



YOUTUBE SEBAGAI SARANA KOMUNIKASI EDUKATIF-HUMANIS: ANALISIS KONTEN KANAL YOUTUBE SATU PERSEN

Bofry Wahyu Samosir¹⁾, Enda Sura A. Ginting²⁾, Antony Rian³⁾

^{1,2)}Prodi Filsafat Keilahian, Fakultas Teologi Wedhabakti,

Universitas Sanata Dharma

³⁾Program Studi Pendidikan Teknologi dan Kejuruan,

Fakultas Pascasarjana, Universitas Negeri

Abstrak

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis berbagai video yang dibagikan dalam channel youtube Satu Persen sebagai salah satu channel youtube yang bersifat edukatif. Berbagai video yang telah dipilih dianalisis dengan menggunakan metode analisis ini. Metode analisis isi merupakan salah satu metode yang bagus dalam menganalisis media sosial, seperti youtube, khususnya dalam mencermati berbagai topik atau pembicaraan yang bersifat publik yang meliputi gambaran isi, dan karakteristik pesan dalam konten. Lalu pemikiran filsuf Driyarkara mengenai humanisme menjadi instrumen dalam menilai isi dari lima video yang telah dipilih. Berdasarkan pada analisis tersebut, dapat digaribawahi bahwa video-video dalam channel youtube Satu Persen memiliki kriteria sebagai video yang berbentuk edukatif-humanis. Ada beberapa alasan yang mendukung hal tersebut. Pertama, kelima video tersebut memberikan kesadaran bagi kaum muda tentang pentingnya wawasan yang luas. Kedua, kelima video tersebut berisi tentang pentingnya meraih kesuksesan dalam hidup. Ketiga, kelima video tersebut mendorong kaum muda untuk cerdas dan terampil dalam memperjuangkan hal-hal yang bermanfaat dalam hidup mereka. Keempat, video tersebut berisi tentang tips-tips yang perlu diupayakan dalam mengupayakan kesuksesan. Kelima, video tersebut membantu kaum muda untuk memiliki cara pandang baru dalam memahami dinamika kehidupan secara realistis dan kontekstual.

Kata Kunci: youtube, komunikasi, edukatif, Driyarkara, Satu Persen.

PENDAHULUAN

Dalam zaman modern ini, perkembangan teknologi begitu membawa perubahan yang besar dalam berbagai bidang kehidupan, khususnya dalam bidang komunikasi. Komunikasi merupakan suatu proses yang terjadi dalam kehidupan antar individu sampai menggunakan media yang biasa dikenal dengan media massa (David, dkk, 2017). Masyarakat di seluruh dunia banyak yang memanfaatkan perkembangan teknologi untuk hal-hal yang positif. Misalnya, membangun jejaring yang luas, menemukan peluang dalam berkarya, dan mengembangkan potensi maupun karakter diri.

Salah satu perkembangan teknologi dalam bidang komunikasi yang begitu diminati oleh masyarakat termasuk kaum muda adalah media sosial. Keunggulan media sosial terletak pada bentuknya yang memudahkan setiap orang untuk berinteraksi, serta berpartisipasi secara aktif, seperti Instagram, facebook, twitter, whatsapp, telegram, tiktok, serta youtube (Yunia, 2022). Masing-masing fitur dalam media sosial tersebut tentu memiliki keunikan, keunggulan dan kelemahan. Dari berbagai fitur tersebut, youtube menjadi fitur yang begitu diminati oleh masyarakat Indonesia, khususnya kaum muda seperti para remaja dan mahasiswa-mahasiswi. Hal ini bisa dilihat berdasarkan pada hasil survei yang dilakukan oleh Hootsuite dengan kategori *Most-Used Social Platforms*. Hootsuite menegaskan bahwa 88% penduduk di Indonesia menggunakan youtube (Yunia, 2022). Lalu, beberapa alasan lain yang membuat youtube begitu diminati yaitu pertama, karena youtube menyediakan ruang untuk saling berbagi informasi serta memberi inspirasi hingga ke seluruh dunia (Mastanora, 2018). Kedua, bagi masyarakat, terutama kaum muda youtube juga bisa menjadi salah satu wadah yang bagus untuk menyalurkan

dan mengembangkan bakat baik dalam bidang akademik maupun non-akademik (Djamali dan Latifah, 2016).

