

**DETERMINASI PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI
SUMBER PENDAPATAN BAGI MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ABDURROHMAN ALFARIDLO
NIM : 2013216004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2022

**DETERMINASI PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI
SUMBER PENDAPATAN BAGI MAHASISWA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

SKRIPSI

Diajukan untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh
gelar Sarjana Ekonomi (S.E.)



Oleh :

ABDURROHMAN ALFARIDLO
NIM : 2013216004

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

2022

SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama Lengkap : Abdurrohman Alfaridlo

Nim : 2013216004

Judul Skripsi : **Determinasi Penggunaan Youtube Sebagai Sumber
Pendapatan Bagi Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman
Wahid Pekalongan**

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi ini adalah benar-benar hasil karya penulis, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah penulis sebutkan sumbernya. Demikian pernyataan ini saya buat sebenar-benarnya.

Pekalongan, 15 November 2022

Yang menyatakan,



ABDURROHMAN ALFARIDLO
NIM. 20132116004

NOTA PEMBIMBING

Ali Amin Isfandiar, M.Ag

Griya Kabunan Asri No. A2 RT.01 RW.07

Kabunan, Dukuhwaru, Kab. Tegal

Lamp. : 2 (dua) eksemplar

Hal : Naskah Skripsi Sdr. **Abdurrohman Alfaridlo**

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

c.q. Ketua Jurusan Ekonomi Syariah

PEKALONGAN

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Setelah diadakan penelitian dan perbaikan seperlunya, maka bersama ini saya kirimkan naskah skripsi saudara :

Nama : **Abdurrohman Alfaridlo**

NIM : 2013216004

Jurusan : Ekonomi Syariah

Judul Skripsi : Determinasi Penggunaan Youtube sebagai Sumber Pendapatan Bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Naskah tersebut sudah memenuhi persyaratan untuk dapat dimunaqosahkan. Demikian nota pembimbing ini dibuat untuk digunakan sebagaimana mestinya. Atas perhatiannya, saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.

Pekalongan, 10 November 2022

Pembimbing



Ali Amin Isfandiar, M.Ag.

NIP. 19740812 200501 1 002



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

Alamat: Jl. Pahlawan KM. 5 Rowolaku Kajen Kab. Pekalongan Kode Pos 51181
www.febi.uingusdur.ac.id email: febi@uinpekalongan.ac.id

PENGESAHAN

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengesahkan skripsi Saudara:

Nama : **ABDURROHMAN ALFARIDLO**

NIM : **2013216004**

Judul Skripsi : **DETERMINASI PENGGUNAAN YOUTUBE SEBAGAI SUMBER PENDAPATAN BAGI MAHASISWA UIN K.H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN**

Telah diujikan pada hari Kamis tanggal 08 Desember 2022 dan dinyatakan **LULUS** serta diterima sebagai salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E).

Dewan Penguji

Penguji I

Penguji II

Dr.H.Achmad Tubagus Surur, M.Ag

NIP. 196912271998031004

Qurrota A'yun, M.H.I

NIP.199103222020122020



Pekalongan, 01 Februari 2023
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

Dr. H. Shinta Dewi Rismawati, SH.,M.H

NIP 197502201999032001

MOTTO

“NANI MO SEZUNI SEIKOU SURU TO MURI DA”

(Tanpa Melakukan Apapun, Sukses Itu Mustahil)

PERSEMBAHAN

Puji syukur kehadirat Allah SWT yang telah memberkan limpahan nikmat dan karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Skripsi ini disusun untuk memenuhi persyaratan dalam memperoleh gelar Sarjana Ekonomi di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan. Penulis menyadari sepenuhnya atas segala keterbatasan dan banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Banyaknya kekurangan yang harus diperbaiki dalam penulisan Skripsi ini. Semoga hasil penelitian ini dapat memberikan informasi dan manfaat bagi setiap orang yang membacanya, khususnya bagi dunia pendidikan. Dalam pembuatan skripsi ini penulis banyak mendapatkan berbagai dukungan serta bantuan materil maupun non materil dari berbagai pihak. Berikut ini beberapa persembahan sebagai ucapan terima kasih dari penulis kepada pihak-pihak yang telah berperan dalam membantu terlaksananya penulisan Skripsi ini:

1. Kedua orang tua penulis, (Alm) Bapak Farkhan dan Ibu Djundiyah yang telah memberikan segala kasih sayang, kesabaran, semangat, bimbingan, dukungan dan doanya yang senantiasa mengiringi setiap langkah saya.
2. Kakak-kakak yang selalu memberikan doa, dan semangat dalam menyelesaikan kuliah dengan lancar.
3. Keluarga besar saya yang selalu mendoakan memberikan semangat sehingga bisa menyelesaikan kuliah dengan lancar.
4. Almameter saya jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan angkatan 2016.
5. Dosen Pembimbing Bapak Ali Amin Isfandiar, M.Ag yang telah menyediakan

waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.

6. Dosen wali Bapak Ahmad Sukron, M.E.I yang telah menyetujui judul dari penelitian ini serta memberikan motivasi bagi penulis
7. Partner terspesial saya Rizka Cici Fauziah yang telah memberikan support terbaik, memberikan doa dan semangat serta selalu menemani dalam pembuatan skripsi.
8. Teman seperjuangan Ekos L 2016 yang bersama-sama berjuang dan mendukung selama kuliah di UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
9. Seluruh orang-orang disekitar saya yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu namanya yang telah memberikan setiap dukungan dan semangat pantang menyerah saat pengerjaan skripsi ini.

Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

ABSTRAK

ABDURROHMAN ALFARIDLO 2022. Determinasi Penggunaan Youtube Sebagai Sumber Pendapatan Bagi Mahasiswa Uin K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Di era teknologi internet yang sekarang ini telah berkembang pesat, penggunaan Youtube sebagai sarana hiburan mampu mendokrak sumber pendapatan apabila mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal dan terarah, Kemudahan dan popularitas membuat sebagian orang memilih menjadi Youtuber. Banyak yang memilih tingkatan dan usia dalam menjadi seorang Youtuber, termasuk mahasiswa. Beberapa faktor yang melatar belakangi Youtube digunakan sebagai sumber pendapatan bagi Mahasiswa diantaranya adalah popularitas yang akan dimiliki, kemudahan penghargaan finansial yang akan dicapai serta kenyamanan lingkungan kerja yang diperoleh. Ketika memanfaatkan penggunaan Youtube sebagai sumber pendapatan tentunya hal yang utama dilakukan adalah mencari popularitas guna meningkatkan penonton yang akan menikmati karya-karya yang ditampilkan, kemudian ketika pencapaian popularitas di peroleh memiliki kesinambungan dimana pendapatan dari Youtube tersebut sangat meningkat, sehingga hal tersebut bisa dijadikan penghargaan finansial dalam pendapatan.

Penelitian ini termasuk jenis penelitian kuantitatif dengan metode survei, Metode pengumpulan data dalam peneltian ini adalah kuesioner yang telah di uji valid dan reliable dengan menggunakan sampel sebanyak 100 responden, Teknik pengambilan sampel menggunakan *accidental sampling* dengan rumus slovin, peelitian ini menggunakan metode analisis data uji regresi linear berganda dengan bantuan SPSS 21.

Hasil penelitian ini menunjukkan Popularitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiwa, Penghargaan finansial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiwa, lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiwa, Secara simultan variabel popularitas, penghargaan finansial, dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan.

Kata kunci : Popularitas, Penghargaan Finansial, Lingkungan Kerja

ABSTRACT

ABDURROHMAN ALFARIDLO 2022. DETERMINATION OF THE USE OF YOUTUBE AS A SOURCE OF INCOME FOR UIN K. H. ABDURRAHMAN WAHID PEKALONGAN STUDENTS.

In the era of internet technology which is now growing rapidly, the use of Youtube as a means of entertainment is able to boost a source of income if it is able to utilize technology optimally and directedly. Ease and popularity make some people choose to become Youtuber. Many choose the level and age to become a Youtuber, including students. Some of the factors behind Youtube being used as a source of income for students include the popularity they will have, the ease of financial rewards to be achieved and the comfort of the work environment obtained. When utilizing the use of Youtube as a source of income, of course, the main thing to do is to seek popularity in order to increase the audience who will enjoy the works displayed, then when the achievement of popularity is obtained, it has a continuity where the income from Youtube is greatly increased, so that it can be used as a financial award. in income.

This research is a quantitative research with a survey method. The data collection method in this research is a questionnaire that has been tested valid and reliable using a sample of 100 respondents, the sampling technique uses accidental sampling with the Slovin formula, this research uses the regression test data analysis method. multiple linearity with the help of SPSS 21.

The results of this study show that popularity has a positive effect on interest in using Youtube as a source of student income, financial rewards have a positive effect on interest in using Youtube as a source of student income, work environment has a positive effect on interest in using Youtube as a source of student income, Simultaneously the variables of popularity, financial rewards, and the work environment affects the interest in using Youtube as a source of income.

Keywords: Popularity, Financial Award, Work Environment

KATA PENGANTAR

Puji syukur saya ucapkan kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena atas berkat dan rahmat-Nya saya dapat menyelesaikan skripsi ini. Penulisan skripsi ini dilakukan dalam rangka memenuhi salah satu syarat untuk mencapai gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Ekonomi Syariah pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Saya menyadari bahwa tanpa bantuan dan bimbingan dari berbagai pihak, dari masa perkuliahan sampai pada penyusunan skripsi ini sangatlah sulit bagi saya untuk menyelesaikan skripsi ini. Oleh karena itu, saya mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Zaenal Mustakim, M.Ag selaku rektor UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Dr. Hj. Shinta Dewi Rismawati, SH., M.H, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. Bapak Muhammad Aris Safi'i, M.E.I selaku ketua jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
4. Ibu Happy Sista Devy, M.M. selaku sekretaris jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
5. Ahmad Sukron M.E.I selaku wali dosen akademik Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.
6. Ali Amin Isfandiar, M.Ag selaku dosen pembimbing yang telah menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan saya dalam penyusunan skripsi ini.
7. Seluruh Dosen Jurusan Ekonomi Syariah UIN K.H Abdurrahman Wahid

Pekalongan yang telah memberikan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.

8. Kedua orang tua penulis, (Alm) Bapak Farkhan dan Ibu Djundiyah, atas segala doa serta dukungan baik secara materil dan moral.
 9. Sahabat yang telah banyak membantu saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
- Akhir kata, penulis berharap Tuhan Yang Maha Esa berkenan membalas segala kebaikan semua pihak yang telah membantu. Semoga skripsi ini membawa manfaat bagi pengembangan ilmu.

Pemalang, 25 Oktober 2022



Abdurrohman Alfaridlo

DAFTAR ISI

JUDUL	i
SURAT PERNYATAAN KEASLIAN KARYA	ii
NOTA PEMBIMBING.....	iii
PENGESAHAN.....	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
PEDOMAN TRANSLITERASI	xiv
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR.....	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Rumusan Masalah	9
C. Tujuan Dan Manfaat.....	11
D. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Landasan Teori	14
1. Minat Penggunaan	14
2. Popularitas	21
3. Penghargaan Finansial	24
4. Lingkungan Kerja	27
B. Telaah Pustaka.....	31
C. Kerangka Berpikir	44
D. Hipotesis	45

BAB III METODE PENELITIAN	47
A. Jenis Penelitian	47
B. Pendekatan Penelitian.....	47
C. Setting Penelitian.....	47
D. Variabel Penelitian	47
E. Populasi dan Sampel.....	51
F. Sumber Data	52
G. Teknik Pengumpulan Data	53
H. Metode analisis data	55
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	62
A. Deskripsi Data	62
B. Analisis Data	65
C. Pembahasan	77
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran.....	84
DAFTAR PUSTAKA.....	85
LAMPIRAN 1	I

PEDOMAN TRANSLITERASI

Pedoman transliterasi yang digunakan dalam penulisan buku ini adalah hasil Putusan Bersama Menteri Agama Republik Indonesia No. 158 tahun 1987 dan Menteri Pendidikan dan kebudayaan Republik Indonesia No. 0543b/U/1987. Transliterasi tersebut digunakan untuk menulis kata-kata Arab yang dipandang belum diserap ke dalam bahasa Indonesia. Kata-kata Arab yang sudah diserap ke dalam bahasa Indonesia sebagaimana terlihat dalam Kamus Linguistik atau Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). Secara garis besar pedoman transliterasi itu adalah sebagai berikut.

