharing* atau media berbagi merupakan media sosial yang memfasilitasi penggunaannya berbagi media, mulai dari dokumen video, audio, gambar dan sebagainya. misalnya *podcast*, dan video secara *online*. Situs atau halaman ini kebanyakan menggratiskan anggotanya, tetapi ada juga yang membayar melihat fitur yang disediakan oleh situs tersebut. Diantara situs media *sharing* adalah *Youtube* dimana informasi atau yang dimuat berupa video adapun yang lain seperti *Flickr*, *Photobucket* atau *Snapfish*.

5) *Social Bookmarking*

Penanda sosial atau *social bookmarking* merupakan media sosial yang bekerja untuk mengorganisasi, menyimpan, dan mencari informasi atau berita tertentu secara *online*. Saat ini dilengkapi dengan ikon berbagi yang memfasilitasi pengguna untuk membagi halaman konten tersebut, baik situs jejaring sosial, *blog*, maupun media sosial lainnya.

6) Media Konten Bersama atau *Wiki*

Media konten bersama atau *Wiki* merupakan situs yang kontennya hasil kolaborasi dari para penggunaannya secara bersama. Pengguna dapat mengubah komponen isi konten atau menambahkan yang sudah ada di situs tersebut yang jenisnya, yakni publik dan privasi.

### 3.1.4. *Youtube* Sebagai Media Populer

Sebagai bagian media sosial *Youtube* merupakan salah satu Situs berbagi media (*media sharing*), jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk berbagi berbagai media, mulai dari dokumen, video, gambar dan sebagainya (Nasrullah, 2016:44). *Youtube* pada dasarnya merupakan sebuah situs web berbagi video yang dibuat oleh tiga mantan karyawan *PayPal*: yaitu *Chad Hurley*, *Steve Chen* dan *Jawed Karim* pada bulan Februari 2005. Ketiganya menginginkan sebuah *Platform* di mana mereka bisa berbagi pengalaman yang direkam melalui video (Wisnuhardana, 2018: 54). Dimana diketahui setiap harinya, *Youtube* dapat menjangkau 95% populasi internet dunia menghasilkan miliaran penayangan, setara dengan durasi tonton sebanyak ratusan juta jam. Masuknya *Youtube* ke Indonesia pada tahun 2012 menjadikan Indonesia sebagai negara ke-46 di dunia yang resmi memiliki domain negaranya sendiri (Labas dan Yasmine, 2017: 107).

*Youtube* sendiri pada awalnya muncul dari gagasan yang dasarnya benar-benar sederhana. Yaitu menyediakan tempat bagi *netizen* (warganet) untuk berbagi video (Wisnuhardana, 2018:55). Ditambahkan juga dalam (Nasrullah, 2016: 32) bahwa *Youtube* merupakan media sosial yang kontennya adalah video (visual-audio) dimana

memfasilitasi pembuat kanal. Membuat pengguna dapat mengunggah video berdasarkan kategori dan jenis yang diinginkan ibarat produksi acara TV secara mikro di media sosial.

Diketahui bahwa *Youtube* memiliki sebuah program bernama *Youtube Partnership Program*. Program yang dirancang khusus untuk individu yang ingin menjadi kreator di *Youtube* atau sering disebut *Youtuber*. Untuk dapat bergabung, kreator harus membuat saluran dan akun AdSense untuk menerima pembayaran. Setelah itu, kreator harus memiliki jumlah video, jumlah penayangan, dan jumlah penonton dengan peningkatan yang konsisten. Aktivitas kreator harus mematuhi persyaratan layanan, pedoman komunitas, dan pedoman hak cipta agar dapat secara konsisten menjadi saluran yang ramah pengiklan (*advertiser friendly*). Kreator yang telah menjadi bagian dari *Youtube Partnership* dapat memonetisasi video yang mereka buat. Proses monetisasi ini memungkinkan kreator untuk mendapatkan keuntungan berupa uang (Labas dan Yasmine, 2017:108).