Sebagai sarana komunikasi, youtube dapat dilihat sebagai sarana komunikasi karena situs web tersebut memiliki karakter yang dapat menjadikannya sebagai sarana komunikasi. Di satu sisi, youtube menggunakan model komunikasi linear. Dalam karyanya "The Structure and Function of Communication in Society", Harold Lasswell berpendapat bahwa proses komunikasi terjadi ketika pemberi pesan menjadi satu-satunya elemen komunikasi yang memberikan pesan kepada penerima pesan (Nurhadi, 2020). Sementara itu, orang yang menerima pesan tidak dituntut untuk memberi tanggapan terkait dengan pesan yang diterimanya atau bahkan tidak dapat memberikan komentar pada kolom komentar. Di sisi lain, youtube juga termasuk dalam Model komunikasi interaktif yang dapat melibatkan dan menampung komentar para penerima pesan. Kedua model yang ditemukan di dalam situs web youtube tersebut dapat menjadi model komunikasi yang edukatif bagi para penerima pesan yang menangkap pesannya dengan baik sesuai dengan sudut pandang masing-masing.

Dalam dunia internet atau dunia maya, ada berbagai jenis video yang dibagikan oleh para *youtubers* melalui fitur youtube. Pertama, adalah bentuk video *Way and Style*, seperti video mengenai tips untuk merawat kecantikan, tutorial memasak, tutorial menggunakan fitur-fitur tertentu, dan lain sebagainya. Kedua, adalah *Music*, seperti video musik lagu official, video cover lagu, video bermain alat musik, dan lain sebagainya. Ketiga, adalah *education and religion*, seperti video yang membahas tentang berbagai pengetahuan akademis yang umum, tentang hal-hal yang berkaitan dengan agama, dan lain sebagainya. Keempat, adalah *entertainment*, seperti video yang

berkaitan dengan humaniora dalam bentuk hiburan. Kelima, adalah *gaming*, seperti video tentang game online, dan lain sebagainya.

Dari kelima bentuk video dalam fitur youtube tersebut, penulis begitu tertarik untuk melakukan suatu analisis pada video yang berbentuk edukasi. Ada beberapa alasan mendasar penulis untuk memilih dan menganalisis video yang berbentuk edukasi. Pertama, berangkat dari keprihatinan penulis atas berbagai video di youtube yang outputnya justru membawa banyak penonton terjebak dan tenggelam dalam hal-hal yang tidak mengedukasi, seperti penyebaran hoaks, bullying, debat yang tidak sehat, video sensitif, dan lain sebagainya. Kedua, banyak video-video yang dipublikasikan di youtube tidak termasuk ke dalam tontonan yang edukatif, tetapi hanya bersifat hiburan. Berbagai jenis hiburan yang ditawarkan oleh youtube, seperti konten *prank* dan *flaxing*, akhirnya mengaburkan makna dari sifat komunikatif yang harus terdapat pada youtube sebagai salah satu bentuk perkembangan teknologi yang harus berdampak positif.

Ketiga, masyarakat saat ini semakin tertarik untuk mendapatkan informasi penting dengan menonton video daripada membaca buku, koran, ataupun majalah (Yunia, 2022). Keempat, video-video yang berbentuk edukasi tentu bisa membantu kaum muda untuk semakin kaya akan informasi yang penting untuk mengembangkan akhlak baik dalam segi keagamaan, pendidikan, sosial, dan perilaku (Muttaqin, 2021). Kelima, menurut penulis, dalam membuat video tersebut, para *youtubers* pasti memiliki pengetahuan akademis yang bagus. Oleh karena itu, *output* dari video edukasi tersebut tentu memiliki pengaruh yang besar bagi para penontonnya, khususnya bagi para remaja maupun mahasiswa-mahasiswi. Berkaitan dengan hal itu, maka penulis akan menggali video

tersebut sekaligus untuk menginspirasi para *youtubers* agar semakin mengembangkan video yang edukatif dalam platform youtube.

