

EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL YOUTUBE TERHADAP KEBUTUHAN INFORMASI KEISLAMAN PESERTA DIDIK DI MAN 8 JAKARTA

Oleh : Hendra Wicaksono¹ Salsabila Dwikun Ambar Retno²

¹Program Studi Ilmu Perpustakaan dan Sains Informasi, Fakultas Teknik Informasi, Universitas YARSI, Jl. Letjen Suprpto No.Kaw.13, RT.10/RW.5, Cemp.Putih Tim., Kec.Cemp.Putih, Kota Jakarta Pusat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta 1050
Email : hendra.wicaksono@yarsi.ac.id , sdk970425@gmail.com

Abstract

MAN 8 Jakarta students use various sources of literature in the learning process. The number of learning resources spread across social media, one of which is Youtube. This study aims to analyze the effectiveness of Youtube social media in providing information and meeting the Islamic information needs of students at MAN 8 Jakarta. This type of research is quantitative descriptive research and the sampling technique used is simple random sampling technique with 83 respondents of MAN 8 Jakarta students. The results of this study indicate that the level of effectiveness of Youtube social media on Islamic information needs has a good category, namely with an average score of 3.10. As well as the Islamic information needs of MAN 8 Jakarta students can be fulfilled. As for some things that become suggestions in improving information needs in students, namely for teachers or schools to increase the collection of information sources, provide recommendations for trusted Youtube channel accounts and the need to hold information literacy activities. In addition, for students to better utilize the content contained on Youtube social media so that their information needs can be met.

Keywords: Information needs; Islamic; Social Media.

Abstrak

Peserta didik MAN 8 Jakarta menggunakan berbagai sumber literatur dalam proses pembelajaran. Banyaknya sumber pembelajaran yang tersebar di media sosial salah satunya adalah Youtube. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media sosial Youtube dalam memberikan informasi dan memenuhi kebutuhan informasi keislaman peserta didik di MAN 8 Jakarta. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif dan teknik pengambilan sampel yang digunakan yaitu, teknik simple random sampling dengan jumlah responden 83 orang peserta didik MAN 8 Jakarta. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa tingkat efektivitas pada media sosial Youtube terhadap kebutuhan informasi keislaman memiliki kategori baik yaitu dengan jumlah skor rata-rata 3,10. Serta kebutuhan informasi keislaman peserta didik MAN 8 Jakarta dapat terpenuhi. Adapun beberapa hal yang menjadi saran dalam meningkatkan kebutuhan informasi pada peserta didik yaitu bagi guru atau pihak sekolah untuk menambah koleksi sumber informasi, memberikan rekomendasi akun channel Youtube yang terpercaya dan perlu diadakannya kegiatan literasi informasi. Selain itu, bagi peserta didik untuk lebih memanfaatkan konten-konten yang terdapat pada media sosial Youtube agar kebutuhan informasinya dapat terpenuhi.

Kata kunci: Kebutuhan Informasi, Keislaman, Media Sosial.

1. Pendahuluan

Faktor utama yang menjadikan seseorang mampu dan memahami suatu hal yaitu informasi. Dilansir dari Kompas, (2021) mengatakan informasi sangat penting bagi kehidupan, untuk mendapatkan informasi awalnya dengan pergi ke perpustakaan, membaca buku, koran atau menyaksikan langsung suatu peristiwa. Di

era globalisasi ini, informasi dengan mudah diperoleh melalui teknologi informasi digital. Informasi merupakan hasil dari pemrosesan data yang relevan dan memiliki manfaat bagi penggunaannya (Martin 2020, hlm.84). Informasi yang telah diperoleh kemudian diproses agar penerima dapat menambah wawasan pengetahuan dan bijak dalam mengambil keputusan.

