

EVALUASI INFORMASI BERBASIS WEB PADA KONTEN KANAL YOUTUBE “KOK BISA?”

Ulfatu Sa'diyah^{*)}, Joko Wasisto

*Program Studi S-1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia 50275*

Abstrak

Penelitian ini berjudul “Evaluasi Informasi berbasis Web pada Konten Kanal YouTube “Kok Bisa?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana evaluasi informasi berbasis web pada konten kanal YouTube “Kok Bisa?”. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Teknik pengambilan data yang dilakukan yaitu wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara dilaksanakan dengan cara semi terstruktur dan melibatkan 4 informan yaitu *content creator* kanal YouTube “Kok Bisa?” dan Pengguna kanal YouTube “Kok Bisa?”. Data yang diperoleh kemudian dianalisis dengan menggunakan analisis tematik. Dari analisis, diperoleh hasil penelitian yaitu Authority (pencipta dokumen)nya jelas tetapi belum konsisten penulisannya. Accuracy (ketepatan) informasi juga tepat. Informasi yang disampaikan selalu objektif dan kekinian. Akan tetapi tidak semua informasi yang disampaikan memiliki cakupan informasi yang mendalam.

Kata kunci: evaluasi informasi; YouTube; penelitian kualitatif; sumber daya informasi berbasis internet

Abstract

[Evaluation of Web-based Information on Content of YouTube Channel Kok Bisa?] This research is entitled "Evaluation of Web-based Information on Content of YouTube Channel "Kok Bisa?" The purpose of this research is to find out how the evaluation of web-based information on YouTube channel content "Kok Bisa?". The research method used in this study is qualitative research. Data collection techniques used were interviews, observation and documentation. Interviews were conducted in a interview guide approach and involved 4 informants namely content creator of YouTube channel "Kok Bisa?". And users of YouTube channel "Kok Bisa?". The data obtained were then analyzed using thematic analysis. From the analysis, the research results obtained that the Authority (document creator) is clear but the writing is not consistent. Accuracy is also accurate. The information conveyed is always objective and up to date. However, not all information submitted has in-depth information coverage.

Keywords: evaluation information; YouTube; qualitative reseach; internet based inormatin resource

^{*)} Penulis Korespondensi.
E-mail: ulfatusadiyah@gmail.com

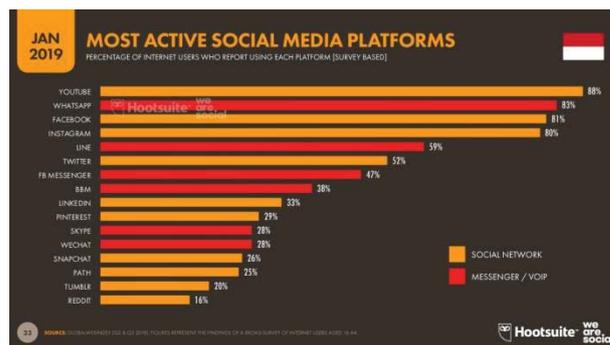
1. Pendahuluan

Teknologi yang semakin berkembang mendorong pertukaran arus informasi di masyarakat semakin cepat dan berlimpah. Informasi yang berlimpah ini dapat terjadi karena mudahnya akses seseorang untuk membuat dan menyebarkan informasi. Perkembangan teknologi tersebut memunculkan berbagai media untuk mencari informasi sehingga akses informasi juga semakin mudah. Hal ini terjadi setelah ditemukaannya internet. Dengan adanya internet, orang dapat berinteraksi tanpa harus bertatap muka secara langsung tanpa harus dibatasi oleh jarak, waktu, dan ruang.

Salah satu pemanfaatan internet sebagai media penyajian dan penyebaran informasi adalah munculnya situs web. Situs web dapat menyediakan informasi yang dapat diakses secara *online* oleh pengguna informasi sebagai media digital (Suharso, 2019). Situs web menyediakan dokumen-dokumen berupa teks, gambar, video, suara, animasi, dan lain-lain. Seperti yang dijelaskan oleh Rudyanto bahwa situs web merupakan salah satu aplikasi yang berisikan dokumen-dokumen multimedia, diantaranya adalah teks, gambar, suara, animasi, dan video (Rudyanto, 2011: 7). YouTube merupakan salah satu situs web yang populer di masyarakat Indonesia. YouTube diluncurkan pada bulan Mei 2005, dan memiliki slogan: *Broadcast Yourself*. YouTube merupakan situs yang menyediakan berbagai informasi berbentuk audio visual. Situs ini memang disediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi dalam format video dan menontonnya langsung. Situs ini dapat juga membuat masyarakat menjadi komunikator dengan cara berpartisipasi untuk mengunggah video ke YouTube dan membaginya ke seluruh dunia (Abraham, 2011: 45-52).

Perkembangan YouTube di Indonesia menurut Putri Silalahi dalam (Gunawan, 2017: 2), *Head of Communications Consumer & YouTube* Indonesia mengatakan jumlah penonton dan *creator* video *online* di YouTube tumbuh luar biasa di Indonesia. Sebanyak 130% penambahan durasi menonton dari tahun 2014-2015 dan jumlah konten yang di-*upload* bertambah sebanyak 600%. User yang menikmati pun bervariasi, tidak hanya sebatas usia remaja saja namun juga mulai dari anak kecil sampai ibu rumah tangga.

Berdasarkan hasil survei yang dilakukan oleh *GLOBALWEBINDEX*, platform media sosial teraktif Januari 2019 di Indonesia adalah YouTube. Kemudian di tempat kedua dan seterusnya diikuti oleh Whatsapp, Facebook, Instagram, Line, Twitter, FB Messenger, BBM, LinkedIn, Pinterest, Skype, Wechat, Snapchat, Path, dan Tumblr. YouTube mendapatkan hasil persentase sebanyak 88% dari pengguna internet yang tercatat menggunakan masing-masing dari platform media sosial tersebut.



Gambar 1 Persentase Pengguna Media Sosial Teraktif di Indonesia Januari 2019 (<https://dataportal.com/reports/digital-2019-indonesia>, 2019)

Dari pemaparan tersebut, dapat disimpulkan bahwa penggunaan YouTube sebagai media untuk membuat, menyimpan, dan menyebarkan informasi sangat digemari oleh masyarakat, khususnya di Indonesia. Sehingga banyak muncul kanal di YouTube dengan berbagai macam variasi konten. Kanal yang dimaksud adalah sebuah *brand* atau nama saluran di YouTube yang berisi konten video. Salah satunya adalah kanal ‘Kok Bisa?’. Kanal tersebut merupakan salah satu kanal dengan tema edukasi yang memiliki *subscriber* terbanyak di Indonesia. (Silalahi dalam Gunawan, 2017: 2).