Pada saat ini, sudah ada beberapa channel youtube yang berfokus pada konten yang bersifat edukasi. Para *youtuber* yang memiliki channel tersebut, selalu membagikan video yang bisa berisi pengetahuan, informasi-informasi maupun tips-tips yang penting bagi pengembangan akademis dan karakter para penontonnya. Dari berbagai channel youtube yang mulai berkembang, penulis begitu tertarik untuk menganalisis channel youtube 'Satu Persen'. Sebab, channel youtube ini begitu diminati oleh banyak orang hingga memiliki 2,79 juta subscriber dan memiliki 876 video yang berkaitan dengan *Indonesian Life School*.

Channel youtube Satu Persen mulai masuk dalam platform Youtube sejak tanggal 3 Agustus 2017. Kekhasan video-video dalam channel Youtube ini berisi tentang pelajaran hidup yang tidak diajarkan di Sekolah guna mencapai kehidupan yang ideal. Ada enam jenis video yang dibagikan, seperti kemampuan dasar dalam menjalani kehidupan, personal *finance*, pemahaman diri, hubungan sosial, produktivitas dan karir, serta makna hidup. Semua video tersebut memiliki tujuan untuk membawa banyak orang untuk berkembang, khususnya dalam menggapai kehidupan yang layak dan menabur satu persen setiap harinya.

Dari keenam bentuk video yang dibagikan dalam channel tersebut, penulis hendak melakukan analisis yaitu bagaimana kanal youtube Satu Persen dapat menjadi sarana komunikasi edukatif-humanis bagi orang-orang muda saat ini?

Dalam menjawab pertanyaan tersebut, penulis menggunakan pemikiran humanisme yang dikemukakan oleh filsuf Driyarkara sebagai pisau analisis. Driyarkara

menegaskan bahwa platform yang digunakan oleh masyarakat untuk mendidik sebaiknya berbentuk humanisasi dan memiliki tujuan humanisasi. Secara singkat, humanisasi adalah proses yang lebih jauh, dan menjadi kelanjutan dari hominisasi.

Dalam proses itu, manusia bisa meraih perkembangan yang lebih tinggi di atas tingkat yang niscaya, di atas tingkat minimal, seperti tampak dalam kemajuan-kemajuan budaya dan ilmu pengetahuan. Oleh karena itu, Driyarkara menjelaskan bahwa manusia tidak bisa maju tanpa memajukan dunianya, dan ia tidak bisa bangkit tanpa membangkitkan dunianya (Driyarkara, 2006). Lalu, pada prinsipnya tujuan dari humanisasi adalah untuk memanusiakan manusia, khususnya dalam membekali banyak orang, termasuk kaum muda untuk meraih masa depan yang membahagiakan sesuai dengan kodratnya sebagai manusia. Berkaitan dengan hal ini, ada beberapa kriteria terkait dengan humanisasi yang dikembangkan oleh Driyarkara yaitu manusia semakin menyadari kodratnya sebagai manusia yang berkodrat baik, semakin peduli pada sesama, semakin optimis dalam mewujudkan cita-cita, dan semakin mampu memiliki kehidupan yang bernilai humanis.

METODE PENELITIAN

Dalam artikel ini, metode penelitian yang digunakan adalah metode analisis isi kualitatif. Sebab, analisis isi pada media sosial memang memiliki manfaat dalam mencermati berbagai topik atau pembicaraan yang bersifat publik (Rahmawan, dkk, 2018). Kekhasan dan keunggulan dari metode ini adalah membantu si peneliti untuk mengetahui gambaran isi, dan karakteristik pesan dalam konten, serta memudahkan peneliti dalam mengambil kesimpulan yang terdapat pada konten tersebut (Rahmawan, dkk, 2018). Bahkan metode analisis ini merupakan

salah satu metode yang sangat fleksibel apabila diterapkan pada berbagai 'teks' yang terdapat dalam media sosial, seperti Youtube (Rahmawan, dkk, 2018).

Dalam penelitian ini, penulis akan mengumpulkan data dengan menemukan dan menyatukan berbagai video dalam channel youtube Satu Persen yang berkaitan dengan humanisasi serta komunikasi edukatif. Berdasarkan pada hasil pencarian yang telah dilakukan, penulis memilih lima (5) video dalam channel youtube Satu Persen yang dapat dijadikan sebagai objek penelitian. Adapun video tersebut adalah sebagai berikut: Pertama; Stop jadi spesialis! Mengapa fokus ke satu hal enggak selalu baik? Kedua; Mengapa orang Pintar bisa gagal dan tidak bahagia? Ketiga; ngejar passion itu bullshit! Keempat; Culun tapi Sukses! Kelima; Mengapa orang sukses kesepian dan dibenci?