Kebutuhan informasi menurut Erza, (2020, hlm.75) kebutuhan informasi adalah keadaan dalam diri individu untuk memenuhi rasa ingin tahunya sebagai bentuk dari kurangnya informasi dan pengetahuan yang dimilikinya, guna untuk memuaskan rasa ingin tahunya dan memberikan manfaat yang dapat diperoleh dari hasil perolehan informasi tersebut. Namun dalam mendapatkan informasi, harus dipastikan sumber informasi tersebut akurat dan terpercaya. Bagi mereka yang belum memahami informasi dengan baik cenderung akan menerima informasi tersebut tanpa memperhatikan keakuratan isi sumbernya. Informasi yang terdapat di media sosial menjadi media utama yang digunakan dalam memenuhi kebutuhan informasi. Tidak sedikit pula pengguna yang mempercayai informasi yang tersebar di media sosial. Media sosial sendiri terdiri dari blog, jejaring sosial seperti google, youtube, tiktok, instagram, facebook, dan twitter.

Dilansir dari We Are Social (2023) media sosial Youtube menjadi media sosial terbesar kedua setelah Facebook. Sedangkan di Indonesia sendiri, media sosial Youtube menjadi media sosial terbesar dengan jumlah pengguna sebanyak 139,0 juta (Kemp 2023). Umumnya, Youtube dapat menjadi media informasi yang kredibel dan terpercaya, jika penggunaannya memperhatikan dan teliti terhadap informasi yang tersedia. Dalam mencari informasi diperlukannya strategi, sehingga informasi yang diperoleh berasal dari sumber yang relevan, akurat dan terpercaya.

Penggunaan media sosial Youtube semakin marak, sebab efektif dan memiliki nilai yang dapat mendukung suatu kegiatan dalam berbagai bidang khususnya bidang pendidikan (Dubovi and Tabak 2020, p.7). Adapun pendapat lain mengatakan bahwa

Youtube merupakan sarana efektif untuk menyampaikan informasi keislaman seperti kajian dakwah dari beberapa tokoh agama (Pratama dan Amri 2019, hlm.4). Umumnya, Youtube dapat menjadi media informasi yang kredibel dan terpercaya, jika penggunaannya memperhatikan dan teliti terhadap informasi yang tersedia. Dalam mencari informasi diperlukannya strategi, sehingga informasi yang diperoleh berasal dari sumber yang relevan, akurat dan terpercaya.

Berdasarkan pengamatan yang telah dilakukan oleh lima peserta didik secara online via WhatsApp pada tanggal 22 Maret 2023, hampir semua peserta didik di MAN 8 Jakarta menggunakan media sosial dari pada buku untuk memenuhi kebutuhan informasinya dan tidak sedikit pula yang menggunakan Youtube sebagai media untuk memperoleh informasi, khususnya mengenai keislaman. Informasi keislaman yang dimaksud mengenai akhlak, akidah, ushul fiqih, sejarah islam, tata cara ibadah dan yang berhubungan dengan kehidupan sehari-hari sesuai ajaran islam. Informasi keislaman tersebut juga dapat membantu peserta didik dalam pembelajaran maupun tugas sekolah. Akan tetapi, banyaknya sumber informasi dari media sosial Youtube membuat peserta didik mengalami kebingungan dalam memahami informasi secara akurat dan terdapat beberapa channel Youtube yang belum menyantumkan dengan jelas sumber informasi yang disampaikan. Maka dari itu, peserta didik diharuskan untuk mencari sumber informasi yang akurat dengan menggunakan akun media yang terpercaya atau resmi (*verified*) guna memenuhi kebutuhan informasinya.

Berbicara mengenai efektivitas media sosial, terdapat penelitian pendukung yang dilakukan oleh beberapa peneliti yaitu,

menurut Ana Septia et al (2022, hlm.4) channel Youtube Diskominfo Boyolali telah menunjukkan tayangan channel tersebut dinilai sudah efektif sebagai penyebaran informasi. Penelitian tersebut menunjukkan adanya kepekaan dari masyarakat mengenai isi berita yang akurat dan lengkap. Selain itu, menurut Isaura Putri dan Salsabila R (2022, hlm.103) akun Youtube Oki Setiana Dewi menjadi akun yang cukup efektif sebagai media dakwah islam, karena bahasanya yang sederhana dan isi beritanya akurat dan lengkap, serta dapat memenuhi kebutuhan informasi islam penggunanya. Meskipun channel Youtube tersebut dinilai informastif dan keakuratannya terjamin, hal ini perlu dipertanyakan pada channel Youtube seperti Yufid.TV, Al-Bahjah TV, Adi Hidayat Official, Hanan Attaki, Lampu Islam, Khalid Basalamah Official, Ustadz Abdul Somad Official, Shift Media, Tafaqquh Online dan Harakah Islamiyah. Apakah dari channel tersebut efektif guna memenuhi kebutuhan informasi keislaman peserta didik di MAN 8 Jakarta.