### **3.2. Kegiatan Sosialisasi dan Penyuluhan**

Mitra pengabdian ini adalah SMPN 3 Martapura dan yang menjadi subjek pengabdian adalah siswa-siswinya. Diskusi yang dilakukan tim pengabdian ini dengan beberapa wakil dari guru-guru yang ada di sekolah tersebut. Dari informasi awal ditemukan bahwa hampir semua murid SMP N 3 Martapura menggunakan *smartphone* dan memiliki akun di media sosial yang secara aktif menggunakannya. Peraturan di sekolah adalah siswa tidak diperkenankan membawa *smartphone* nya ke sekolah. Akan tetapi diluar sekolah seringkali penggunaan *smartphone* dan media sosial melebihi batas-batas maksimum. Akibatnya siswa-siswa sering tidak mengerjakan tugas sekolah atau belajar secara mandiri. Harusnya *smartphone* menjadi sarana untuk belajar, malahan waktu siswa-siswa lebih banyak digunakan untuk ber media sosial seperti Facebook, Instagram, dan Whatsapp. Dan yang paling utama adalah baru-baru ini telah terjadi kasus penyebaran konten video porno melalui whatsapp diantara anak-anak kelas VII. Kasus yang terakhir ini membuat guru-guru sangat mendukung kegiatan pengabdian masyarakat yang tim pengabdian ini akan lakukan. Harapannya adalah siswa-siswa bisa memahami dampak positif dan negatif menggunakan media sosial.

Sosialisasi melalui diskusi secara langsung dengan siswa-siswi dan pihak sekolah tentang penggunaan media sosial adalah mendapatkan informasi terkini tentang kemajuan pendidikan dan teknologi. Akan tetapi sedikit tidak dipungkiri dampak negatif yang bisa dirasakan oleh remaja misalnya bullying, ujaran kebencian, dan pornografi melalui media sosial. Hal-hal ini tidak dapat dihindari selama siswa-siswa menggunakan media sosial. Diharapkan setelah kegiatan pengabdian ini, tidak terjadi lagi penyalahgunaan media sosial untuk menjadi sarana penyebaran pornografi ataupun bullying. Sehingga kedepannya

siswasiswa akan cerdas dan bijak dalam menggunakan sosial media. Terlebih sasaran dari sosialisasi tim pengabdian kali ini adalah siswa-siswa yang biasanya mulai berani dalam menyuarakan pendapat dan mencoba-coba segala sesuatu. Dengan pertimbangan ini maka tim pengabdian memberikan gambaran dan pengetahuan kepada anak-anak usia ini sehingga kedepannya jika mereka memiliki kesadaran dan tanggung jawab dalam menggunakan media sosial juga akan menularkannya kepada teman sebaya dan adik-adik kelasnya

## **BAB IV**

### **HASIL PENGABDIAN**

*Youtube* yang memiliki sistem dan algoritma sendiri memungkinkan setiap orang untuk mengikuti atau melihat dengan bebas konten di dalamnya. Dan sebagaimana media massa pada umumnya proses meniru para *Youtuber* sebagai pembuat dan penyedia konten tersebut dapat terjadi. Ditambah *Youtube* yang menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia. Diketahui berdasarkan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) 2016 (Wisnuhardana, 2018:98) mencatat pengguna internet dan media sosial berumur 10-14 tahun sekitar 800 ribu remaja dan diprediksi terus meningkat tiga kali lipat dalam dua tahun kedepan.

Berdasarkan hal tersebut tak dapat terindahkan bahwa *Youtube* menjadi media untuk mencari informasi yang sangat cocok untuk usia remaja awal. Media berbasis internet sangat mudah diakses dan menyediakan banyak informasi di dalamnya, terlebih *Youtube* yang berbasis audio-visual. Dari paparan usia remaja awal ini bisa dikategorikan sebagai siswa Sekolah Menengah Pertama (SMP) sesuai dengan persyaratan calon peserta didik kelas 7 (SMP), menurut Permendikbud, berusia paling tinggi 15 tahun. Setelah lulus jenjang SD sederajat lalu akan memasuki usia remaja yang memiliki kisaran umur 12-15 tahun atau 12-17 tahun. Walau memang rata-rata siswa SMP berumur 12-15. Ditambah pada usia SMP ini berubahnya lingkungan dari sekolah dasar ke lingkungan baru, serta mulai berkembangnya nalar dan rasa ingin tahu.