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, penulis menganalisis lima (5) video yang dibagikan dalam kurun waktu selama satu (1) hingga tiga (3) bulan terakhir di channel Youtube Satu Persen. Menurut penulis, dari dua puluh sembilan (29) video yang telah dibagikan, lima (5) video berikut dapat disebut sebagai video yang memiliki bentuk edukasi. Beberapa video tersebut adalah sebagai berikut.

Pertama, Stop jadi spesialis! Mengapa fokus ke satu hal nggak selalu baik?

Intisari dari video tersebut adalah ajakan untuk selalu *open minded*. Keterbukaan pemikiran tersebut secara eksplisit diarahkan kepada kemampuan atau skill yang dimiliki oleh seseorang. Kerangka pikir yang digunakan oleh kanal youtube satu persen untuk mempertanggungjawabkan argumennya adalah pertama, fokus hanya pada satu hal atau menjadi seorang spesialis adalah

hal yang tidak selalu baik. Kedua, seorang spesialis cenderung tidak memiliki karakter adaptif karena hanya memiliki satu kemampuan. Ketiga, seseorang harus mulai berpikir untuk menjadi *expert generalist* agar siap menghadapi industri yang berubah dan berkembang.

Berdasarkan pada video tersebut, penulis berpendapat bahwa video dengan *caption* 'provokatif' tersebut sebenarnya tidak ingin merendahkan seseorang yang sudah matang di satu bidang tertentu. Akan tetapi video tersebut mengajak para penontonnya untuk melihat suatu kemungkinan yang bisa dilakukan saat ini untuk menjadi bekal di masa yang akan datang. Ketika para penonton kanal youtube sudah mengetahui dan menyadari bahwa zaman sudah berkembang; ketika itu juga orang-orang muda saat ini berpikir untuk dapat menyesuaikan dirinya dengan zaman yang akan selalu berkembang.

Suatu tawaran yang ditekankan oleh kanal youtube satu persen untuk tidak hanya berfokus pada satu hal saja merupakan suatu cara pandang untuk melihat luasnya kemungkinan yang ada di dalam diri manusia. Ketika berhadapan dengan perkembangan zaman, manusia harus terbuka dengan kepentingan-kepentingan yang mendesaknya pada saat itu juga. Contohnya ketika berhadapan dengan dunia saat pandemi, seorang pemuda yang awalnya hanya memiliki kemampuan untuk berbisnis secara luring dan sama sekali tidak memiliki kemampuan untuk menguasai teknologi berbasis jaringan internet harus terbuka terhadap tuntutan yang mendesak. Pebisnis muda tersebut harus mengoptimalkan dirinya agar memiliki kemampuan yang lain, yakni menguasai teknologi agar bisnisnya tetap berjalan dengan baik. Menurut Driyarkara, seorang pemuda tersebut hanya akan dapat maju di dalam situasi tertentu ketika ia mau memajukan dunianya

sendiri. Di situlah terletak suatu proses humanisasi yang ditunjukkan oleh kanal youtube satu persen dalam konten ini.

Kedua, Mengapa orang Pintar bisa gagal dan tidak bahagia?

Intisari dari video tersebut adalah persoalan mengenai fenomena orang pintar - atau minimal orang yang dianggap pintar - yang selalu gagal. Kerangka pikir yang digunakan oleh kanal youtube satu persen untuk mempertanggungjawabkan argumennya adalah pertama orang pintar yang gagal biasanya diakibatkan oleh kepintarannya sendiri. Kecenderungan yang sering muncul di dalam diri orang pintar adalah seringkali meremehkan skill lain di luar kemampuannya. Hal itu menyebabkan orang pintar sulit untuk bekerja sama dan akhirnya tidak dapat sampai pada tujuannya. Kedua, orang pintar yang gagal akan menjadi orang yang tidak bahagia. Orang pintar yang gagal selalu berawal dari ekspektasinya yang terlalu tinggi. Ketika orang tersebut gagal mencapai ekspektasi yang tinggi tersebut, ia akan merasa tidak bahagia dengan pencapaiannya yang tidak maksimal.