Kok Bisa? adalah sebuah kanal yang memfokuskan diri pada konten-konten yang bertujuan untuk menjawab berbagai pertanyaan seputar kehidupan sehari-hari dengan menggunakan pendekatan yang bersifat ilmiah. “Kok Bisa?” mulai muncul sejak tahun 2015, awal mula berkembangnya ‘Kok Bisa?’ di YouTube berawal dari inisiatif yang dikembangkan oleh Gerald Sebastian, Alvin Disatputra, dan Ketut Yoga Yudistira (Setyanti dalam Rahmawan, 2018: 87).

Kanal YouTube “Kok Bisa?” menyediakan informasi seputar kehidupan sehari-hari melalui video-video animasi edukatif. Konten video animasi tersebut adalah hasil dari pertanyaan-pertanyaan warganet yang sering ditanyakan, kemudian dijawab dengan pendekatan ilmiah melalui sebuah video animasi.

Konten atau tema yang diangkat pada kanal YouTube “Kok Bisa?” bersifat unik. Karena menyajikan video animasi yang dapat menjelaskan konsep-konsep rumit sehingga menjadi lebih mudah untuk dipahami. Selain itu, konten yang disajikan selalu segar, karena selalu menyajikan pembahasan terkini di masyarakat. Kelebihan-kelebihan inilah yang menjadikan kanal YouTube ini menarik perhatian warganet. Sehingga banyak warganet yang menonton, mengikuti dan menyebarkan konten dari kanal YouTube ini ke platform media sosial lainnya.

Menurut Arikunto dan Cepi (2014: 1) evaluasi adalah *To Find Out, decide The Amount Or Value*. Artinya suatu upaya untuk menentukan nilai atau jumlah. Definisi tersebut menunjukkan bahwa kegiatan evaluasi harus dilakukan secara baik,

bertanggung jawab, menggunakan metode ataupun strategi, dan dapat dipertanggungjawabkan.

Sedangkan informasi dapat didefinisikan sebagai sekumpulan fakta atau data yang diorganisasikan dengan cara tertentu yang memiliki arti bagi penerimanya (Sutarman, 2012: 14). Menurut Hasugian (2009: 5), informasi adalah sebuah konsep yang universal dalam jumlah muatan yang besar, meliputi banyak hal dalam ruang lingkupnya masing-masing dan terekam pada sejumlah media. Berdasarkan pengertian di atas dapat disimpulkan bahwa evaluasi informasi merupakan kegiatan penilaian suatu fakta atau data yang telah diorganisasikan dengan menggunakan kriteria standar tertentu dan dilakukan secara baik dan bertanggung jawab.

Evaluasi informasi menurut salah satu ahli adalah menilai kualitas dari suatu gagasan. Evaluasi informasi sangat erat kaitannya dengan pemikiran kritis yang mengkaji literatur tentang pemikiran kritis. Karena pemikiran kritis tersebut memberikan kontribusi cukup penting untuk pemahaman evaluasi (Fitzgerald, 2016).

Sumber informasi bisa dimanfaatkan secara terbuka buat publik (Heriyanto & Suharso, 2014) dapat dievaluasi supaya informasi yang diperoleh dapat diketahui kualitasnya. Terdapat beberapa strategi dalam mengevaluasi informasi berbasis web menurut Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

1. *Authority* (pencipta dokumen)
Authority merupakan pencipta dokumen yang diakui memiliki pengetahuan tentang bidang studi yang diberikan.
2. *Accuracy* (ketepatan)
Pada umumnya, akurasi menunjukkan informasi mana yang dapat diandalkan dan bebas dari kesalahan. Menentukan keakuratan informasi merupakan hal mendasar dari keseluruhan proses evaluasi dan hal tersebut sering dijadikan alasan untuk mengkritisi suatu sumber informasi. Akurasi informasi selalu dikaitkan dengan seseorang penulis atau yang bertanggung jawab atas informasi tersebut.
3. *Objectivity* (objektivitas)
Objektivitas berkaitan dengan tujuan dari pembuatan situs. Situs yang baik akan menjelaskan tujuan dari situs tersebut. Misalnya, untuk siapa situs tersebut, situs tersebut digunakan untuk membahas apa, dan untuk apa situs tersebut dibuat. Pada umumnya informasi tersebut dapat dilihat pada menu *about us* (tentang kami). Hal tersebut akan membantu dalam menentukan apakah pengguna perlu membaca isi informasi tersebut atau tidak.
4. *Currency* (kemutakhiran)

Currency (kemutakhiran) dalam suatu informasi berhubungan erat dengan seberapa *update* informasi tersebut. Kekinian menjadi faktor terpenting seseorang dalam melakukan pencarian informasi di internet. Selain itu, kekinian juga menjadi pertimbangan yang penting karena informasi yang sudah tidak *up to date* akan menjadi tidak berguna serta tidak relevan.

5. *Coverage And Intended Audience* (cakupan dan target penonton)

Cakupan berkaitan erat dengan isi informasi atau dokumen dalam situs, seperti informasi apa yang dibahas, seberapa dalam informasi tersebut ditampilkan, serta adakah link yang terhubung ke situs lain yang dapat dipercaya dengan pembahasan informasi yang sama. *Intended Audience* merupakan kelompok masyarakat yang ditargetkan mendapat informasi.

YouTube adalah sebuah situs *web video sharing* (berbagi video) yang populer dimana para pengguna dapat memuat, menonton, dan berbagi klip video secara gratis (Kindarto, 2008:3). Seiring perkembangannya, peran YouTube bertambah menjadi jalur distribusi bagi berbagai kalangan, mulai dari pembuat konten sampai pengiklan, sebagai ajang berbagi, menginformasikan dan menginspirasi para pengguna internet di berbagai belahan dunia (Abraham, 2011: 45).