Dari permasalahan di atas, peneliti tertarik untuk meneliti penelitian yang berjudul “Efektivitas Media Sosial Terhadap Kebutuhan Informasi Keislaman Peserta Didik di MAN 8 Jakarta”.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Media Sosial Youtube

Youtube merupakan situs video yang berisi tentang informasi, pendidikan, hiburan dan sarana komunikasi (Naharuddin and Amin 2020, p.24). Media sosial Youtube menjadi sumber belajar yang efektif dan efisien yang berkaitan dengan sistem pendidikan (Burke and Snyder 2008, p.5). Penggunaan media sosial Youtube sebagai media yang bertujuan untuk menciptakan kondisi pembelajaran yang menarik dan interaktif (Agung *et al.* 2021, p. 153). Dalam hal ini, media sosial Youtube menjadi media

yang menyajikan berbagai informasi yang digunakan sebagai sumber pembelajaran dan untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Media Sosial Youtube menjadi jenis kebutuhan informasi penggunanya, fitur yang disajikan sangat berguna dalam berbagai aspek kebutuhan yang dibutuhkan oleh penggunanya. Berbagai macam tayangan atau konten yang edukatif seperti dalam bidang keislaman, keagamaan dan keanekaragaman penyebaran dakwah. Selain itu, banyak para ulama dan lembaga agama yang menggunakan Youtube sebagai media pembelajaran dan menyebarkan informasi mengenai keislaman, sehingga informasi yang disampaikan menjadi akurat dan terpercaya serta sesuai dengan kebutuhan pengguna.

a. Indikator Youtube

Menurut Rakhmat (dalam Hartati 2020, hlm.5) media Youtube dapat dikaji berdasarkan enam indikator yaitu :

1. Kredibilitas
2. Daya Tarik
3. Kekuasaan dan kemampuan
4. Isi konten dapat dipahami
5. Isi konten menarik perhatian

2.2 Kebutuhan Informasi Keislaman

a. Definisi Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi dibutuhkan ketika individu merasakan ada kekurangan dalam pengetahuan untuk menyelesaikan masalah (Nicholas 2009, hlm.27). Sedangkan menurut Friday, (2022, p.4) mengatakan kebutuhan informasi dibutuhkan ketika seseorang mengikuti suatu kegiatan yang dipelajari untuk memenuhi kebutuhan tersebut.

Dari definisi yang telah dijelaskan, dapat dikatakan bahwa kebutuhan informasi dibutuhkan ketika seseorang sadar akan informasi yang dimiliki kurang dan belum terpenuhi untuk mencapai tujuan tertentu dalam hidupnya. Maka untuk memenuhi kebutuhan informasi harus memiliki pengetahuan yang sesuai dalam proses

pemenuhan kebutuhan informasi.

Menurut Guha (1983, hlm. 46) jenis-jenis kebutuhan informasi yaitu :

1. Kebutuhan Informasi Mutakhir (*Current Approach*)
2. Kebutuhan Informasi Rutin (*Everyday Approach*)
3. Kebutuhan Informasi Mendalam (*Exhaustive Approach*)
4. Kebutuhan Informasi Sekilas (*Catching Up Approach*)

b. Informasi Keislaman

Informasi keislaman menjadi salah satu informasi yang dibutuhkan. Menurut Susilo (2019, hlm.52) keislaman adalah sesuatu yang berkaitan dengan agama Islam dan berhubungan dengan aturan, sistem nilai keislaman. Keislaman terdiri dari beberapa aspek yaitu iman, Islam, ibadah, ihsan dan akhlak. Dalam hal ini, informasi keislaman dapat dikatakan sebagai cara seseorang untuk mempelajari sesuatu yang berkaitan dengan agama Islam seperti ajaran, sejarah, atau pengamalan di kehidupan sehari-hari.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Pendekatan deskriptif kuantitatif bertujuan untuk menganalisis atau mendeskripsikan suatu kegiatan yang telah dilakukan dan hasil data terkumpul sebagaimana adanya. Adapun pemilihan pendekatan deskriptif kuantitatif dalam penelitian ini untuk membandingkan dan menjelaskan objek penelitian yang terjadi dengan menggunakan angka, keterangan atau penjelasan sehingga memperkuat hasil penelitian yang saling berhubungan.