Dalam hubungannya dengan masyarakat, ekspektasi dan idealisme yang tinggi dari orang pintar cenderung tidak diterima oleh masyarakat. Ketiga, orang pintar harus menemukan caranya sendiri untuk mencapai kesuksesan dan kebahagiaan. Cara yang dapat dilakukan adalah dengan *manage* ekspektasi dan menjadi pribadi yang realistis.

Berdasarkan video tersebut, youtuber satu persen memberikan suatu *insight* kepada para penontonnya mengenai karakter yang harus dimiliki oleh setiap orang. Kepintaran seseorang dalam bidang akademik tidak dapat menjamin kesuksesan dan kebahagiaan ketika ia tidak mampu memanfaatkan kepintarannya dengan baik. Video tersebut memberikan suatu masukan kepada orang-orang muda yang

termasuk ke dalam golongan pintar di bagian akademik. Selain itu, video tersebut juga memberikan suatu insight kepada banyak orang-orang saat ini bahwa kesuksesan dan kebahagiaan dapat dicapai ketika seseorang mampu memaknai sukses dan bahagia itu sendiri dengan versi masing-masing.

Sebagai kelompok yang sedang dalam pencarian jati diri, kaum muda saat ini perlu menyadari bahwa kesuksesan dan kebahagiaan dapat tercipta melalui suatu pemaknaan terhadap pencapaian (Fadhal, 2012). Oleh sebab itu, proses humanisasi yang ditawarkan oleh kanal youtube satu persen dalam video ini terletak pada ajakan untuk mampu me-manage ekspektasi kaum muda dan menjadi pribadi yang realistis.

Ketiga, ngejar passion itu bullshit!

Intisari dari video tersebut adalah persoalan mengenai *passion*. Kerangka pikir yang digunakan oleh kanal youtube satu persen untuk menjelaskannya adalah pertama, seseorang harus sungguh-sungguh mengetahui makna *passion* yang sesungguhnya. *Passion* merupakan suatu kondisi semangat dan bergairah ketika melakukan suatu hal. Kedua, ketika seseorang merasa sudah menemukan *passion*-nya, ia tidak boleh langsung menutup kemungkinan terhadap yang lain. Ketika hal itu terjadi, seseorang akan cenderung jatuh kepada *fixed mindset* dan mengakibatkannya tidak mampu beradaptasi. Namun, fokus untuk menemukan *passion* juga bukan merupakan hal yang salah karena dengan melakukan hal yang disukai dapat membuat seseorang bahagia.

Ketiga, seseorang perlu menyadari bahwa hal yang dibutuhkan adalah keseimbangan. Ketika seseorang sudah merasa yakin dengan *passion*-nya, maka ia dapat menekuninya. Akan tetapi

hidup dalam realita dunia saat ini, seseorang juga harus realistis. Sikap realistis yang dimaksudkan adalah dengan tidak mengabaikan sesuatu yang sudah ada saat ini demi mengejar sesuatu yang dianggap sebagai *passion*.

Berdasarkan video tersebut, penonton dapat menarik suatu pesan yang cukup singkat dan bermakna, yakni tentang keseimbangan hidup dalam membangun karir. Kanal youtube satu persen memberikan suatu paparan yang bertujuan untuk mendukung seseorang agar dapat menemukan *passion*-nya dan membantu seseorang untuk menciptakan *passion*-nya sendiri. Youtubers kanal youtube satu persen menyadari bahwa setiap orang memiliki pemahaman yang berbeda-beda tentang *passion* dan setiap orang juga memiliki kemampuan yang berbeda-beda untuk mengetahui *passion*-nya. Dalam kaitannya dengan konsep edukatif-humanis menurut Driyarkara, konten dalam video ini menawarkan suatu cara berpikir bagi kaum muda untuk yakin dan bertanggungjawab dengan yang telah dikerjakan saat ini sebagai proses pengembangan diri (Sukmono, 2013).

Keempat, Culun tapi Sukses!