Selain itu sekolah sendiri merupakan tempat untuk melakukan interaksi sosial dan membangun relasi pergaulan. Sebagaimana interaksi sosial terjadi karena ada kontak sosial, artinya hubungan sosial terjadi ketika orang berbicara dengan orang lain yang juga dapat dilakukan dengan teknologi, seperti melalui telepon, telegraf, surat, televisi, internet dan sebagainya (Bungin, 2014:55). Sedangkan rata-rata remaja menghabiskan sepertiga waktunya di sekolah, dimana remaja yang duduk di bangku SMP atau SMA umumnya menghabiskan waktunya sekitar 7 jam sehari di sekolah (Sarwono, 2016:150). Kehidupan pergaulannya menjadi condong dengan teman-teman sepergaulannya di sekolah termasuk interaksi yang terjadi di dalam dan di luar sekolah.

Fenomena yang terjadi dari hadirnya berbagai media ini sebenarnya diharapkan untuk berkomunikasi dan tersebar serta mencari informasi dengan mudah tersampaikan ke khalayak luas. Salah satu fungsi media itu sendiri adalah untuk hiburan, tetapi ada batasan juga dalam penyebaran dan penggunaannya. Ketimpangan antara hiburan dan ilmu pengetahuan

dari media itu sendiri sudah memasuki koridor yang berlebihan. Hadirnya media baru dan internet ini sekarang membuat sangat mudah untuk mengakses berbagai informasi menggunakan berbagai jenis gawai saat ini atau salah satunya adalah *Smartphone*. Lebih khusus *Youtube* disini yang sekarang merupakan media yang sangat dekat dengan keseharian remaja masa kini sehingga memungkinkan segala konten dan informasi di dalamnya menjadi sangat mudah ditiru, termasuk remaja.

*Youtube* sendiri merupakan kanal video terbaik saat ini dibandingkan kanal video lain. Hal ini karena saat mencari video di “Search Engine” di peringkat teratas pasti ditemui *link* video dari *Youtube*. Sebagai sebuah Platform digital *Youtube* dimiliki oleh google, selama google menjadi mesin pencari terpopuler saat ini *Youtube* menjadi pilihan kanal video akan selalu menjadi pilihan paling atas (Corbuzier, 2018:15). Sebagai Media Sosial *Youtube* memiliki banyak sekali jenis konten, informasi, berita dan hiburan yang ada di *platform* media sosial yang satu ini. Serta konten-konten baik berupa film, sinema, sketsa, komedi, *gaming*, berita, video musik, cover musik, *tutorial*, *review* atau *vlog* yang merupakan konten standar di media yang satu ini. Sebenarnya masih banyak lagi lainnya yang susah untuk dikategorikan. Konten seperti pornografi dan bermuatan tak pantas yang juga lalu lalang di media yang satu ini.

Sebagai sebuah *platform*, *Youtube* sendiri memiliki sistem *Subscribe* atau berlangganan sehingga para penonton atau pengguna *Youtube* lain bisa mengikuti perkembangan kanal para *Youtuber* tersebut. lebih lanjut memungkinkan setiap orang menjadi sangat mudah dari adanya akses terhadap jaringan internet dan gawai yang dimiliki setiap orang, termasuk yang berumur remaja. Selain itu *Youtuber* dapat langsung berkomunikasi langsung dengan penonton dengan bisa langsung meminta untuk di *subscribe* atau memanggil mereka dengan sebutan kusus (Corbuzier, 2018:189).