1. Konsonan

Fonem konsonan Bahasa Arab yang dalam system tulisan Arab di lambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian di lambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf-huruf latin.

Dibawah ini daftar huruf Arab dan transliterasi dengan huruf latin:

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ša	š	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	kadan ha
د	Dal	D	De
ذ	Žal	ž	zet (dengan titik di atas)

ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	esdan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	Koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef
ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
ه	Ha	H	Ha

2. Vokal

Vokal tunggal	Vokal rangkap	Vokal panjang
أ = a		أ = ā
إ = i	أي = ai	إي = ī
أ = u	أو = au	أو = ū

3. Ta Marbutah

Ta marbutah hidup dilambangkan dengan /t/.

Contoh:

مرأة جميلة = mar'atun jamīlah

Ta marbutah mati dilambangkan dengan /h/.

Contoh:

فاطمة = fātimah

4. Syaddad (Tasydid, geminasi)

Tanda geminasi dilambangkan dengan huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddad tersebut.

Contoh:

رَبَّنَا = rabbanā

الْبَلَلر = al-birr

5. Kata Sandang (artikel)

Kata sandang yang diikuti oleh “huruf syamsiyah” ditransliterasikan sesuai dengan hunyinya, yaitu bunyi /l/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.

Contoh:

الشمس = asy-syamsu

الرجال = ar-rajulu

السيدة = as-sayyidah

Kata sandang diikuti oleh “huruf qamariyah” ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu bunyi /l/ diikuti terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang.

Contoh:

القمر = al-qamar

البدیع = al-badī'

الجلال = al-jalāl

6. Huruf Hamzah

Hamzah yang berada di awal kata tidak ditransliterasikan. Akan tetapi, jika hamzah tersebut berada di tengah kata atau di akhir kata, huruf hamzah itu ditransliterasikan dengan apostrof '/'.

Contoh:

أمرت = umirtu

شيء = syai'un

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Persepsi Minat menggunakan Youtube sebagai Sumber Pendapatan Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan	8
Tabel 2.1 Telaah Pustaka	31
Tabel 2.2 Hipotesis Penelitian	45
Tabel 3.1 Definisi Operasional Variabel Penelitian.....	48
Tabel 3.2 Skala Instrumen	54
Tabel 4.1 Data Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	63
Tabel 4.2 Deskripsi Responden Berdasarkan Usia	63
Tabel 4.3 Deskripsi Responden Berdasarkan Jurusan	64
Tabel 4.4 Hasil Uji Validitas.....	65
Tabel 4.5 Hasil Uji Reliabilitas.....	67
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas	68
Tabel 4.7 Hasil Uji Linearitas	68
Tabel 4.8 Hasil Uji Multikolinearitas	69
Tabel 4.9 Hasil Uji Heteroskedastisitas	70
Tabel 4.10 Analisis Regresi Linear Berganda	71
Tabel 4.11 Hasil Uji t Parsial	73
Tabel 4.12 Hasil Uji F Simultan	75
Tabel 4.13 Hasil Uji Koefisien Determinasi	76

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data jumlah pengguna internet tahun 2020, 1

Gambar 1.2 Persentase Akses Media Sosial oleh Pengguna Internet Usia 16-64
Tahun di Indonesia (2020), 2

Gambar 2.1 Kerangka Berpikir, 44

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1, Lembar Kuesioner Penelitian, I
- Lampiran 2, Output Uji Validitas dan Uji Reliabilitas, VI
- Lampiran 3, Data Mentah Hasil Kuesioner, XI
- Lampiran 4, Output SPSS Statistik Deskriptif, XIX
- Lampiran 5, Output Uji Asumsi Klasik, XXVIII
- Lampiran 6, Output SPSS Regresi Linear Berganda, XXXI
- Lampiran 7, Surat Ijin Penelitian, XXXII
- Lampiran 8, Data Mahasiswa Uin K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan, XXXIV
- Lampiran 9, Hasil Similitary, XXXV
- Lampiran 10, Daftar Riwayat Hidup, XXXVI
- Lampiran 11, Dokumentasi Penelitian, XXXVII

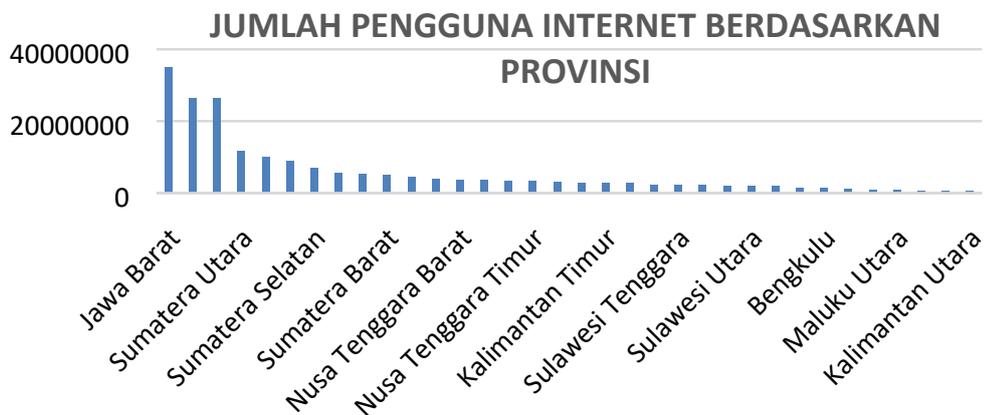
BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Era perkembangan teknologi zaman sekarang memang semakin maju, khususnya teknologi informasi yang telah berkembang pesat dan menjadi kebutuhan primer bagi manusia. Seiring dengan hal itu, informasi telah berubah bentuk menjadi suatu komoditi yang dapat dijadikan suatu bisnis. Perubahan lingkungan ini telah mendorong transformasi masyarakat tradisional menjadi masyarakat informasi. Perkembangan teknologi informasi telah membawa dampak dalam kehidupan masyarakat (Maharsi, 2017). Di perkembangan zaman sekarang juga perlu menuntut segala perubahan dalam aspek kehidupan. Dunia perekonomian menjadi salah satu dari berbagai aspek yang mengalami perubahan perkembangan guna memenuhi kemajuan zaman yang sangat pesat.