YouTube memiliki beberapa fitur, antaranya:

1. Mencari video
Situs ini adalah kumpulan berbagai macam video yang telah diunggah, jelas bahwa *YouTube* terdapat berbagai macam video. Penggunaannya dapat mencari berbagai macam video dengan mengetikkan kata kunci di bagian pencarian.
2. Memutar video
Setelah penggunaannya mendapatkan video yang diinginkan, hanya dengan mengkliknya penonton dapat langsung memutar video tersebut, tentu saja agar video lancar saat diputar koneksi internet sangat penting demi kelancaran saat menontonnya.
3. Mengunggah (mengupload) video
Akun penonton yang sudah terdaftar dengan *YouTube*, mereka dapat mengunggah videonya kedalam akunnya. Dengan syarat telah terdaftar, semakin besar videonya maka semakin mempengaruhi lamanya waktu saat mengunggah video tersebut.
4. Mengunduh (mendownload) video
Video yang ada dalam *YouTube* dapat juga bisa *download* penonton, dan gratis. Ada banyak cara seperti meng *copy* alamat *URL* yang ada dalam video tersebut lalu dipastekan ke dalam situs seperti *www.savefrom.net*. Banyak cara penggunaannya dapat *download* video, cara lebih lanjut dengan mencarinya di Google.
5. Berlangganan (*Subscribe*)
Fitur gratis ini berfungsi bagi pengguna untuk bisa berlangganan (*subscribe*) video terbaru dari

akun yang sudah kita klik tombol *subscribenya*. Pemberitahuan langsung didapatkan melalui kotak masuk yang ada dalam email penggunaannya.

6. *Live Streaming* (Siaran Langsung)
Fitur *live streaming* ini adalah fitur yang dimiliki internet bagi pemilik konten ataupun pengguna yang sudah memiliki akun *YouTube* tentunya sangat berguna. (Tambaruka, 2013: 84).

Pada umumnya media sosial seperti *YouTube* memiliki beberapa fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh penggunanya. Menurut Abraham A. dalam bukunya yang berjudul *Sukses menjadi Artis dengan YouTube* adalah sebagai berikut:

1. Memperluas interaksi berdasarkan kesamaan nilai yang dimiliki masing-masing individu, kesamaan karakteristik tertentu, ataupun pernah berinteraksi dalam kurun waktu tertentu, sehingga melahirkan nostalgia yang dapat dirasakan bersama.
2. Menambah wawasan atau pengetahuan dengan sarana *Information, Sharing, dan Comment*.
3. Pencitraan atau memasarkan diri dalam arti positif, dalam hal ini juga berkaitan dengan prestige dan kemauan untuk *update* teknologi informasi.
4. Media transaksi dan pemikiran dalam hal perdagangan, politik, budaya, bahkan dimungkinkan juga di bidang pendidikan.
5. Dalam eskalasi lebih lanjut bisa juga sarana ini sebagai media intelegen, pengungkapan berbagai kejahatan hukum, media pertolongan dan sarana *Citizen Journalism*.

Selanjutnya mungkin adalah sebagai media rekreatif atau cuci mata setelah ditempa beratnya beban pemikiran, misalnya melihat film lucu, penemuan baru, permainan game dan lain sebagainya (Abraham, 2011: 37).

Sumber informasi yang terdapat di internet harus dievaluasi supaya informasi yang diperoleh dapat diketahui kualitasnya. Terdapat beberapa strategi dalam mengevaluasi informasi berbasis web menurut Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

Strategi evaluasi sumber informasi yang terdapat di internet menjadi salah satu pertimbangan dalam mengevaluasi informasi yang ada di internet. Dengan strategi tersebut, penyebaran informasi yang benar dapat dilakukan. Sehingga masyarakat umum dapat menyimpulkan informasi mana yang dapat dijadikan referensi dan sesuai dengan kebutuhan mereka. Oleh karena itu, permasalahan dari penelitian ini adalah bagaimana evaluasi informasi berbasis web pada konten kanal *YouTube* “Kok Bisa?” “Berdasarkan rumusan masalah tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi informasi berbasis web pada konten terpopuler kanal *YouTube* “Kok Bisa?”.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini berjudul “Evaluasi Informasi Berbasis Web pada Konten Terpopuler Kanal *YouTube* “Kok Bisa?”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana evaluasi informasi berbasis web pada konten terpopuler kanal *YouTube* “Kok Bisa?”. Pada bab ini, akan dijelaskan mengenai metode penelitian yang digunakan oleh peneliti. Dimulai dengan latar belakang pemilihan metode kualitatif dan bagaimana implementasinya, termasuk penetapan kriteria pemilihan informan, serta proses analisis data yang akan dilakukan. Proses tersebut dijelaskan lebih rinci pada masing-masing subbab.

Metode Penelitian merupakan suatu kegiatan ilmiah yang dilakukan secara bertahap dimulai dengan penentuan topik, pengumpulan data dan menganalisis data, sehingga diperoleh suatu pemahaman dan pengertian atas topik, gejala, atau isu tertentu (Raco, 2010: 2). Terdapat dua metode penelitian yang paling banyak digunakan dalam melakukan penelitian, yaitu metode kuantitatif dan kualitatif (Creswell, 2010). Penelitian kuantitatif berawal dari pendekatan untuk menguji objektifitas teori dengan memeriksa hubungan antar variabel, di mana variabel tersebut dapat dihitung dengan menggunakan instrumen, kemudian dianalisa secara statistik (Cresswell, 2010). Sedangkan penelitian kualitatif merupakan metode-metode untuk mengeksplorasi dan memahami makna yang oleh sejumlah individu atau sekelompok orang dianggap berasal dari masalah sosial atau kemanusiaan (Creswell, 2010). Selain kedua metode tersebut, terdapat juga penelitian yang menggabungkan metode kuantitatif dengan metode kualitatif (*mixed research*). Penelitian campuran (*mixed research*), dijelaskan oleh Yusuf (2017) dalam bukunya, sebagai berikut:

“Dalam penelitian *mixed method research*, peneliti menggunakan metode atau teknik penelitian kualitatif pada suatu fase dan menggunakan metode dan teknik penelitian kuantitatif pada fase yang lain atau sebaliknya. Sedangkan *mixed model research* di mana peneliti menggunakan penelitian kuantitatif dan kualitatif dalam satu proses penelitian. Oleh karena itu, *mixed research* dapat dilakukan secara serempak dan dapat pula secara sekuensial, dalam satu masalah atau aspek yang ingiin diteliti sehingga didapat hasil yang lebih utuh dan komprehensif terhadap suatu fenomena atau masalah yang sedang diteliti.” (Yusuf, 2017).