Sekolah Menengah Pertama Negeri 3 Martapura merupakan salah satu lembaga pendidikan yang ada di daerah keterjangkauan jaringan internet. Serta merupakan salah satu dari sekolah yang membatasi pembawaan telepon genggam atau *smartphone* (Gawai) ke sekolah. diketahui bahwa siswa siswi di sekolah tersebut sudah memiliki *Smartphone* atau sering juga di sebut telpon pintar yang memiliki kapabilitas untuk mengakses internet, atau *Youtube* itu sendiri. Selain itu letak sekolah yang lebih strategis di dekat perbatasan kota Banjarbaru dan Martapura serta dekat fasilitas hiburan seperti *mall* atau pusat perbelanjaan. Apalagi adanya sistem Zonasi memungkinkan para siswa untuk berkumpul di luar sekolah di sekitar lingkungan tempat penelitian. Ditemukan pada observasi awal dari SMP Negeri 1

maupun SMP Negeri 2 dilihat hanya ada di SMP Negeri 3 Martapura ada murid yang memakai Aksesoris milik *Youtuber*.

Berfokus pada *Youtuber* sebagai pembuat berbagai konten yang ada di *Youtube* semakin hari semakin meluas di tilik dari data *Socialblade* (2020) yang merupakan situs data internasional yang mendata berbagai *content creator* di berbagai platform media sosial. Salah satunya *Youtube* secara ranking jumlah *subscriber* Tiga besar teratas terdapat Atta Halilintar, Ria Ricis dan Jess no limit. Dimana jika di lihat di observasi awal di SMP Negeri 3 Martapura. Melihat dari observasi awal, dimana siswa disana sering sekali memakai kata “*Ashiyap*” untuk menjawab kalimat perintah yang dipopulerkan oleh seorang *Youtuber* berjenis *vlog* yang bernama “Atta Halilintar” atau menggunakan aksesoris seperti jaket, baju dan lainnya bermerk AHHA miliknya. Lebih khusus kepada remaja puteri salah satunya sebagaimana yang ditanyakan kepada siswi yang akrab di panggil Nanda yang menjadi informan kunci menyatakan banyak temanya yang sering menonton *Youtube*.

Remaja putera yang bernama Achmad Rizky mengatakan sering memakai bahasa “*Skuy*” atau “*Cuk*” atau istilah dalam bermain *game* seperti kata kata “*MaBar*” dan “*GG*” yang sering di katakan oleh para *Youtuber* berjenis *gaming*, diantaranya “*Miawaug*” atau “*Hai Patrick*” yang terbawa di keseharian. Salah satunya yang cukup terkenal yaitu kanal *Youtube* “*Milyhya*” yang di setiap videonya sering menggunakan kata kasar atau kata kata seperti “*Cuk*” dengan ciri nada tersendiri. *Influencer* (2020) situs data media sosial di Indonesia yang mencatat 20 besar *Youtuber gaming* memiliki bahasa tersendiri dan di antara sebagaimana para *Youtuber* yang sudah dijabarkan sebelumnya.

Hal-hal tersebut terbawa ke interaksi pergaulan para remaja dimana tak hanya di lakukan melalui komunikasi tatap muka atau mengobrol di keseharian pergaulan mereka. Terjadi di interaksi atau komunikasi tak langsung melalui perantara *smartphone* yang mereka miliki, yaitu pada saat bersua melalu aplikasi *chatting*. Dari hal-hal tersebut, kata-kata serupa menyebar dan di tiru oleh teman teman yang lain dalam pergulanya. bahkan ada yang tidak tahu asal-usul kata dan aksesoris tertentu tapi sudah menyebar dan hanya meniru dan ikut-ikutan dengan temannya saja.

*Platform Youtube* yang merupakan media sosial berjenis *Shering media* yang memiliki para *conten creator* didalamnya yang disebut *Youtuber* dimana menjadi objek imitasi para remaja di SMPN 3 Martapura. Latar belakang atau pola yang terlihat dalam terjadinya imitasi pada para *Youtuber* ini berawal dari aksebilitas yang mudah ke *platform Youtube*. Secara akses ada dua hal yang mendasari mudahnya akses dan menemukan *Youtuber* dalam *platform* ini.



*Youtube* dimiliki oleh *Google* sehingga menjadikan *platform* yang umum di setiap produk *Smartphone* dimiliki setiap orang termasuk para siswa SMPN 3 Martapura. Bisa juga menemukan sendiri aplikasi atau *Youtuber* menggunakan *smartphone* dikarenakan Algoritma *Youtube* baik sistem *Youtube*. Akses kedua melalui lingkungan pergaulan dari pengaruh teman yang langsung memberitahu *Youtube* dan *Youtuber* tertentu. Atau mencari sendiri karena ingin ikut perbincangan tentang suatu topik dalam kasus ini misalnya tentang *game* atau pengetahuan tertentu dan berakhir ke *Youtube*.