Intisari dari video tersebut adalah pertama orang Culun bisa sukses karena dia memiliki dan mengembangkan berbagai skill. Kedua, orang Culun bisa sukses karena memiliki pengetahuan yang tinggi dan konsisten dalam mengasah semua kemampuannya hingga ke level profesional. Ketiga, orang Culun bisa sukses karena memiliki kemauan yang tinggi dalam belajar sehingga dia memiliki bekal untuk bekerja dengan sangat baik. Keempat, orang Culun bisa sukses karena dia mengenali dirinya dengan baik sehingga dia mampu menghadapi setiap persoalan dengan baik. Kelima, orang Culun bisa sukses karena dia mampu menentukan hal-hal yang baik untuk dirinya.

Berdasarkan pada isi video tersebut, penulis menggarisbawahi bahwa dalam dunia saat ini penampilan bukan menjadi penentu utama kesuksesan seseorang. Siapa saja bisa menjadi sukses, baik itu orang yang terkenal maupun yang tidak terkenal seperti orang Culun. Hal terpenting dalam meraih kesuksesan adalah kreativitas seseorang dalam mengenali dirinya, mengembangkan potensi dirinya serta kemampuan untuk beradaptasi dengan orang dan situasi di sekitarnya. Remaja dan Mahasiswa-mahasiswi saat ini cukup banyak yang merasa insecure ketika melihat orang lain lebih baik atau lebih terkenal dari dirinya. Hal itu membuat dirinya menjadi pesimis dalam meraih kesuksesan. Setelah menonton video tersebut, Remaja dan mahasiswa-mahasiswi pasti akan semakin optimis untuk meraih kesuksesan dalam hidupnya. Pada tahap inilah, video dalam kanal Youtube Satu Persen bisa dikatakan memiliki tujuan humanisasi, khususnya dalam mendorong kaum muda untuk semakin bersikap optimis dalam menggapai cita-cita.

Kelima, Mengapa orang sukses kesepian dan dibenci?

Intisari dari video tersebut adalah pertama, kesuksesan itu pada umumnya dimiliki oleh orang-orang yang memiliki pekerjaan, privilege dan bekerja keras dalam berbagai hal, termasuk dalam mengembangkan potensi diri. Lalu orang yang sukses itu adalah orang yang berani mengambil resiko, siap dibenci dan siap juga untuk dibenci oleh banyak orang. Kedua, orang sukses mengalami kesepian tentu karena selama menjalani proses kesuksesan, mereka sulit untuk membangun relasi dengan orang lain. Ketiga, orang yang sukses dalam berbagai karier cenderung mengalami kesepian karena dia tidak memiliki kesuksesan hidup yaitu memiliki hubungan pertemanan yang baik dengan orang lain. Keempat, orang

sukses biasanya dibenci oleh orang lain karena mereka tidak bahagia dengan kesuksesan yang dialami oleh orang sukses tersebut.

Berdasarkan pada isi video tersebut, penulis menggarisbawahi bahwa dalam kehidupan ini, Remaja dan mahasiswa-mahasiswi tidak boleh hanya berfokus untuk menggapai kesuksesan dalam karier saja, seperti memiliki pekerjaan yang bagus, uang yang mapan dan sebagainya. Tetapi Remaja dan mahasiswa-mahasiswi juga harus berusaha memiliki kesuksesan hidup seperti memiliki keluarga dan relasi yang baik dengan orang lain. Dengan demikian, semakin besar peluang banyak orang untuk mengalami kebahagiaan, serta semakin kecil kemungkinan orang lain akan membenci diri mereka.

Berdasarkan pada analisis atas lima (5) video di atas, penulis menegaskan bahwa video-video yang dibagikan dalam channel youtube Satu Persen memiliki kriteria komunikasi yang edukatif-humanis. Ada beberapa alasan yang dapat mendukung pernyataan tersebut. Pertama, kelima video tersebut memiliki output untuk memberikan kesadaran bagi para penonton bahwa sebagai manusia mereka sebaiknya memiliki wawasan luas dan kreativitas dalam menjalani hidup sehari-hari. Kedua, secara keseluruhan pesan atau isi yang terdapat dalam kelima video tersebut memiliki tujuan untuk mengedukasi para penonton, khususnya dalam memahami berbagai hal yang penting untuk memiliki dan menjalani hidup yang bahagia serta sukses dalam kehidupan. Ketiga, kelima video tersebut juga memiliki insight-insight yang humanis, yaitu mendorong para penonton untuk semakin cerdas dan terampil dalam mengupayakan dan memperjuangkan hal-hal baik yang bermanfaat dalam hidup mereka. Keempat, kelima video tersebut juga memberikan berbagai tips dan cara terbaik bagi para penontonya