Metode yang dipilih oleh peneliti dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, karena dianggap sebagai metode paling tepat dalam penelitian ini. Pemilihan metode penelitian dilakukan oleh peneliti dengan memperhatikan penggunaan metode yang paling relevan dengan fenomena yang akan diteliti (Lincoln & Guba, 1985). Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses mengevaluasi

informasi yang terdapat pada salah satu kanal YouTube dari Indonesia yang banyak bermunculan akhir-akhir ini, yaitu kanal YouTube 'Kok Bisa?'. Informasi yang terdapat dalam konten video pada kanal YouTube tersebut akan dievaluasi informasinya berdasarkan teori evaluasi informasi berbasis web dari Marsha Ann Tate (2010), yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi).

Metode kualitatif digunakan ketika peneliti ingin mengungkap dan memahami sesuatu dibalik fenomena yang sedikit pun belum diketahui (Strauss dan Corbin, 2003: 5). Oleh karena itu, peneliti memilih metode kualitatif karena penelitian ini ingin mengetahui makna dan pemahaman dari suatu peristiwa sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat. Peristiwa sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah perilaku masyarakat yang semakin gemar menonton video di Youtube dan semakin banyaknya kanal yang bermunculan di YouTube. Terutama mengenai pendapat masyarakat umum tentang informasi yang terdapat pada video-video di kanal YouTube Kok Bisa?. Dengan metode kualitatif, peneliti dapat mengungkap dan memahami suatu fenomena sosial yang belum diketahui secara lebih rinci dan kompleks.

Pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, menurut Sulisty-Basuki (2006: 202), artinya teknik penentuan informan sesuai dengan yang dikehendaki peneliti berdasarkan kriteria yang ditentukan. Alasan pemilihan teknik *purposive sampling* dalam penelitian ini dikarenakan untuk mengungkapkan bagaimana evaluasi informasi berbasis web pada konten terpopuler kanal YouTube Kok Bisa?.

Informan yang akan dijadikan sampel disesuaikan dengan kriteria-kriteria tertentu berdasarkan tujuan penelitian. Menurut Hendarsono dalam Suyanto (2005: 171-172), informan penelitian meliputi tiga macam, yaitu:

1. Informan kunci, yaitu informan yang memiliki informasi secara menyeluruh tentang permasalahan yang diangkat oleh peneliti. dalam penelitian ini, informan kuncinya adalah *content creator* kanal YouTube Kok Bisa?.
2. Informan utama, yaitu orang yang mengetahui secara teknik dan detail tentang masalah penelitian. Dalam penelitian ini, informan utama adalah *content creator* kanal YouTube Kok Bisa?

Informan tambahan, yaitu orang yang dapat memberikan informasi tambahan sebagai pelengkap analisis dan pembahasan dalam penelitian. Dalam penelitian ini, informan tambahan adalah pengguna situs web YouTube yang telah berusia 17 tahun atau lebih dan secara aktif (menyukai, memberikan komentar dan membagikan video) telah menonton

video di kanal YouTube Kok Bisa?(pengikut kanal maupun tidak).

Rekrutmen merupakan upaya yang dilakukan dalam merekrut informan supaya bersedia untuk berkontribusi pada penelitian. Rekrutmen dalam penelitian ini ditentukan sesuai dengan kriteria yang sudah dijelaskan tersebut. Upaya yang dilakukan peneliti dalam memperoleh partisipan adalah sebagai berikut:

1. Membuat surat izin penelitian
Sebagai pengantar awal, akan dilakukan pembuatan surat pengantar penelitian yang ditujukan kepada *content creator* kanal YouTube Kok Bisa?.
2. Menghubungi *content creator* kanal YouTube Kok Bisa? melalui email untuk mendapatkan izin untuk melakukan wawancara dan pengambilan data yang lain.
3. Menyebarkan beberapa pertanyaan secara *online* untuk memperoleh informasi pengguna YouTube yang mengetahui dan mengikuti kanal YouTube Kok Bisa?. Dalam penelitian ini, penyebaran pertanyaan dilakukan untuk memperoleh informasi dari responden mengenai intensitas dan pemanfaatan kanal YouTube Kok Bisa?. Kemudian dipilihlah jumlah partisipan lebih sedikit berdasarkan kriteria dan kebutuhan penelitian ini. Kemudian teknik wawancara digunakan oleh peneliti untuk memperoleh informasi secara mendalam.
4. Pemilihan partisipan telah dipilih berdasarkan dengan kebutuhan penelitian ini dan diperolehnya pada kuesioner yang disebar untuk ditentukan jumlah partisipan. Pada penelitian ini jumlah informan yang dipilih berdasarkan kebutuhan penelitian.
5. Membuat pendekatan terhadap partisipan yang telah ditentukan sesuai dengan kriteria dalam penelitian ini. Dapat menghubungi via email, media sosial, maupun telepon untuk dapat memperoleh informasi secara lebih rinci untuk melakukan perolehan data melalui wawancara.
6. Membuat panduan wawancara yang bersifat semi-terstruktur. Kemudian melakukan wawancara mengenai evaluasi informasi berbasis web pada konten terpopuler kanal YouTube Kok Bisa? kepada partisipan yang telah ditentukan.

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Yang akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Wawancara
Wawancara akan digunakan sebagai teknik pengambilan data dalam penelitian ini. Menurut Jogiyanto (2008: 111), wawancara (*interview*) adalah komunikasi dua arah untuk mendapatkan data dari responden. Tujuannya untuk mengamati suatu proses, kondisi, kejadian-kejadian atau perilaku manusia, seperti untuk mengumpulkan data sikap, motivasi, opini, ekspektasi atau niat dari responden. Dengan

melakukan wawancara, peneliti berkesempatan untuk mengungkapkan informasi yang lebih kompleks. Karena melalui wawancara partisipan dapat mengungkapkan cerita mengenai pengalaman mereka dengan bahasa mereka sendiri.

Wawancara dapat digolongkan menjadi tiga, yaitu *informal conversational interview*, *interview guide approach*, dan *standardized open-ended interview*. (Patton, 2002: 342). Yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. *Informal conversational interview* adalah pendekatan yang paling terbuka untuk wawancara. Pendekatan ini dilakukan secara spontan dan tidak mempersiapkan pertanyaan penelitian sebelumnya, biasanya merupakan bagian dari observasi lapangan.
- b. *Interview guide approach* dilakukan dengan menciptakan beberapa poin/isu-isu untuk memandu pewawancara sebelum wawancara dimulai.
- c. *Standardized open-ended interview* dilakukan dengan membuat serangkaian pertanyaan dan sudah diatur sebelumnya. Dimana setiap responden diberikan pertanyaan yang sama, pertanyaan penelitian tidak bisa dikembangkan sesuai dengan jawaban responden.