Subjek dalam penelitian ini yaitu peserta didik kelas X dan XI di MAN 8 Jakarta tahun ajaran 2022 – 2023, sementara objek dalam penelitian ini mengenai efektivitas media sosial youtube dan kebutuhan informasi keislaman peserta didik di MAN 8 Jakarta. Waktu penelitian ini

diperkirakan pada bulan Januari - Mei 2023. Populasi pada penelitian ini yaitu 483 orang dan diambil menggunakan teknik *simple random sampling* dengan jumlah responden 83 orang. Pada penelitian ini bersumber dari data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan yaitu kuesioner (angket) yang disebarakan melalui Google form dan data sekunder berupa bahan pustaka seperti buku, jurnal atau artikel ilmiah yang dapat digunakan sebagai bahan referensi dalam penelitian.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah observasi dan kuesioner. Observasi dilakukan untuk mengetahui gambaran lokasi penelitian, permasalahan yang terjadi dan untuk memperkuat jawaban atau narasi di dalam narasi data. Sedangkan kuesioner dilakukan untuk mengetahui dan mendapatkan hasil data penelitian mengenai efektivitas media sosial youtube dan kebutuhan informasi keislaman. Data yang sudah diperoleh oleh penulis akan diolah dengan menggunakan Microsoft Excel dan IBM SPSS 25. Penyajian data yang dilakukan dengan uji instrumen yaitu uji validitas dan reabilitas. Selain itu, teknik analisis data pada penelitian ini adalah statistik deskriptif yang digunakan untuk menguji variabel pada suatu penelitian. Dalam menentukan jawaban dari hasil pertanyaan kuesioner, maka dihitung dengan menggunakan statistik deskriptif.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Uji Validitas

Dari hasil pengujian validitas pada kedua tabel diatas, terdapat 2 variabel yaitu Variabel X1 (Media Sosial Youtube) dan Variabel X2 (Kebutuhan Informasi Keislaman). Pada variabel X1 terdiri dari 18 pertanyaan yang dinyatakan valid. Sedangkan variabel X2 terdiri dari 12 pertanyaan dan terdapat 2 pertanyaan yang dinyatakan tidak valid yaitu pada nomor 2 dan 4 dikarenakan $< 0,361$. Pertanyaan kuesioner yang tidak valid akan dihapus, sehingga jumlah keseluruhan dari pertanyaan

kuesioner pada kedua variabel berjumlah 28 butir pertanyaan yang akan digunakan sebagai alat pengumpulan data.

4.2 Uji Reabilitas

a. Media Sosial *Reliability Statistics*

Tabel 1. Hasil Uji Reabilitas Variabel (X)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.938	18

Sumber : Data diolah oleh peneliti dengan menggunakan IBM SPSS 25

Dari hasil pengujian pada tabel di atas, dapat diketahui taraf signifikansi bahwa nilai *alpha* pada variabel X1 (Media Sosial Youtube) yaitu $0,938 > 0,6$. Sehingga hasil dari variabel X1 tersebut dapat dinyatakan *reliabel* dengan 18 butir instrumen pertanyaan dapat digunakan sebagai pengumpulan data.

b. Kebutuhan Informasi Keislaman *Reliability Statistics*

Tabel 2. Hasil Uji Reabilitas Variabel (Y)

Cronbach's Alpha	N of Items
0.812	10

Sumber : Data diolah oleh peneliti dengan menggunakan IBM SPSS 25

Dari hasil pengujian reliabilitas pada tabel diatas, dapat diketahui taraf signifikansi bahwa nilai *alpha* pada variabel X2 (Kebutuhan Informasi Keislaman) yaitu $0,812 > 0,6$. Sehingga hasil dari variabel X2 tersebut dapat dinyatakan *reliabel* dengan 10 butir instrumen pertanyaan dapat digunakan sebagai pengumpulan data.