Gambar 1.1 Data jumlah pengguna internet tahun 2020

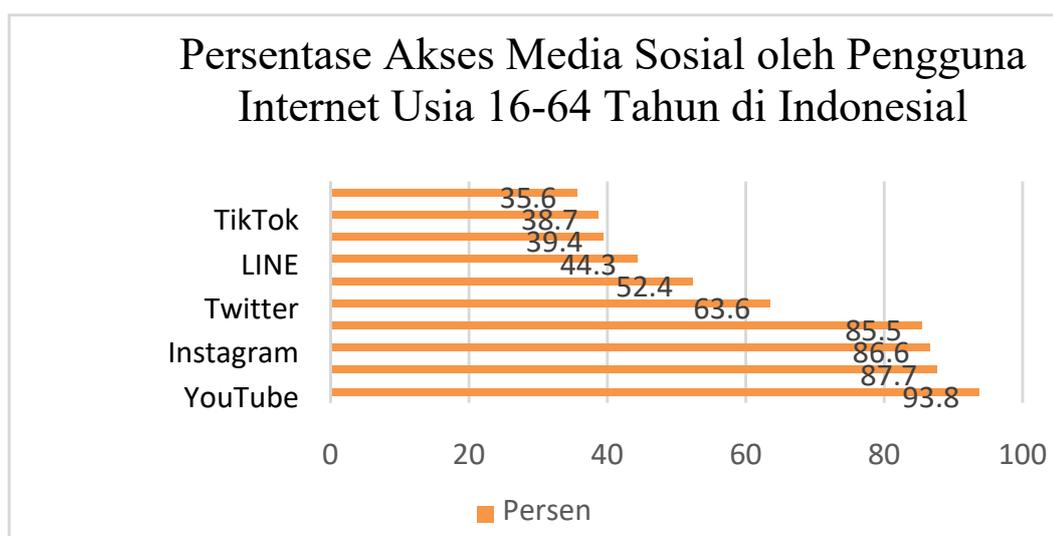


Sumber : www.Katadata.com

Jumlah pengguna internet paling banyak berasal dari Provinsi Jawa Barat, yakni 35,1 juta orang. Posisi itu disusul Jawa Tengah dengan 26,5 juta orang. Lalu Jawa Timur dengan jumlah 23,4 juta orang. Sementara, jumlah pengguna internet di Sumatera Utara mencapai 11,7 juta orang dan di Banten mencapai 9,98 juta orang. Adapun, jumlah pengguna internet di Jakarta mencapai 8,9 juta orang (Bayu, 2020).

Salah satu media promosi dan hiburan di internet yang paling banyak diakses di Indonesia adalah Youtube. Youtube merupakan media saluran portal *website* yang menyediakan layanan video *sharing*, yakni jenis media sosial yang memfasilitasi penggunaannya untuk menonton dan berbagi media, mulai dari video, audio, dan gambar (Kindarto, 2008). Kebebasan masyarakat yang dapat berperan sebagai kreator sekaligus penonton menjadi daya tarik masyarakat Indonesia untuk menggunakan Youtube.

Gambar 1.2 Persentase akses media sosial oleh pengguna internet usia 16-64 Tahun di Indonesia Tahun 2020



Sumber : www.Katadata.com

Dari data di atas menerangkan bahwa sebanyak 94% pengguna internet berusia 16-64 tahun di Indonesia mengakses Youtube dalam satu bulan terakhir. *Persentase* tersebut menjadi yang paling tinggi dibandingkan platform lainnya. Mayoritas masyarakat Indonesia juga menggunakan *WhatsApp* (87,7%), *Instagram* (86,6%), dan *Facebook* (85,5%). Sedangkan, hanya 63,6% yang mengakses *Twitter*, 52,4% *Facebook Messenger*, dan 44,3% *LINE* dalam sebulan terakhir (Bayu, 2020).

Dengan tingginya akses masyarakat Indonesia terhadap Youtube pada akhirnya menarik minat perusahaan untuk menjadikan Youtube sebagai media pemasaran baru. Akibat tingginya frekuensi penggunaan Youtube berdampak juga pada tingginya minat perusahaan untuk menggunakan Youtube sebagai media pemasaran. Investasi yang ditanamkan perusahaan kepada Youtube akhirnya meningkatkan kesadaran Youtube untuk terus membangun komunitas kreator di dalam platformnya, salah satunya dengan memberikan keuntungan materiil melalui *adsense revenue*. Keuntungan materiil yang digabungkan dengan fungsi Youtube sebagai media ekspresi diri yang menjadi faktor bagi tingginya minat masyarakat Indonesia untuk menjadi kreator Youtube yang biasanya di sebut dengan Youtuber (Labas & Yasmine, 2017).

Youtuber adalah seorang atau sekelompok maupun team yang memang sengaja membuat juga memproduksi sebuah video berdasarkan segmentasi atau masing-masing bidangnya (misalnya video game, video tutorial, video hiburan) yang kemudian video tersebut di unggah melalui media share video yaitu Youtube. Orang yang membuat video tersebut dinamakan dengan

Youtuber, untuk menjadi seorang Youtuber yang terkenal dan sukses tentunya harus melalui proses yang berbeda-beda. Youtuber ini cocok untuk anda yang masih berusia 20 tahun hingga 30 tahun karena di umur tersebut kreatifitas masih sangat tinggi untuk membuat video yang kreatif, inovatif menghibur dan bermanfaat (<http://www.gondesmotovlog.com>).