Dari penjelasan tersebut, peneliti memilih menggunakan pendekatan *interview guide approach* dalam melakukan penelitian ini. Karena peneliti dapat membuat beberapa poin/isu-isu untuk memandu peneliti saat mewawancarai responden. Kemudian pertanyaan-pertanyaan yang diajukan oleh peneliti dapat dikembangkan sesuai dengan situasi dan kondisi saat wawancara berlangsung.

2. Observasi

Menurut Sutrisno Hadi (dalam Sugiyono, 2015), mengemukakan bahwa observasi merupakan suatu proses yang kompleks, suatu proses yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis. Dua diantara yang terpenting adalah proses pengamatan dan ingatan.

Menurut Yusuf (2017: 384), observasi dapat dibedakan dalam dua bentuk, yaitu:

- a. *Participant observer*, yaitu bentuk observasi di mana pengamat secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati.
- b. *Non-participant observer*, yaitu bentuk observasi di mana pengamat tidak terlibat langsung dalam kegiatan kelompok, atau dapat dikatakan pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya.

Dalam penelitian ini, peneliti turut berpartisipasi dalam kegiatan yang diamati, sehingga disebut *participant observer*. Pengamatan ini dilakukan dengan mengamati video di kanal YouTube Kok Bisa? dan perkembangan kanal tersebut. Perkembangan kanal dapat dilihat dari video yang dipublikasikan, komentar publik yang diberikan, jumlah suka, dan jumlah penonton dari video tersebut. Tujuannya adalah untuk

mengetahui apakah istilah-istilah yang disampaikan dalam wawancara dengan pengguna sesuai dengan data yang ada di lapangan.

3. Dokumentasi

Menurut Sugiyono (2012: 137), dokumentasi adalah teknik pengumpulan data dengan menghimpun dan menganalisis dokumen-dokumen, baik tertulis, gambar, maupun elektronik. Dokumentasi dari penelitian ini diperoleh dari beberapa literatur, artikel, foto, agenda, serta catatan yang berkaitan dengan objek penelitian, yaitu konten informasi kanal YouTube Kok Bisa?.

Analisis data yang akan digunakan pada penelitian ini menggunakan *thematic analysis*. *Thematic analysis* merupakan metode untuk mengidentifikasi, mengatur, dan menawarkan wawasan secara sistematis ke dalam pola makna (tema) di seluruh kumpulan data (Braun and Clarke, 2012: 57). Pola ini nantinya mampu untuk mengidentifikasi hal-hal yang relevan dan berkaitan dengan jawaban dari wawancara yang dilakukan pada penelitian.

Memahami metode ini merupakan hal penting yang harus dilakukan oleh peneliti. Karena untuk mengungkapkan pengalaman partisipan dalam fenomena tertentu, peneliti perlu menggunakan metode menganalisis dengan tepat. Dalam penelitian ini, fenomena yang menjadi fokus penelitian adalah pengalaman partisipan dalam mengevaluasi informasi berbasis web yang ditemukan pada salah satu kanal YouTube. Kanal YouTube yang dimaksud adalah kanal YouTube 'Kok Bisa?', yang merupakan kanal dengan konten edukasi yang berisi menjawab pertanyaan-pertanyaan seputar kehidupan sehari-hari dengan suatu pendekatan ilmiah.

2.1 Menjaga Kualitas Penelitian (*Maintaining Quality*)

Dalam menganalisa data, penulis menggunakan interpretasinya sehingga hal ini dapat menimbulkan bias. Untuk itu perlu dilakukan uji keabsahan data, agar data penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya. Menurut Lincoln & Guba (dalam Emir, 2010), kualitas penelitian kualitatif dapat dinilai dari :

1. *Credibility* (kredibilitas)

Kredibilitas adalah penetapan hasil penelitian yang dapat dipercaya dari perspektif partisipan. Untuk mencapai tingkat kredibilitas yang tinggi, partisipan yang terlibat dalam penelitian harus mengenali berbagai hal yang telah diceritakan.

Kredibilitas penelitian kualitatif dapat diuji dengan menggunakan triangulasi. Sugiyono (2011: 330) mengemukakan triangulasi sumber berarti untuk mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama. Triangulasi sumber digunakan untuk menguji kredibilitas data yang dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui

beberapa sumber atau informan. Data yang telah dianalisis kemudian disimpulkan yang selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan beberapa sumber informasi atau informan tersebut.

2. *Transferability* (transferabilitas)

Tahap selanjutnya adalah pengujian dengan menggunakan transferabilitas, untuk mengetahui tingkat kemampuan hasil yang dapat digeneralisasikan atau ditransfer kepada konteks yang sesuai dengan penelitian ini. Untuk melakukan transferabilitas hasil penelitian, peneliti perlu mencari dan mengumpulkan data empiris tentang kesamaan konteks. Peneliti memperoleh data dari informan yaitu pihak penyedia video animasi di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ dan *viewers* (penonton) video animasi di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ sehingga memiliki transferabilitas yang tinggi yang dapat membuat hasil penelitian ini dianggap *valid*.

3. *Dependability* (dependabilitas)

Dependabilitas adalah hasil penelitian dapat diandalkan. Dalam dependabilitas, dinilai dengan sejauh mana hasil temuan kualitatif memperlihatkan konsistensi. Dengan kata lain, apabila penelitian yang dilakukan oleh orang lain dengan proses penelitian yang sama akan tetap memperoleh hasil yang sama pula.

Dependabilitas dilakukan dengan mengadakan audit terhadap keseluruhan proses penelitian mulai dari menentukan masalah, menentukan sumber data, pengambilan data, melakukan analisis data, memeriksa keabsahan data dan membuat kesimpulan. Pada penelitian ini telah dilakukannya tahapan dependabilitas untuk memperoleh tujuan dari penelitian ini, terkait dengan pengevaluasian terhadap konten terpopuler pada kanal YouTube ‘Kok Bisa?’.

4. *Confirmability* (Konfirmabilitas)

Konfirmabilitas adalah hasil penelitian dapat dikonfirmasi dengan pihak lain. Konfirmabilitas dapat dicapai jika peneliti mempresentasikan hasil penelitiannya untuk memperoleh berbagai saran agar hasil penelitian semakin sempurna. Konfirmabilitas dilakukan dengan memastikan hasil penemuan sesuai dengan asal data. Memastikan data yang diperoleh dari pengelola maupun pengguna dengan menelusuri catatan lapangan, hasil wawancara dan menelaah kegiatan penelitian dalam memeriksa keabsahan data terhadap penelitian evaluasi informasi berbasis web pada konten terpopuler kanal YouTube ‘Kok Bisa?’.