Lebih lanjut setelah akses terhadap *Youtuber* telah diketahui adapun terdapat proses imitasi yang melalui empat tahap yang dilalu para siswa untuk dapat disebut sebagai imitasi, yaitu:

- Pertama proses atensional atau memperhatikan dimana pada Siswa SMPN 3 Martapura proses ini dilakukan dengan mengetahui sumber untuk diimitasi, yaitu para *Youtubers*. Kemudahan yang diberikan oleh *Youtube* seperti sistem *Subscribe* memungkinkan mengikuti segala informasi para *Youtuber*. memudahkan mengikuti atau *subscribe* kanal tertentu sehingga selalu tahu perkembangan suatu kanal.
- Kedua Proses retensi yang menjadikan informasi disimpan untuk selanjutnya diproses menjadi perilaku yang ditonton pada *Youtuber*. Kontennya berformat visual audio atau secara garis besar *Vlog* yang berbentuk *Gaming*, *Review*, *Tutorial*, dengan informasi berbagai bentuk yang mudah disimpan dan di proses nantinya. Para siswa SMP Negeri 3 Martapura mengkonsumsi langsung format tersebut melalui *Youtuber* yang *disubscribe* dan lihat lalu di simpan dan diproses menjadi perilaku.
- Ketiga Proses pembentukan perilaku yang akan diterjemahkan ke dalam tindakan. Proses ini langsung dari proses kedua dimana informasi yang telah terproses menjadi sebuah perilaku dan perlahan kebiasaan Seperti yang dijabarkan sebelumnya pada tahap inilah Informasi yang ditonton tadi mulai jadi bentuk perilaku seperti penggunaan kalimat-kalimat seperti "Anjay" atau "Hallo Guys" menjadi kebiasaan sehari-hari.
- Proses motivisional dari penggunaan secara langsung menggunakan bahasa *Youtuber* atau menyama-nyamakan suatu simbol atau benda dari *Youtuber* terkait yang para informan *subscribe* atau ikuti. Pada tahap ini imitasi terhadap suatu objek dari seorang *Youtuber* mulai terlihat dan perlahan digunakan di kehidupan sehari-hari. Alasan darinya adanya perilaku imitasi dapat terjadi atau dapat juga disebut yang memotivasinya. Salah satu motivasi mereka menggunakan bahasa atau aksesoris para *Yotuber* ini.

Sebagaimana seorang remaja tentunya bergaul merupakan hal biasa pada umur remaja awal tentunya. Dimana para siswa SMPN 3 Martapura atau para informan memuat berbagai komponen tertentu dari para *Youtuber* yang mereka tahu dalam keseharian termasuk dalam interaksi dan komunikasi sebagai sebuah bentuk imitasi. Dalam imitasi dan interaksi terdapat dua bentuk komunikasi yang dilakukan. Pertama verbal dilontarkan berbentuk kata kata baik dari mulut maupun berbentuk tulisan karena dalam berkomunikasi dilakukan dua bentuk interaksi yaitu secara primer atau skunder interkasi yang dilakukan dari imitasi. Mengambil contoh Atta Halilintar memakai kata khas dalam vidionya, seperti "Hey Guys" atau "yo yo"

yang digunakan untuk menyapa, kata "*Ashiap*" dengan nada melengking untuk merespon suatu obrolan.