Banyak orang yang sudah sukses berprofesi sebagai Youtuber dan mereka mampu menghasilkan ribuan dollar bahkan ratusan ribu dollar per bulan dari Youtube. Salah satunya yang paling sukses di indonesia adalah Atta Halilintar (Muhammad Attamimi Halilintar) yang memiliki 21 juta lebih pengikut atau *subscriber*. Dikutip dari CNBC Indonesia, diperkirakan pendapatan Atta Halilintar dari channel Youtube ini antara 16,2 ribu dollar AS hingga 259 ribu dollar AS perbulannya atau jika dikonversikan ke Rupiah, anak sulung keluarga Halilintar ini diperkirakan mendapatkan Rp. 228 jutaan hingga Rp 3,6 miliar. Jumlah pengikut atau *subscriber*, penonton, dan tayangan iklan memiliki pengaruh sangat besar terhadap penghasilan seorang Youtuber. Tak hanya mendapatkan keuntungan penghasilan, namun juga mendapatkan popularitas. Hal ini terjadi karena Youtube adalah situs berbasis internet yang tidak memiliki batas waktu dan wilayah, sehingga hasil karya yang berupa video dapat dilihat diseluruh dunia. Semakin bertambah popularitas, Youtuber juga akan semakin banyak tawaran pekerjaan seperti menjadi selebritis, pembicara, dan penulis yang tentunya akan semakin menambah lagi penghasilan yang di dapatnya (cnbcindonesia.com).

Melihat fenomena ketatnya persaingan dalam mendapatkan pekerjaan pada saat ini, maka menjadi seorang Youtuber istilah pengguna dan pemilik akun di Youtube bisa menjadi sebuah pilihan untuk mendapatkan penghasilan karena menjadi Youtuber tidak lah harus mempunyai syarat khusus semua orang pun bisa menjadi Youtuber dan untuk saat ini Youtuber menjadi salah satu profesi yang banyak diinginkan oleh generasi muda saat ini. Adanya popularitas yang mungkin didapatkan juga menambah keunggulan profesi Youtuber di mata generasi millennial sekarang (cnbcindonesia.com).

Popular memiliki arti dikenal dan disukai banyak orang, sesuai dengan kebutuhan masyarakat pada umumnya, mudah dipahami banyak orang, serta disukai dan dikagumi orang banyak. Kesuksesan dalam dunia remaja seringkali digambarkan oleh popularitas. Hal inilah yang menjadi bagian menarik bagi penulis karena dalam bisnis Youtube selain mendapatkan ke popularitasan. (Pohan, 2005).

Pendapatan pengguna Youtube berpotensi meningkat cukup besar dipengaruhi oleh faktor popularitas. Menurut (Rukminto, 2001) Popularitas mempunyai arti yang sama dengan familiarity, Familiarity artinya sering terlihat atau sudah terkenal. Istilah populer ini memiliki empat makna yaitu banyak disukai orang, jenis kerja rendah, karya yang dilakukan untuk menyenangkan orang dan budaya yang memang dibuat oleh orang itu sendiri. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Ulfa Dwi Sholikhah (2018) menyatakan bahwa popularitas berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan, sedangkan penghargaan finansial dan

lingkungan kerja tidak berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan Ulfa (2018). Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Nindya Ayu Meliska (2020) berasumsi bahwa minat Youtuber menjadikan Youtube dipengaruhi oleh faktor *eksternal* diantaranya lingkungan sekitar, popularitas dan kecanggihan teknologi (Meliska, 2020).

Penghargaan finansial dipandang sebagai alat ukur untuk menilai pertimbangan jasa yang telah diberikan karyawan sebagai imbalan yang telah diperolehnya. Kompensasi berbanding lurus dengan motivasi. Kompensasi erat kaitannya dengan motivasi. Hal ini menunjukkan bahwa jika ingin meningkatkan motivasi kerja maka tingkatkanlah kompensasi. Penghargaan finansial diuji dengan tiga butir pernyataan yaitu gaji awal yang tinggi, potensi kenaikan gaji dan tersedianya dana pensiun (Rahayu S. , 2003). Menurut (kadarisman, 2012) penghargaan finansial merupakan salah satu alasan bagi seseorang untuk bekerja dan merupakan alasan yang paling penting diantara yang lain seperti untuk berprestasi, berafiliasi dengan orang lain, mengembangkan diri, atau untuk mengaktualisasikan diri. Dalam penelitian Dewayani (2017) menjelaskan bahwa variabel Finansial berpengaruh signifikan terhadap pemilihan karir sebagai akuntan publik. Dan dalam penelitian Andi Setiawan Chan (2019) Finansial tidak berpengaruh signifikan dalam pertimbangan pemilihan karir sebagai akuntan publik.

Lingkungan kerja adalah suasana dimana seseorang melakukan aktivitas setiap harinya. Lingkungan kerja yang kondusif memberikan rasa aman dan

memungkinkan seseorang untuk dapat bekerja optimal. Jika seseorang menyukai lingkungan kerja dimana ia bekerja, maka seseorang tersebut akan betah ditempat kerjanya, melakukan aktivitasnya sehingga waktu kerja dipergunakan secara efektif. Sebaliknya lingkungan kerja yang tidak memadai akan dapat menurunkan kinerja seseorang. Secara garis besar, jenis lingkungan kerja terbagi menjadi dua faktor yaitu lingkungan kerja fisik dan lingkungan kerja non fisik (Sedarmayanti, 2010). Menurut Basuki dan Susilowati (2005) lingkungan kerja adalah segala sesuatu yang berada di lingkungan yang dapat mempengaruhi baik secara langsung maupun tidak langsung seseorang atau sekelompok orang di dalam melaksanakan aktivitasnya. Dalam penelitian Heny Sidanti (2016) Lingkungan Kerja berpengaruh positif dan signifikan terhadap kinerja pegawai. Dan dalam penelitian Ulfa Dwi Solikhah (2018) menjelaskan lingkungan kerja tidak berpengaruh positif terhadap minat pengguna menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan.

Latar belakang diatas memunculkan masalah yang belum diselesaikan, dimana saat ini penggunaan Youtube sebagai pendapatan telah menjadi pilihan. Kemudahan dan popularitas membuat sebagian orang memilih menjadi Youtuber. Banyak yang memilih tingkatan dan usia dalam menjadi seorang Youtuber, termasuk mahasiswa. Beberapa faktor yang melatar belakangi Youtube digunakan sebagai sumber pendapatan bagi Mahasiswa diantaranya adalah popularitas yang akan dimiliki, kemudahan penghargaan finansial yang akan dicapai serta kenyamanan lingkungan kerja yang diperoleh.