4.3 Rekapitulasi Data

Tabel 4. Rekapitulasi Data

Pernyataan Media Sosial Youtube	Skor
Kredibilitas	
Keaslian atau keakuratan sumber informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube	3,09
Kepercayaan terhadap informasi yang disampaikan dari media sosial Youtube mengenai informasi keislaman	3,16
Kemampuan akun channel Youtube dalam menguasai pemahaman tentang informasi keislaman	3,19
Jumlah	9,44
Skor rata-rata	9,44:3 =3,14 (baik)
Daya Tarik	
Saya merasa tertarik dengan visual dan audio yang disajikan pada media sosial youtube	3,12
Media sosial Youtube memberikan informasi keislaman yang relevan dengan trend atau peristiwa saat ini	3,22
Media sosial Youtube memberikan informasi mengenai keislaman yang menarik untuk dipelajari	3,28
Jumlah	9,62
Skor rata-rata	9,62:3 =3,20 (baik)
Kekuasaan atau kemampuan	
Saya merasa puas dengan informasi yang diberikan tentang keislaman di media sosial Youtube	3,19
Saya merasa kagum dengan informasi yang disampaikan dari media sosial Youtube mengenai keislaman	3,28
Akun channel Youtube memiliki keahlian dalam menyampaikan informasi mengenai keislaman	3,24
Jumlah	9,71
Skor rata-rata	9,71:3 =3,23

Pernyataan Media Sosial Youtube	Skor
	(baik)
Isi konten dapat dipahami	
Informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube menggunakan bahasa yang mudah dipahami	3,15
Media sosial Youtube menyampaikan Informasi secara singkat dan jelas	3,13
Isi informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube dapat dimengerti	3,22
Jumlah	9,5
Skor rata-rata	9,5:3 =3,16 (baik)
Isi konten menarik perhatian	
Informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube menggunakan kalimat yang menarik	3,26
Informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube menggunakan kalimat yang menimbulkan kesan dan motivasi	3,31
Informasi yang diberikan pada media sosial Youtube sangat berkualitas	3,20
Jumlah	9,77
Skor rata-rata	9,77:3 =3,25 (baik)
Isi konten dapat diterima	
Media sosial Youtube memberikan informasi keislaman yang sangat informatif dan membantu	3,27
Penyajian informasi yang disampaikan pada media sosial Youtube menggunakan kalimat yang pantas dan jelas	3,16
Media sosial Youtube menyampaikan informasi keislaman sesuai dengan kebutuhan saya	3,08
Jumlah	9,51

Pernyataan Media Sosial Youtube	Skor
Skor rata-rata	9,51:3 =3,17 (baik)
Jumlah Skor rata-rata	19,15:6=3,19 (baik)
Kebutuhan Informasi Keislaman	
Kebutuhan Informasi Mutakhir	
Saya mendapatkan informasi ter-update dari media sosial Youtube mengenai informasi keislaman	3,03
Saya senang berinteraksi dengan pengguna lain dan pembuat konten melalui kolom komentar yang terdapat di media sosial Youtube	2,60
Jumlah	5,36
Skor rata-rata	5,36:3 =2,81 (baik)
Kebutuhan Informasi Rutin	
Setiap hari saya selalu mengakses atau mencari informasi keislaman di media sosial Youtube	2,61
Saya sering mendapatkan informasi keislaman secara lengkap di media sosial Youtube	2,96
Jumlah	5,57
Skor rata-rata	5,57:3 =2,78 (baik)
Kebutuhan Informasi Mendalam	
Informasi keislaman yang diberikan dari media sosial Youtube merupakan informasi yang akurat, relevan dan terpercaya	3,07
Bahasa yang digunakan mudah dipahami dan informasinya dapat diterima dengan jelas	3,19
Saya mendapatkan informasi terkini dari media sosial	3,06