3. Hasil dan Pembahasan

Bab ini menyajikan hasil analisis berdasarkan data yang diperoleh selama penelitian yang berkaitan dengan Evaluasi Informasi Berbasis Web pada Konten Kanal YouTube ‘Kok Bisa?’. Data yang dimaksud adalah hasil wawancara dengan informan, pengamatan

langsung di lapangan dan dokumentasi. Informan dalam penelitian ini adalah 3 orang pengguna kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ dan *Editor in Chief* kanal YouTube Kok Bisa?.

Hasil dari wawancara yang dilakukan kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik dan diperoleh 2 tema yaitu:

- a. Konten informasi di kanal YouTube ‘Kok Bisa?’
- b. Evaluasi konten informasi kanal Youtube ‘Kok Bisa?’

Kedua tema tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:

3.1 Konten Informasi di Kanal YouTube ‘Kok Bisa?’

Kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ merupakan platform media yang punya misi untuk mempromosikan konten edukasi dengan cara yang menarik dan menyenangkan. Mulai dari Sejarah hingga Fisika, Einstein hingga Genghis Khan, kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ membahas berbagai macam bidang ilmu pengetahuan. Sebagai salah satu media yang membahas konten edukasi, kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ memiliki ketertarikan untuk mewujudkan sebuah tontonan alternatif yang bersifat edukatif kepada masyarakat di tengah maraknya tontonan di televisi atau platform media sosial lainnya seperti YouTube yang kurang positif.

Kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ diciptakan berawal dari keresahan dari para pendiri kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ yaitu Alvin, Gerald, dan Ketut melihat tidak adanya tayangan yang baik untuk dikonsumsi oleh masyarakat. Baik itu di televisi maupun di platform media sosial lainnya seperti YouTube. Konten-konten yang disajikan pada media-media tersebut banyak yang kurang mendidik dan cenderung bersifat negatif. Mereka mencerminkan bagaimana konten-konten yang bersifat negatif itu berpengaruh terhadap masyarakat. Sehingga mereka berpikir bahwa harus ada sebuah inovasi untuk mengurangi konten-konten negatif di media-media tersebut.

Proses pembuatan sebuah video animasi yang akan diunggah oleh kanal YouTube ‘Kok Bisa?’ melalui proses yang panjang. Proses tersebut dimulai dengan rapat untuk mencari beragam pertanyaan ringan dan berbagai isu yang sedang hangat dibicarakan di masyarakat. Rapat ini dilakukan selama dua minggu hingga satu bulan. Setelah menemukan isu dan sudut pandang pembahasan, dilanjutkan pada proses riset dan penulisan naskah. Proses riset dan penulisan naskah dapat dilakukan bersama-sama atau bisa dilakukan dengan membuat naskah atau meriset terlebih dahulu.

Setelah itu, proses selanjutnya adalah riset dan penulisan naskah. Riset dilakukan dengan merujuk pada 3 sumber, yaitu jurnal ilmiah, berbagai *website* ilmiah yang kredibel dan berbagai tulisan di media (artikel, berita, dll.) Biasanya riset juga dilakukan dengan menemui beberapa ahli yang kemudian dirajut menjadi sebuah naskah. Sehingga tak jarang kanal ini bekerja sama dengan beberapa

pihak untuk memberikan konten yang menarik dan tentu saja valid. Proses ini dilakukan oleh *content researcher*.

Setelah proses riset dan pemuatan naskah selesai, jadilah konten yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan atau isu-isu yang telah dipilih sebelumnya. Selanjutnya, ilustrator membuat berbagai ilustrasi untuk melengkapi naskah. Setelah ilustrasi selesai, dilanjutkan oleh animator dan editor untuk membuat gambar dan membuatnya bisa bergerak sehingga menjadi sebuah video edukasi. Terakhir, ditambahkan audio narasi (*voice over*) yang akan memberikan narasi sepanjang video.

Kanal YouTube “Kok Bisa?” menyajikan video animasi yang berdurasi 2 sampai 10 menit. Video-video tersebut menyajikan informasi-informasi seputar kehidupan sehari-hari yang dibahas secara lebih ilmiah. Dilihat dari kanal YouTube “Kok Bisa?”, konten video dikelompokkan berdasarkan beberapa topik pembahasan, yaitu: (1) Sosial dan Politik; (2) Indonesia Kaya: *Season 1* dan Indonesia Kaya: *Season 2*; (3) Kok Bisa *Explains*; (4) Biologi; (5) Kok Bisa: *Science Video challenge*; (6) Pemilu dalam 1 Menit!; (7) Fisika; (8) Ekonomi; (9) Geografi; (10) Sejarah; (11) Kok Bisa: *Debunking Hoax the Series*; (12) Diskusi-Kenapa, Mengapa, Kok Bisa?; (13) Kimia; (14) Matematika; dan (15) Bahasa.

3.2 Evaluasi Konten Informasi Kanal YouTube “Kok Bisa?”

3.2.1 Authority (Pencipta Dokumen)

Author (pencipta dokumen) adalah salah satu aspek penting dalam melakukan evaluasi informasi. Sesuai dengan Tate (2010: 10), sumber informasi yang digunakan memiliki *author* atau pencipta dokumen yang sesuai dengan bidangnya masing-masing. Sehingga informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan terverifikasi kebenarannya. Hal ini pun dilakukan oleh *content creator* kanal YouTube “Kok Bisa?” untuk menjaga informasi yang mereka sampaikan tidak mengandung unsur kebohongan.

Kanal YouTube “Kok Bisa?” selalu menggunakan sumber-sumber yang terpercaya. *Content creator* tidak menggunakan sumber yang lemah seperti blog ataupun Wikipedia. Data yang diambil pada saat riset dilakukan berasal dari beberapa referensi utama yaitu buku, jurnal ilmiah, website ilmiah dan juga berbagai tulisan di media yang kredibel. Selain menyajikan data yang valid, konten yang disajikan akan dikemas semenarik mungkin untuk menarik perhatian masyarakat luas. Sehingga dapat disimpulkan bahwa dengan memakai sumber yang kuat, maka informasi yang didapatkan merupakan informasi yang benar dan dapat dipertanggungjawabkan.