Berdasarkan observasi peneliti, berikut ini persepsi mahasiswa UIN KH. Abdurrahman Wahid Pekalongan mengenai Minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa.

Tabel 1.1

Persepsi Minat menggunakan Youtube sebagai Sumber Pendapatan Mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

No	Persepsi Mahasiswa	Nilai Kumulatif
1	Youtube mudah dipelajari	83%
2	Menggunakan Youtube menjadi terampil dan mahir	82%
3	Youtube mampu menambah hasil penghasilan	78%
4	Youtube mudah untuk digunakan dikalangan semua umur	84%
5	Youtube fleksiber dapat digunakan semua orang	81%

Sumber : Observasi peneliti, 2022

Ketika memanfaatkan penggunaan Youtube sebagai sumber pendapatan tentunya hal yang utama dilakukan adalah mencari popularitas guna meningkatkan penonton yang akan menikmati karya-karya yang ditampilkan, kemudian ketika pencapaian popularitas di peroleh memiliki kesinambungan dimana pendapatan dari Youtube tersebut sangat meningkat, sehingga hal tersebut bisa dijadikan penghargaan finansial dalam pendapatan. Hal tersebut

juga berfaktor dari lingkungan kerja yang akan kita buat, dimana lingkungan kerja tersebut lebih fleksibel.

Di era teknologi internet berkembang pesat seperti sekarang ini, penggunaan Youtube sebagai sarana hiburan mampu mendokrak sumber pendapatan apabila mampu memanfaatkan teknologi secara maksimal dan terarah, kondisi inilah yang membuat peneliti berminat untuk meneliti sejauh mana pengaruh popularitas, penghargaan finansial dan lingkungan kerja sebagai sumber pendapatan mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H Abdurrahman Wahid Pekalongan.

B. Rumusan Masalah

Di era digital saat ini dimana booming-nya platform Youtube sebagai tempat berbagi video selama beberapa tahun belakangan membuat profesi YouTuber semakin melambung. Tak sedikit pengguna Youtube yang beralih profesi menjadi Youtuber bisa mendapatkan uang lebih cepat. Selain itu, YouTube kini dinilai sebagai bahan pekerjaan yang mampu menghasilkan uang yang tak sedikit nilainya..

Bagaimana penghargaan finansial, lingkungan kerja, dan popularitas memotivasi minat pengguna Youtube untuk menjadikan Youtube sebagai sumber pendapatan. Bagaimana memaksimalkan penghargaan finansial, lingkungan kerja, dan popularitas dalam memotivasi minat pengguna Youtube untuk menjadikan Youtube sebagai sumber pendapatan. Studi yang dilakukan peneliti terdahulu menghasilkan temuan yang inkostiten mengenai pengaruh penghargaan finansial, lingkungan kerja dan popularitas dalam memotivasi

minat pengguna Youtube untuk menjadikan Youtube sebagai sumber pendapatan.

Masalah penelitian yang diajukan adalah bagaimana ketiga faktor tersebut, yaitu penghargaan financial, lingkungan kerja, serta popularitas mampu mendorong minat pengguna Youtube untuk menjadikan Youtube sebagai sumber pendapatan bagi Mahasiswa Universitas Islam Negeri K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, maka penulis mengemukakan rumusan masalah sebagai berikut.

1. Apakah popularitas secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ?
2. Apakah penghargaan finansial berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ?
3. Apakah lingkungan kerja secara parsial berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ?
4. Apakah popularitas, penghargaan finansial, dan lingkungan kerja berpengaruh secara simultan terhadap minat menggunakan Youtube sebagai pendapatan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan ?

C. Tujuan dan Manfaat

Tujuan dalam penelitian ini adalah untuk membuktikan sebuah model konseptual agar popularitas (X_1), penghargaan finansial (X_2) dan lingkungan kerja (X_3) mampu meningkatkan minat mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan untuk menjadikan Youtube sebagai sumber penghasilan.

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan bermanfaat bagi :

a. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan untuk menjadi bahan referensi untuk pembaca agar menambah wawasan ilmu pengetahuan tentang popularitas, penghargaan finansial, lingkungan kerja terhadap minat menggunakan Youtube sebagai pendapatan mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan. Dan untuk peneliti baru dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan memberikan pemikiran tentang minat menggunakan Youtube sebagai pendapatan bagi mahasiswa, sehingga dapat menambah pengetahuan, wawasan juga pengalaman.

b. Manfaat Praktis

- 1) Memberikan informasi apakah popularitas, penghargaan finansial dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai pendapatan bagi mahasiswa UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan?

- 2) Untuk peneliti, sebagai jendela wawasan untuk lebih mengerti tentang minat mahasiswa menggunakan Youtube sebagai ladang penghasilan.
- 3) Bagi akademik, diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu, sehingga dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk penelitian selanjutnya.

D. Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam skripsi ini akan diuraikan dalam lima bagian meliputi pendahuluan, landasan teori, metode penelitian, analisis data dan penutup. Masing-masing disajikan dalam bentuk per bab yang saling berkaitan.

BAB 1 Mengurai tentang latar belakang, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika pembahasan. Uraian tersebut dipaparkan untuk memperoleh gambaran tentang senjang fenomena (phenomenon gap) yang terjadi pada objek penelitian dan senjang penelitian (research gap) terdahulu yang yang menginspirasi penelitian ini. Uraian ini juga mempertegas tujuan dan manfaat penelitian yang ingin dicapai dalam penelitian ini, yaitu faktor yang memperngaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan.

BAB II Landasan Teori . Bab ini menjabarkan teori yang hendak dimanfaatkan untuk menganalisis serta sebagai acuan dalam menganalisis, teori tersebut berisi popularitas, penghargaan finansial, lingkungan kerja dan minat pengguna. Pada bab ini juga menjabarkan mengenai telaah pustaka yang

dijadikan sebagai pedoman dari penelitian terdahulu, kerangka berpikir dan hipotesis menjelaskan gambaran teori dengan fakta penelitian.