Pernyataan Media Sosial Youtube	Skor
Youtube yang dibahas secara tuntas pada sebuah konten	
Jumlah	9,32
Skor rata-rata	9,32:3 =3,10 (baik)
Kebutuhan Informasi Sekilas	
Saya mendapatkan informasi dari media sosial Youtube secara singkat dan jelas mengenai informasi keislaman	3,18
Saya memahami informasi yang diberikan secara singkat melalui media sosial youtube	3,19
Informasi keislaman yang diberikan secara singkat dari media sosial Youtube bersifat informatif	3,18
Jumlah	9,55
Skor Rata-rata	9,55:3 =3,18 (baik)
Jumlah Skor rata-rata	11,87:4=2,96 (baik)
Jumlah Skor Keseluruhan	31,02:10=3,10 (baik)

4.4 Pembahasan

Pada pembahasan hasil penelitian ini mengenai efektivitas media sosial youtube terhadap kebutuhan informasi keislaman peserta didik di MAN 8 Jakarta. Bila dilihat dari perhitungan skor rata-rata keseluruhan menunjukkan bahwa efektivitas media sosial Youtube terhadap kebutuhan informasi keislaman termasuk dalam kategori “**baik**” dengan skor rata-rata yaitu 3,10.

Berdasarkan hasil rekapitulasi, terdapat 10 indikator yang penulis gunakan untuk mengukur tingkat efektivitas pada media sosial Youtube terhadap kebutuhan informasi keislaman. Dari seluruh indikator yang telah dianalisis termasuk dalam kategori “**baik**”

dan terdapat 1 indikator yang memiliki skor rata-rata tertinggi yaitu pada indikator “Isi Konten Menarik Perhatian” dengan jumlah skor rata-rata yaitu 3,25 yang termasuk dalam kategori interval “baik”. Hasil pengamatan yang dilakukan oleh peneliti pada bulan Juni 2023, menunjukkan bahwa isi konten media sosial Youtube yang menarik perhatian membuat responden mudah dalam memperoleh informasi keislaman sesuai dengan kebutuhannya dan isi informasi keislaman yang disampaikan secara akurat, relevan dan sesuai fakta yang ada, sehingga informasi tersebut dapat memenuhi kebutuhan informasi responden dan memotivasi responden dalam pembelajaran. Dari hasil pengamatan tersebut, dalam memenuhi kebutuhan informasi keislaman topik yang dicari oleh peserta didik yaitu ushul fiqih, akidah akhlak, sejarah islam, bacaan Al-Qur’an, tata cara sholat, wudhu dan puasa, yang sesuai dengan konten-konten pada akun channel Youtube Adi Hidayat Official seperti konten ceramah, kajian pendek, tanya jawab, Murotal Al-Qur’an dan lain sebagainya. Selain itu, jumlah penayangan dari konten tersebut sekitar 10.062.451 reviewer yaitu pada konten Kajian Shaf Muslimah dengan judul “Orang-orang yang Di kabul kan Do’a nya”.

Dalam hal ini, media sosial Youtube menjadi media yang efektif terhadap kebutuhan informasi. Baik dari segi kredibilitas, daya tarik, kemampuan hingga isi konten menarik, dapat diterima dan mudah dipahami. Selain itu, kebutuhan informasi responden baik itu dari segi kebutuhan informasi mutakhir hingga kebutuhan informasi sekilas dapat terpenuhi.

5. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dan pembahasan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa media sosial youtube sudah menunjukkan efektivitasnya dalam memenuhi kebutuhan informasi keislaman peserta didik di MAN 8 Jakarta. Hal ini menunjukkan tingkat efektivitas media sosial youtube berada dalam kategori

baik dengan nilai skor rata-rata 3,10. Kebutuhan informasi keislaman peserta didik juga meningkat. Hal ini dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial youtube dalam memenuhi kebutuhan informasi memiliki etika dan adab seperti kredibel, akurat, informasi terpercaya, dan valid.