Lebih lanjut secara primer titik titik penggunaan kata-kata atau kalimat ini salah satunya ditemukan didepan kelas walau demikian juga terjadi di berbagai titik kumpul seperti kantin, lapangan sekolah baik saat jam sekolah, ekstrakurikuler maupun diluar jam sekolah. Seperti perbincangan sehari hari membahas suatu topik. Secara skunder penggunaan *Smartphone* dengan aplikasi bernama *Whatsapps* dengan pola serupa seperti penggunaan kalimat di dalam grub *chat* maupun *chat* pribadi dan bahkan menjadi diksi tersendiri pada status media sosial pribadi milik siswa sebagai remaja pada para *Youtuber*. Selanjutnya secara Non-verbal atau tidak berbentuk kata kata berupa simbol yang dapat menggambarkan suatu hal milik para *Youtuber*. Hal ini serupa dengan pola yang sama pada semua informan dimana benda visual berupa aksesoris maupun virtual dalam bentuk digital.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN AKHIR PENGABDIAN**

Pelaksanaan Pengabdian di SMPN 3 Martapura memberikan gambaran bahwa :

1. Secara Individu terlebih pada remaja memang perkembangan internet tidak bias dibendung dan sebaiknya memang mengikuti perkembangan yang ada agar dapat sesuai dengan generasinya. Dimana proses proses meniru memang merupakan hal lumrah pada usia remaja awal terlebih pada bangku SMP. Darilah itu penggunaan *Youtube* dan adanya *Youtuber* sebagai objek idola nyata adanya akan tetapi tetap dibatasi akan diri sendiri.
2. Pihak keluarga sebagai pihak terdekat pada para remaja sebaiknya juga mengawasi media atau *platform* yang anak-anak mereka. Agar imitasi yang dilakukan para remaja terlebih dari *Youtuber* sebagai pembuat konten di platform terbuka tidak bertentangan dengan nilai dan norma umum. Walau dimikian *Youtube* juga merupakan media paling cepat informasi sehingga pelarangan juga tidak perlu.
3. Pihak sekolah merupakan pihak kedua yang mengawasi dan membimbing para siswa. Sevagai lembaga pendidikan fungsi pengawasi tetap berjalan pada masuknya media ke para siswanya. Akan tetapi pembatasan di sekolah sebaiknya direduksi ulang karena sebagai sebuah media terbuka penggunaan *Youtube* dalam *smartphone* menjadi sumber informasi visual audio terbaik dalam proses belajar mengajar di sekolah akan tetapi tetap diawasi. Disisi lain penggunaan platform *Youtube* kedepanya diharapkan dapat menjadi bentuk metode pembelajaran yang bias digunakan diluar sekolah melihat keadaan dunia saat ini.
4. Secara umum imitasi memiliki dampak positif dan negatif, pihak masyarakatlah yang menentukan apa yang diimitasi bias diterima apa tidak. Penerimaan hal baru pada lapisan suatu msyarakat hendaklah sekarang bersifat dinamis. Dari apa yang dilakukan para siswa juga perlahan hendaknya dapat diterima oleh masyarakat pada umumnya sebagai suatu modernisasi dan dampak adanya *Youtube* sebagai media baru tidak bias di bendung, tetapi memang nilai dan norma tetap akan berlaku.

## BAB VI. ANGGARAN BIAYA DAN JADWAL PENGABDIAN

### 5.1. Anggaran Biaya

No	Nama Bahan	Volume	Biaya Satuan (Rp)	Biaya (Rp)
<b>I</b>	<b>Honorarium</b>			
	a. Ketua	1 x 8 OK	100.000	800.000
	b. Anggota	1 x 8 OK	50.000	400.000
	c. Anggota	1 x 8 OK	50.000	400.000
<b>Sub Total</b>				<b>1.600.000</b>
<b>II</b>	<b>Bahan Habis Pakai dan Peralatan</b>			
	a. ATK	1 paket	150.000	150.000
	b. Bahan ajar dan alat praktek	1 paket	500.000	500.000
	c. Spanduk	1 paket	170.000	170.000
	d. Konsumsi (makan dan snack) peserta	20 porsi	35.000	700.000
<b>Sub Total</b>				<b>1.520.000</b>
<b>III</b>	<b>Perjalanan</b>			
	Transportasi - Survey awal lokasi, koordinasi dengan mitra - Pelaksanaan	2 hari	350.000	700.000
<b>Sub Total</b>				<b>700.000</b>
<b>IV</b>	<b>Lain-lain</b>			
	a. Penggandaan dan penjilidan proposal	1 paket	180.000	180.000
	b. Penggandaan dan penjilidan laporan	1 paket	400.000	400.000
	c. Publikasi jurnal	1 paket	600.000	600.000
<b>Sub Total</b>				<b>1.180.000</b>
<b>TOTAL</b>				<b>5.000.000</b>