3.2.2 Akurasi Konten Informasi (Accuracy)

Akurasi konten informasi adalah hal utama yang dilakukan oleh kanal YouTube “Kok Bisa?”. Menurut Tate (2010: 12), pengukuran akurasi dari sebuah

sumber informasi dapat dilihat dari bahasa yang digunakan, editor, dan daftar sumber informasi faktual yang sesuai. Dalam penelitian ini, akurasi dilihat dari judul yang digunakan oleh *content creator* untuk video yang akan dipublikasikan.

Menurut keterangan dari informan-informan, apabila telah menemukan video terbaru, pengguna informasi dapat membandingkan konten dalam video pada kanal YouTube “Kok Bisa?” dengan judul yang digunakan. Dari situ, dapat disimpulkan bahwa kanal YouTube Kok Bisa? menggunakan judul yang relevan dengan konten yang dibahas.

Kanal YouTube “Kok Bisa?” selalu menyajikan judul-judul yang menarik untuk setiap video yang dipublikasikan. Menggunakan diksi yang kekinian sehingga menarik banyak anak muda untuk menonton videonya. Akan tetapi, bukan berarti judul dengan konten yang dibahas tidak sesuai. Karena sebelum video dipublikasikan, *content creator* melakukan pengecekan secara menyeluruh agar informasi yang disampaikan dapat tersampaikan kepada *audience* dengan baik dan dapat memberikan pengetahuan atau wawasan baru kepada semua *audience*-nya.

3.2.3 Objektifitas Informasi

Objektifitas informasi merupakan salah satu indikator evaluasi informasi. Sesuai dengan Tate (2010: 14), objektifitas yang dimaksud adalah informasi yang disampaikan harus berdasarkan fakta, dan tidak bias. Sebagai platform yang menayangkan konten edukasi, kanal YouTube “Kok Bisa?” mempunyai tujuan untuk memberikan tayangan yang layak untuk di tonton generasi penerus bangsa. Karena ingin menyajikan konten edukatif yang menarik, kanal YouTube Kok Bisa? mempunyai beberapa hal yang harus diperhatikan. Tujuannya adalah agar konten yang dibuat tetap dapat memberikan pengetahuan baru yang unik dan menarik serta dapat dijadikan sebagai salah satu media pembelajaran.

Sebagai platform yang menyediakan konten edukasi, kanal YouTube ini selalu menyajikan konten yang dapat dipertanggungjawabkan. Dengan cara memanfaatkan kolom *description box* yang terdapat pada bawah video di kanal YouTube. Dalam kolom tersebut dijelaskan dari mana sumber atau referensi yang digunakan dalam video yang dipublikasikan tersebut. Tujuannya adalah agar penonton dapat melakukan pengecekan atau verifikasi terhadap kebenaran konten yang disampaikan oleh kanal YouTube Kok Bisa?.

Content creator kanal YouTube “Kok Bisa?” menyampaikan bahwa jika informasi atau konten yang disampaikan merupakan informasi yang salah, kanal YouTube Kok Bisa? akan menarik kembali video yang telah dipublikasikan. Mereka akan selalu bertanggungjawab dengan konten informasi yang disampaikan. Karena itu, mereka dapat dijadikan sebagai platform media sains yang edukatif serta menarik. Informan-informan yang lain juga

menyatakan bahwa informasi yang disampaikan dapat dilihat sumber-sumbernya dari mana, sehingga mereka dapat melakukan pengecekan secara langsung jika terdapat informasi yang salah atau tidak sesuai dengan fakta.

3.2.4 Kemutakhiran Konten Informasi

Kemutakhiran konten informasi dapat merupakan salah satu indikator evaluasi informasi. Menurut Albi, kemutakhiran ini dapat dilihat dari kelayakan konten informasi dapat dilihat dari dua hal utama yaitu informasi yang penting dan menarik. Hal tersebut sesuai dengan Tate (2010: 13). Karena kanal YouTube "Kok Bisa?" selalu berusaha menyajikan berita berdasarkan kejadian-kejadian atau isu-isu yang sedang hangat diperbincangkan di masyarakat.

Dari dua hal tersebut dapat dijabarkan menjadi lebih terperinci lagi, yaitu informasi harus aktual, informasi harus relevan, informasi harus unik, dan informasi harus tepat. Informasi yang penting dan menarik dapat dijadikan salah satu indikator untuk mengevaluasi informasi. Informasi yang dianggap penting dan menarik adalah informasi yang mempunyai pengaruh yang cukup besar di masyarakat. Agar dapat dianggap penting dan menarik, sebuah informasi tersebut harus:

1. Informasi harus aktual
Informasi yang aktual adalah informasi yang bersifat terkini.
2. Informasi harus relevan
Sebuah informasi dapat dikatakan sebagai informasi yang relevan jika informasi tersebut sesuai dengan kebutuhan informasi penggunaannya.
3. Informasi harus unik
Keunikan sebuah informasi dapat dilihat dari seberapa banyak informasi dari suatu kejadian yang sama itu terjadi atau kelangkaan sebuah kejadian. Semakin jarang kejadian atau semakin langka kejadian tersebut, maka informasinya akan semakin unik.

3.2.5 Cakupan dan Target Informasi

Cakupan yang dimaksud adalah ringkasan keseluruhan dan kedalaman isi dari informasi untuk menentukan audiens yang dituju (target informasi). Menurut Tate (2010: 15), dalam informasi berbasis web, cakupan ini tidak dapat terlihat seperti pada sumber dokumen lain, misalnya jurnal ilmiah yang memiliki abstrak. Maka untuk melihat target informasi, adalah dengan cara melihatnya langsung melalui kontennya.

Kanal YouTube "Kok Bisa?" dapat dikatakan sebagai jenis konten yang dapat dikonsumsi oleh semua kalangan. Akan tetapi, mereka juga tidak memperjelas target informasinya. Target informasi dari kanal YouTube "Kok Bisa?" dapat berubah-ubah disetiap video yang dipublikasikan. Tergantung pada kedalaman pembahasan dalam konten tersebut.

Salah satu yang mempengaruhi kedalaman konten yang dibahas adalah durasi video. Dari awal

kanal ini dibuat, video-video yang dipublikasikan berkisar antara 2-5 menit. Akan tetapi, akhir-akhir ini mereka mulai membuat video dengan durasi yang lebih panjang. Yakni menjadi sekitar 10 menit. Hal tersebut dilakukan untuk lebih memperdalam pembahasan yang dilakukan. Selain itu, konten yang dibahas dalam video yang berdurasi lebih panjang ini dibahas dengan lebih detail, sehingga informasi yang disampaikan menjadi lebih jelas.

4. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian mengenai Evaluasi Informasi Berbasis Web pada Konten Kanal YouTube "Kok Bisa?" diperoleh simpulan bahwa peneliti menemukan 2 tema yaitu konten informasi di kanal YouTube "Kok Bisa?" dan evaluasi konten informasi kanal Youtube "Kok Bisa?"

Evaluasi konten kanal YouTube "Kok Bisa?" dilakukan berdasarkan dari enam indikator, yaitu *Authority* (pencipta dokumen), *Accuracy* (ketepatan), *Objectivity* (objektivitas), *Currency* (kemutakhiran), dan *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi). Indikator pertama adalah *Authority* (pencipta dokumen), dengan melihat pengarang yang menjadi sumber informasi dari konten video. Dari hasil analisis, dapat diketahui bahwa pengarang dari sumber informasi tersebut merupakan pengarang yang memiliki keahlian atau pengetahuan yang sesuai dengan bidangnya. Kemudian indikator kedua adalah *Accuracy* (ketepatan). Dari analisis yang dilakukan, diketahui bahwa informasi yang disampaikan dalam video yang dibuat memang akurat, sesuai dengan fakta.

Indikator ketiga adalah *Objectivity* (objektivitas). Dari hasil analisis data, informasi yang disampaikan merupakan informasi yang tidak bias, sesuai dengan fakta yang ada, dan tidak memihak pihak manapun. Kemudian indikator yang keempat adalah *Currency* (kemutakhiran). Setelah melakukan analisis data, dapat diketahui bahwa kanal ini selalu menyampaikan informasi-informasi yang mutakhir. Dan indikator yang terakhir adalah *Coverage And Intended Audience* (kedalaman topik dan target informasi). Dalam hal ini, kanal ini tidak dapat selalu memastikan target penonton dari kanal. Karena dari setiap video yang dipublikasikan, kedalaman pembahasan informasi yang dilakukan berbeda-beda. Dan hal tersebut dapat mempengaruhi panjang durasi video.

Berdasarkan hasil analisis dari data penelitian baik berupa wawancara, observasi lapangan maupun dokumen dalam Evaluasi Informasi Berbasis Web pada Konten Kanal YouTube "Kok Bisa?" yang telah dilakukan dalam penelitian ini, terdapat beberapa saran yang diajukan yaitu sebagai berikut:

1. Sebagai media penyedia informasi, kanal YouTube "Kok Bisa?" diharapkan dapat konsisten dalam menuliskan referensi yang digunakan dalam konten video agar informasi yang disampaikan dapat dipertanggungjawabkan.

2. Diharapkan untuk kanal YouTube “Kok Bisa?” dapat konsisten dalam membuat konten edukasi dan meningkatkan kualitas informasi yang disampaikan.
3. Diharapkan untuk peneliti selanjutnya yang tertarik dengan penggunaan media sosial terutama YouTube sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi, untuk meneliti di luar indikator agar mendapatkan pembahasan yang lebih luas dan beragam.

Daftar Pustaka

- Abraham, A.. (2011). *Sukses Menjadi Artis dengan Youtube*. Surabaya: PT. Java Pustaka Group.
- Apriadi Tamburaka. (2013). *Literasi Media Cerdas bermedia Khalayak Media Massa*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Arikunto, Cepi. (2014). *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Braun, V;Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychologi. *Qualitative Research in Psychology*, 3, 77–101.
- Creswell, J. W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- _____. (2013). *Research design Pendekatan kualitatif, Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: PT Pustaka Pelajar.
- Emzir. (2012). *Metogologi Penelitian Kualitatif Analisis Data*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Fitzgerald, Mary Ann. (1999). *Evaluating Information: An Information Literacy Challenge*. Diakses 4 Agustus 2019 dari http://www.ala.org/aasl/sites/ala.org.aasl/files/content/aaslpubsandjournals/slr/vol2/SLMR_EvaluatingInformation_V2.pdf
- Gunawan, W.. (2017). Motif dan Kepuasan Subscriber Menonton Channel ‘Kok Bisa’ di Youtube. *Jurnal E-komunikasi*, 5, (2): 1-10.
- Hariyanto, Bambang. (2008). *Dasar Informatika dan Ilmu Komputer*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Hasugian. (2009). *Dasar-dasar Ilmu Perpustakaan dan Informasi*. Medan: USU Press.
- Heriyanto, H., & Suharso, P. (2014). Open Access-Enhancing Scholarly Communication. In *International Seminar Proceeding Strengthening National Identity through Language, Literature, and History*. Semarang: Fakultas Ilmu Budaya - UNDIP.
- (<https://www.youtube.com/channel/UCu0yQD7NFMylu-TmKa4Hqg>)
- (<https://dataportal.com/reports/digital-2019-indonesia>)
- Kindarto. P. (2008). *Belajar Sendiri Youtube (Menjadi Mahir Tanpa Guru)*. Jakarta: PT. Alex Media Komputindo.
- Patton, Michael Quinn. (2002). *Qualitative Research & Evaluation Methods*. London: Sage.
- Raco, J. R. (2010). *Metode Kuslitatif: Jenis, Karakteristik, dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.
- Rahmawan, Detta dkk. (2018). *Potensi Youtube Sebagai Media Edukasi Bagi Anak Muda*. 8, 1-8.
- Rudyanto, A., M.. (2011). *Pemrograman Web Dinamis Menggunakan PHP dan MySQL*. Yogyakarta: Andi Off Set.
- Strauss, Anselm dan Juliet Corbin. (2003). *Dasar-dasar Penelitian Kualitatif*. Terjemahan oleh Muhammad Shodiq dan Imam Muttaqien. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R & D*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2012). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- _____. (2015). *Metode dan Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Suharso, P. (2019). Pemanfaatan Drone Emprit dalam Melihat Trend Perkembangan Bacaan Digital melalui Akun Twitter. *Anuva: Jurnal Kajian Budaya, Perpustakaan, Dan Informasi*, 3(4), 333–346.
<https://doi.org/10.14710/anuva.3.4.333-346>
- Sutarman. (2012). *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara. Hlm. 14
- Tate, M. A. (2010). *Web Wisdom: How to Evaluate and Create Information Quality on the Web*. New York: CRC Press.
- Yusuf, A Muri. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif & Penelitian Gabungan*. Jakarta: Prenadamedia Group.