BAB III Metode Penelitian. Uraian pada bab ini menjelaskan pendekatan jenis penelitian, populasi, sampel dan teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data. Pada bab ini menjelaskan metode penelitian yang akan digunakan agar proses penelitian bisa berjalan dengan baik dengan adanya metode penelitian yang sudah digunakan.

BAB IV Analisis dan Pembahasan. Bab ini menguraikan tentang analisis yang digunakan dalam penelitian ini. Berisi deskripsi data, hasil penelitian, analisis dan pembahasan tentang Faktor yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa dalam Menggunakan Youtube Sebagai Sumber Pendapatan.

BAB V Penutup. Bab ini menjelaskan kesimpulan dari hasil penelitian. Selain itu juga berisi tentang keterbatasan penelitian dan saran.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data dan pengujian hipotesis, maka penelitian ini menghasilkan simpulan-simpulan sebagai berikut :

1. Popularitas berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$ dan $t_{hitung} (4,771) > t_{tabel} (1,98498)$ yang berarti bahwa H_1 diterima. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi popularitas maka akan semakin tinggi minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
2. Penghargaan finansial berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansi sebesar $(0,022) < 0,05$ dan $t_{hitung} (2,336) > t_{tabel} (1,98498)$ yang berarti bahwa H_2 diterima. Hal ini menyatakan bahwa semakin tinggi penghargaan finansial maka akan semakin tinggi minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.
3. lingkungan kerja berpengaruh positif terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa. Hal ini sesuai dengan hasil uji t (parsial) dengan nilai signifikansi sebesar $(0,000) < 0,05$ dan $t_{hitung} (7,498) > t_{tabel} (1,98498)$ yang berarti bahwa H_3 diterima. Hal ini

menyatakan bahwa semakin tinggi lingkungan kerja maka akan semakin tinggi minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa UIN K. H. Abdurrahman Wahid Pekalongan.

4. Secara simultan variabel popularitas, penghargaan finansial, dan lingkungan kerja berpengaruh terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan. Hal ini sesuai dengan uji F diperoleh hasil yaitu $F_{hitung} (307,159) > F_{tabel} (2,70)$ dan nilai signifikansi $(0,000) < 0,05$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh secara simultan antara popularitas, penghargaan finansial, dan lingkungan kerja terhadap minat menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan.

B. Saran

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, maka terdapat berbagai saran sebagai berikut :

1. Bagi peneliti selanjutnya diharapkan agar bisa mengkaji variabel lain yang mungkin berpengaruh terhadap Minat dalam menggunakan Youtube sebagai sumber pendapatan mahasiswa.
2. Bagi mahasiswa diharapkan dapat memanfaatkan Youtube sebagai sumber pendapatan yang dapat memberikan dampak positif bagi diri sendiri dan masyarakat

DAFTAR PUSTAKA

- Alghifari. (2013). *Analisis Regresi (Teori, Kasus, dan Solusi)*. Yogyakarta: BPFE.
- APJII, T. (2020). *Survey APJII Penetrasi dan Pengguna Internet Indonesia*.
- Arikunto, S. (1992). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Baskoro. (2009). *Panduan Praktis Searching di Internet*. Jakarta: PT Trans Media.
- Basuki & Susilowati. (2005). *Manajemen Organisasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Bayu, D. J. (2020, November Rabu). Dipetik Juni Jumat, 2022, dari Jumlah Pengguna Internet di Indonesia: www.databooks.katadata.co.id
- Boediono. (2002). *Pengantar Ekonomi*. Jakarta: Erlangga.
- Chan, A. S. (2019). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik Oleh Mahasiswa Jurusan Akuntansi. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Akuntansi Vol 1 No 1*, 53.
- Chandra, E. (2017). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif atau Media Penyampaian Aspirasi Pribadi. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, 407.
- Dewayani, Arista, M., Chasanah, C., & Sariful, M. (2017). Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Mahasiswa Akuntansi Dalam Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *ISSN:2407-9189*, 223.
- Enterpres, J. (2008). *Google Adsense Untuk Pemula*. Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Fitria, A. N. (2016). *Survei Korelasi Antara Motivasi Pencarian Popularitas dan Perilaku Berinstagram*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Gadjah Mada.

- Genady, D. I. (2019). *Pengaruh kemudahan, kemanfaatan, dan promosi elektronik terhadap keputusan penggunaan uang elektronik di masyarakat*. Jakarta: Skripsi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Ghozali, I. (2006). *Aplikasi Multivariate dengan Program IBM SPSS19*. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Hadi, S. (1998). *Metodologi Research*. Yogyakarta: PT Andi Offset.
- Hapsoro, D., & Hendrik, D. T. (2018). Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat Mahasiswa Akuntansi Berkarir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal USTJOGJA.AC.ID* , 2.
- Hasibun. (2012). *Manajemen SDM*. Edisi Revisi. Jakarta: Bumi Aksara
- Hendro. (2011). *Dasar- dasar kewirausahaan Panduan bagi Mahasiswa Untuk Mengenal, Memahami dan Memasuki Dunia Bisnis* . Jakarta : Erlangga.
- Hidayat, A. (2019). *Analisis Potensi Ekonomi Youtuber Sebagai Alternatif Pekerjaan Baru di Era Ekonomi Digital*. Surakarta: Universitas Sebelas Maret.
- <http://www.gondesmotovlog.com>, diakses pada tanggal 20 Desember 2021
- Ivancevich, J. (2007). *Perilaku dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Erlangga.
- Jogiyanto. (2007). *Sistem Informasi Keperilakuan*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Kadarisman. (2012). *Manajemen Kompensasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kebudayaan, D. P. (1998). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Kindarto, A. (2008). *Belajar Sendiri Youtube Menjadi Mahir Tanpa Guru*. Jakarta: PT Alex Media Komputindo.