## 5.2. Jadwal Penelitian

Kegiatan		Tahun 2021		
		1	2	3
1	Penyusunan Proposal	■		
2	Penandatanganan Kontrak		■	
3	Monev Pengabdian		■	
4	Pelaksanaan Pengabdian			■
5	Penyerahan Laporan Akhir			■
6	Pendaftaran Jurnal Ber ISBN			■

## DAFTAR PUSTAKA

- Baran, S. J. (2012). Pengantar Komunikasi Massa Melek Media dan Budaya. Jakarta: Erlangga.
- (2013). Metode penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- (2014). Metode Penelitian Sosial dan Ekonomi. Jakarta: Kencana.
- (2014). Sosiologi Komunikasi. Jakarta: KENCANA.
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian Sosial dan Ekonomi*. Jakarta: Kencana.
- (2014) *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Gerungan. W. A (2010). *Psikologi Sosial*. Bandung: PT. Refika Aditama.
- Labas, Y. N., & Yasmine, D. I. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring: Studi Kasus YouTube Indonesia. *Jurnal Pemikiran Sosiologi* Volume 4 No.2, 104-119.
- Nasrullah, R. (2017). Media Sosial. Bandung: PT Remaja Rosdakaya .
- Palinoan, I. Y. (2017). Dampak Tayangan Vlog Di Youtube Terhadap Gaya Hidup Hedonis Siswa SMA Kristen Sunodia. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 215-225.
- Sarwono, S. W. (2012). Pengantar Psikologi umum. Jakarta: PT RAJAGRAFINDO PERSADA.
- (2016). Psikologi Remaja edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Setiadi, E. M., & Kolip, U. (2011). Pengantar Sosiologi Pemahaman Fakta dan Gejala Permasalahan Sosial: Teori, Aplikasi dan Pemecahannya. Jakarta: Kencana.
- Sumadiria, H. (2014). Sosiologi Komunikasi Massa. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Wisnuhardana, A. (2018). Anak Muda dan MedSos. Jakarta: PT Gremedia Pustaka Utama
- <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2019>

Lampiran



PEMERINTAH KABUPATEN BANJAR  
DINAS PENDIDIKAN  
**SMP NEGERI 3 MARTAPURA**  
NSS. 201150101051 - NIS. 200510- NPSN 30300251  
J. A. Yani, Km. 37,5 Komplek Saadah-3 No. 5 RT.18 RW.V Sungai Paring, Martapura  
Telpun 0511-4773304 Fax 0511 4787947  
MARTAPURA, 70613 KALIMANTAN SELATAN



**SURAT KETERANGAN TELAH MELAKUKAN PENELITIAN**  
Nomor : 033/421.3-SMPN.3/IV/2021

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Rudi Ante, M.Pd  
NIP : 1964072211989021002  
Jabatan : Kepala Sekolah  
Unit Kerja : SMP Negeri 3 Martapura

Dengan ini menerangkan dengan sesungguhnya bahwa :

Nama : Syahlan Mattiro, M.Si  
NIP : 19800309 200912 1 002  
Program Studi : Pendidikan Sosiologi FKIP ULM  
Judul : "Perilaku Imitasi terhadap Youtuber: Studi Pada siswa SMPN 3 Martapura Kab. Banjar.  
Anggota : Sigit Ruswinarsih, M.Pd  
Cucu Widaty, M.Pd  
M. Renaldy

Berdasarkan Rekomendasi Dinas Pendidikan Kabupaten Banjar Nomor : 010/059/Umpeg-DISDIK tanggal 6 April 2021, yang bersangkutan telah melakukan Penelitian di SMP Negeri 3 Marapura selama 15 hari ( dua minggu )

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Martapura, 16 April 2021  
Kepala SMPN 3 Martapura,  
  
Rudi Ante, M.Pd  
NIP 1964072211989021002

Dokument Foto Kegiatan