dalam menciptakan kebahagiaan melalui kesuksesan-kesuksesan kecil maupun besar yang bisa mereka dapatkan sesuai dengan kemampuan, kecerdasan dan kreativitas mereka. Kelima, semua gagasan positif yang dibagikan dalam kelima video tersebut memberi perspektif dan cara pandang baru bagi para penonton dalam melihat dan memahami dinamika kehidupan manusia secara realistis dan kontekstual.

KESIMPULAN

Setelah menganalisis lima video tersebut, dapat dilihat bahwa gagasan-gagasan dan insight-insight yang bersifat edukatif-humanis itulah yang menjadi pintu kanal Youtube Satu Persen untuk menjadi kanal Youtube yang bersifat edukatif-humanis. Output dari video-video yang telah dibagikan selalu mendorong para penonton, termasuk kaum muda untuk semakin cerdas dan kreatif dalam menjalani hidup yang bahagia dan sukses.

Saran

Setelah melihat bahwa begitu penting dan besarnya pengaruh dari konten youtube yang bersifat edukasi bagi kaum muda, maka penulis menyarankan supaya para youtube mulai berupaya untuk memberikan video-video yang bersifat edukatif-humanis bagi para penonton. Tujuannya adalah agar para penonton termasuk kaum muda semakin mampu mengupayakan, memiliki dan menjalani hidup yang lebih baik, lebih bahagia, dan lebih humanis dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR PUSTAKA

Driyarkara, SJ. Pendidikan sebagai Hominisasi dan Humanisasi. Dalam: (A. Sudiarja, SJ, G. Budi Subanar, SJ, St. Sunardi dan T. Sarkim). (2006), *Karya Lengkap Driyarkara: Esai-esai Filsafat Pemikir yang terlibat penuh dalam perjuangan bangsanya*. Jakarta, Gramedia Pustaka Utama.

Muttaqin, E. D. (2021), Dampak Media Social Youtube Terhadap Perkembangan Ahklak Remaja di Kelurahan Gunung Agung Kecamatan Langkapura RT:006 RW:00, Skripsi. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Nurhadi, Z. F. (2020). Youtube Sebagai Media Informasi Kecantikan Generasi Millennial. *Commed: Jurnal Komunikasi dan Media*. 4(2):168-179.

Rahmawan, D. & Mahameruaji, J. N. & J. P. A. (2018). The Potential of Youtube as educational media for young people. *Core 8* (1): 81-98.

Fadhal, S. & Nurhajati, L. (2012). Identifikasi Identitas Kaum Muda di Tengah Media Digital (Studi Aktivitas Kaum Muda Indonesia di Youtube). *Jurnal AL-AZHAR INDONESIA SERI PRANATA SOSIAL*, 1 (3): 176-200.

David, E. R. & Sondakh M. & Harilama S. (2017). Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube terhadap pembentukan sikap mahasiswa ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi. *E-journal "Acta Diurna"* 6 (1): 1-18.

Sukmono, B. D. (2013). Etika Driyarkara dan Relevansinya di Era PostModern. *Jurnal Filsafat* 23 (1): 77-98.

Djamali, M. F. & Latifah U. (2016). Pengaruh Media Sosial Youtube terhadap Perkembangan Moral Siswa Kelas VIII di MTS Negeri Kalibaru Semester Genap Tahun Pelajaran 2015-2016. *Jurnal IKIP PGRI Jember*: 42-50.

Mastanora, R. (2018). Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini. *Aulada: Jurnal Pendidikan dan Perkembangan Anak* 1 (2): 47-57.

Yunia, V. (2022). Mengatasi Dampak Media Sosial Youtube Bagi Perkembangan Kognitif Anak Usia Dini. *Jurnal Prodi PLS Universitas Nusa Cendana* 1 (2): 1-8.