Dari kesimpulan di atas, adapun rekomendasi dalam penelitian ini yaitu untuk lebih meningkatkan sumber informasi guna memenuhi kebutuhan informasi peserta didik dengan cara memberikan rekomendasi akun channel youtube yang kredibel, akurat dan terpercaya. Selain itu diharapkan perpustakaan sekolah perlu memberikan kegiatan seperti program literasi informasi agar peserta didik dapat meningkatkan kebutuhan informasi dan pengetahuannya.

Daftar Pustaka

- Agung, L. (2021) 'The Effectiveness of Youtube as an Online Learning Media', 5(December 2019), pp. 152–158.
- Ana Septia Machidhar, M. S. W. dan S. (2022) 'Efektivitas Penggunaan Media Sosial Youtube Sebagai Media Penyebaran Informasi Pada Channel Youtube Diskominfo Boyolali', *Jurnal Unsri*, pp. 1–7. Available at: <https://ejurnal.unisri.ac.id/index.php/sldrts/article/view/684>
- Burke, S. C. and Snyder, S. L. (2008) 'YouTube: An Innovative Learning Resource for College Health Education Courses An Overview of YouTube Using YouTube in Higher Education', *International Electronic Journal of Health Education*, 11, p. 5. Available at: <http://eric.ed.gov/?id=EJ798652>.
- Dubovi, I. and Tabak, I. (2020) 'An empirical analysis of knowledge co-construction in YouTube comments', *Computers and Education*, 156(June). doi: 10.1016/j.compedu.2020.103939
- Erza, E. (2020) 'Analisis Kebutuhan Informasi Generasi Z Dalam Akses Informasi Di Media', *Shaut Al-Maktabah : Jurnal Perpustakaan, Arsip dan Dokumentasi*, 12(1), pp. 72–84. doi: 10.37108/shaut.v12i1.303.
- Guha (1983) *Documentation and Information Service, Techniques and Systems*.
- Hartati, Celine (2020) 'Pengaruh Konten Channel Youtube Jurnalrisa Terhadap Opini Subscriber Tentang Konten Mistis', pp. 1–11. Available at: <https://jom.unri.ac.id/index.php/JOMFSIP/article/viewFile/28740/27698>.
- Isaura Putri, D. and Salsabila R, R. (2022) 'Efektifitas Dakwah di Media Sosial Pada Akun Youtube: Oki Setiana Dewi', 4(1), pp. 103–104. Available at: <https://www.sewaktu.com/mutiara/pr-1531910065/ceramah-ustadzah->
- Kemp, S. (2023) *Digital 2023 : Indonesia, Data Reportal*. viewed Maret 2023, Available at: <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>.
- Kompas (2021) *Teknologi Informasi Digital : Pengertian, Lingkupa Kerja,*

Kelebihan dan Kekurangan, KOMPAS.com. viewed April 2023.

Lumbangaol, Martin Halomoan M. R. R. (2020) 'Rancang Bangun Sistem Informasi Penjualan dan Penyewaan Properti Berbasis WEB Di Kota Batam', *Jurnal Comasie*, 01(03), pp. 83–92

Naharuddin, I. and Amin, M. (2020) 'Youtube Uage Pattern', 3(2), pp. 24–29.

Nicholas (2000) *Assessing Information Needs in the Age of the Digital Consumer, Assessing Information Needs in the Age of the Digital Consumer*. doi: 10.4324/9780203855799.

Pratama, N. dan Amri, A. (2019) 'Pemanfaatan Youtube Untuk Pemenuhan Kebutuhan Informasi Religius (Studi Pada Mahasiswa Fisip Unsyiah Angkatan 2017 yang Mengikuti UP3AI)', *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fisip Unsyiah*, 4 (2), pp. 1–13.

Susilo, H. (2019) 'Pengaruh literasi digital dan literasi informasi keislaman terhadap hasil belajar afektif pendidikan agama Islam peserta didik SMA N 1 Kendal', p. 53. Available at: <http://eprints.walisongo.ac.id/12137/>.

We Are Social (2023) *The Changing World Of Digital IN 2023*. viewed Maret 2023, Available at: <https://wearesocial.com/uk/blog/2023/01/the-changing-world-of-digital-in-2023>.