- kuswidanti, Arum, H., & Cahyono, Y. T. (2018). *Analisis Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Menjadi Akuntan Publik*. Surakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Labas, Y. N., & Yasmine, D. I. (2017). Komodifikasi di Era Masyarakat Jejaring. *Jurnal Pemikiran Sosiologi Vol.4 No.5*
- Maharsi, S. (2017). Pengaruh Perkembangan Teknologi Informasi Terhadap Bidang Akuntansi Manajemen. *Jurnal Akuntansi*, 105.
- Mamang, E., & Sopiah. (2010). *Metode Penelitian Pendekatan Praktis Dalam Penelitian*. Yogyakarta: CV Andi Offset.
- Mappier, A. (1982). *Psikologi Remaja*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Marbun, B. (2003). *Kamus Manajemen*. Jakarta: Pustaka Sinar harapan.
- Maulana, A. R. (2019). Tinjauan Yuridis Mengenai KOnsep Perlindungan Hak Cipta Pada Re-Upload Video Youtube Dalam Perspektif Hukum Amerika dan Hukum Indonesia. *JUrnal Hukum*.
- Muhibbin, S. (2005). *Psikologi Belajar*. Jakarta: Raya Grafindo Perkasa.
- Nalim, S. (2014). *Statistik Inferensial*. Pekalongan: STAIN Pekalongan Press.
- Nalim, Y., & Salafudin. (2012). *Statistika Deskriptif*. Pekalongan: Skripsi STAIN Pekalongan Press
- Narbuko, C., & Achmadi, A. (2008). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Nitisemito, A. S. (1996). *Manajemen Personalia, Sumber Daya Manusia*. Jakarta: Gholia Indonesia.
- Pohan, V. G. (2005). *Pemecahan Konflik Interpersonal Pada Remaja yang Populer*. Sumatera Utara: Universitas Sumatera Utara.

- Prihatin, R. (2011). *Pengaruh Kompensasi dan Lingkungan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Putri, S. D. (2017). Pengaruh Online Marketing Campaign #SamyangChallenge Terhadap Consumer Behavior Digital Natives Pengguna Youtube Indonesia. *Ilmu Hubungan Masyarakat*, 132-141.
- Rahayu, S. (2003). *Persepsi Mahasiswa Akuntansi Mengenai Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Karir*. Surakarta: Universitas Muhammadiyah Surakarta.
- Rahmawati, L. N. (2020). *Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi Universitas Indonesia di Era 4.0*. Yogyakarta: Universitas Indonesia.
- Reksoprayitno. (2004). *Sistem Ekonomi dan Demokrasi Ekonomi*. Jakarta: Bina Grafika.
- Reza, Muh Jamil. (2021) Persepsi Mahasiswa Terhadap Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Media Content Video Creative (Studi Deskriptif Pada Mahasiswa Unismuh Makassar). Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Univesitas Muhammadiyah Makassar.
- Rivai, & Sagala, E. (2013). *Manajemen Sumber Daya Manusia Untuk Perusahaan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rizky, A. G. (2010). *Pengaruh Persepsi Teknologi Informasi, Kemudahan, Minat Ulang, Nasabah bank dalam menggunakan Internet Banking*. Semarang: Skripsi Universitas Diponegoro.

- Rumengan, L. T., & Mekel, P. A. (2015). *Pengaruh Lingkungan Kerja dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Pegawai Pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis UNSRAT Manado*. MANADO: Skripsi UNSRAT.
- Rukminto, Adi Isbandi. (2001). *Pemberdayaan Pengembangan Masyarakat dan Intervensi Komunitas*. Jakarta: Universitas Indonesia.
- Sani, A., & Maharani, V. (2013). *Metodologi Penelitian Survey*. Jakarta: LP3ES.
- Sedarmayanti. (2010). *Manajemen Sumber Daya Manusia Reformasi Birokrasi dan Manajemen Pegawai Negeri Sipil*. Bandung: PT Refika Aditama.
- Shaleh, A. R., & Wahab, M. A. (2004). *Psikologi Dalam Suatu Pengantar*. Jakarta: Kencana.
- Sibarani, C. M. (2017). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pengendalian Diri Akuntan dan Pengaruhnya Terhadap Persepsi Melalui Persepsian Akuntan dalam Situs Jejaring Sosial*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Gadjah Mada.
- Sidanti, H. (2015). Pengaruh Lingkungan kerja, Disiplin Kerja dan Motivasi Kerja terhadap kinerja PNS di Sekretariat DPRD Kab. Madiun. *JIBEKA Volume 9 No 1*, 44.
- Slameto. (2003). *Belajar dan Faktor-faktor Yang Mempengaruhinya*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Soekartawi. (2002). *Faktor-faktor Produksi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Solikhah, U. D. (2018). *Analisis Faktor yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtube Sebagai Sumber Penghasilan*. Yogyakarta: Skripsi Universitas Islam Indonesia.
- Sugiyono. (2001). *Metode Penilaian*. Bandung: CV AlfaBeta.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Bisnis Kuantitatif, kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sukardi. (2003). *Metodologi Penelitian Pendidikan Kompetensi dan Praktiknya*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sunyoto, D. (2012). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta: PT Buku Seru.
- Sutedjo, B. (2003). *Jargon e-Business*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Suwondo, D. I., & Sutanto, E. M. (2015). Hubungan Lingkungan Kerja, Disiplin Kerja dan Kinerja Karyawan. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan*, 15.
- Suyono, N. A. (2014). Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Pemilihan Karir Sebagai Akuntan Publik. *Jurnal PPKM II.2 (1)*, 69-83.
- Vito, A. D. (2018). *Pengaruh Efektivitas Youtube Terhadap Popularitas Tokoh Masyarakat*. Palembang: Skripsi Universitas Sriwijaya.
- Wijayanti, L. E. (2017). *Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Pilihan Karir Mahasiswa Akuntansi*. Yogyakarta: Universitas Gadjah Mada.
- Yogapratama, D. (2009). *Menjadi Seleb Dalam 20 Menit Lewt Youtube*. Yogyakarta: Mozarta Mediatama.
- Yudiyanto, F. J. (2021). *Analisis Potensi Ekonomi Yang Mempengaruhi Minat Pengguna Menjadikan Youtuber Sebagai Alternatif Pekerjaan Baru di Era Ekonomi Digital*. Surakarta: Universitas Sebelah Maret.
- Yuwono, & Partini. (2008). Pengaruh Pelatihan terhadap Tumbuhnya Minat Berwirausaha. *Jurnal Penelitian Humaniora*, 119-127.