

Analisis Resepsi Mahasiswa Bandung Terhadap Konten Self Development Pada YouTube “Satu Persen”

Fanny Nurlita¹, Adrio Kusumareza Adim²

¹ Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom , Indonesia,
fannynurlita@student.telkomuniversity.ac.id

² Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Ilmu Sosial, Universitas Telkom, Indonesia,
adriokusma@telkomuniversity.ac.id

Abstrak

Kanal YouTube Satu Persen merupakan kanal yang membahas konten kesehatan mental, edukasi dan *self development*. *self development* adalah proses yang dilakukan oleh individu dengan kesadaran untuk mengalami perubahan positif dalam dirinya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerimaan pesan dan posisi khalayak terkait konten *self development* pada YouTube Satu Persen lewat analisis resepsi stuart hall yaitu *Dominan-Hegemonic Position*, *Negotiated Position*, dan *Opposite Position*. Meningkatnya penggunaan media sosial, khususnya YouTube, sebagai sumber utama informasi dan pengembangan diri di kalangan mahasiswa, menunjukkan adanya pergeseran pola pencarian dukungan dan pengetahuan dari media konvensional ke platform digital yang lebih interaktif dan mudah diakses. Metode yang digunakan yaitu kualitatif dengan paradigma kontruktivisme dan metode analisis resepsi pesan Stuart Hall. Subjek penelitian ini yaitu mahasiswa di Bandung, Jawa Barat yang mengikuti dan menonton 3 konten tentang *self development* dari YouTube Satu Persen kemudian memberikan hasil pemaknaan mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 9 informan meresepsi pesan pengenai konten *self development* pada YouTube Satu Persen dimana 8 dari 9 informan menempati *Dominan-Hegemonic Position*, 1 dari 9 informan menempati *Negotiated Position*, dan tidak ada informan yang menempati posisi *Opposite Position* yang mengindikasikan bahwa konten tersebut umumnya diterima tanpa penolakan.

Kata Kunci: *Self Development, Analisis Resepsi, YouTube, Satu Persen, Mahasiswa*

I. PENDAHULUAN

Self-development atau pengembangan diri merupakan proses berkelanjutan untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kualitas pribadi seseorang. Proses ini melibatkan berbagai aspek kehidupan, termasuk pengalaman praktis, pendidikan formal dan informal, dan interaksi sosial. Dengan terus belajar dan memperoleh wawasan, individu dapat memiliki pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar mereka dan membuat keputusan yang lebih baik (Aminullah & Ali, 2020). Menolak melakukan *self-development* dapat menimbulkan berbagai dampak negatif, seperti terhambatnya pertumbuhan pribadi dan kecenderungan stagnan, serta kehilangan peluang untuk meningkatkan keterampilan dan pengetahuan yang penting di lingkungan yang terus berubah (Damayanti, 2023).

Kesehatan mental merupakan aspek penting dalam kehidupan mahasiswa yang tengah menghadapi berbagai tekanan akademis, sosial, dan perubahan lingkungan. Kondisi ini dapat mempengaruhi performa akademik dan kualitas hidup secara keseluruhan. Kesehatan mental yang baik mencerminkan kematangan emosional, kemampuan beradaptasi, dan penerimaan tanggung jawab (Fakhriyani, 2022). Salah satu cara untuk menjaga kesehatan mental adalah melalui *self development* atau pengembangan diri. Proses ini membantu individu meningkatkan keterampilan, pengetahuan, dan kualitas diri. Ketidaktinginan untuk berkembang dapat menyebabkan stagnasi, menurunnya rasa percaya diri, dan bahkan masalah psikologis seperti kecemasan serta depresi (Damayanti, 2023).

Di era digital, media sosial seperti YouTube menjadi sumber utama informasi dan edukasi, termasuk topik self-development. YouTube kini bukan sekadar platform hiburan, tetapi juga menjadi ruang pembelajaran informal bagi banyak mahasiswa (Isnawati, 2024). Salah satu kanal yang menonjol dalam hal ini adalah kanal Satu Persen. Kanal

YouTube Satu Persen, yang dikelola oleh PT Satu Persen Edukasi dan dipelopori oleh Ifandi Khainur Rahim, memiliki lebih dari 3 juta subscriber dan fokus pada konten pengembangan diri, kesehatan mental, dan motivasi hidup. Dibandingkan dengan kanal serupa, Satu Persen memiliki jangkauan audiens yang luas dan konten yang relevan dengan kebutuhan mahasiswa.



Gambar 1. 1 Kanal YouTube Satu Persen

Sumber: YouTube Satu Persen (2024)

Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teori analisis resepsi dari Stuart Hall yang menggunakan makna tayangan untuk memahami bagaimana audiens atau mahasiswa di Bandung menerima konten dari kanal YouTube Satu Persen sebagai subjek penelitian. Peneliti bertujuan untuk menggali cara audiens menanggapi pesan mengenai konten *self-development* atau pengembangan diri pada YouTube Satu Persen. Hall et all., (2005) menyatakan bahwa interpretasi khalayak terhadap suatu konten tidak selalu sesuai dengan makna yang dibuat oleh media, melainkan merupakan adaptasi dari makna *encoding-decoding*. Dalam konteks ini YouTube Satu Persen sebagai *encoder* yang membuat atau menyusun pesan tentang *self-development*. Namun, proses *decoding* atau interpretasi pesan audiens yaitu mahasiswa Bandung tidak selalu sesuai dengan konten tersebut yang disebabkan karena latar belakang, pemahaman, pengalaman dan masalah kesehatan mental yang berbeda-beda. Oleh karena itu penelitian ini penting untuk menggali bagaimana pesan diterima oleh audiens yaitu mahasiswa Bandung dari ketiga posisi *decoding* yaitu posisi dominan audiens menerima pesan secara penuh, posisi negosiasi negosiasi audiens menerima pesan tetapi juga memberikan pandangan sendiri, posisi oposisi audiens menolak pesan tersebut

II. TINJAUAN LITERATUR

A. Teori Resepsi Pesan Stuart Hall

Teori encoding-decoding yang dikemukakan oleh Stuart Hall (2005) menjadi landasan penting dalam memahami bagaimana audiens menafsirkan pesan media. Hall menjelaskan bahwa pesan yang dikodekan oleh pembuat media belum tentu diterima secara sama oleh audiens, karena proses decoding dilakukan berdasarkan konteks sosial, budaya, dan pengalaman individu. Hall membagi posisi interpretasi audiens menjadi tiga, yaitu dominant-hegemonic (sepenuhnya menerima pesan), negotiated (menerima dan menolak sebagian), dan oppositional (menolak pesan). Teori ini relevan untuk menganalisis meresepsi mahasiswa terhadap konten pengembangan diri di kanal YouTube Satu Persen, karena memungkinkan peneliti menggali bagaimana pesan media diinterpretasikan secara berbeda oleh setiap individu sesuai konteks mereka (Prakoso & Haryanti, 2023)

B. *Self Development*

Self development atau pengembangan diri adalah proses berkelanjutan dalam meningkatkan pengetahuan, keterampilan, dan kualitas pribadi, yang mencakup pendidikan formal, pengalaman, dan interaksi sosial (Aminullah & Ali, 2020). *Self development* bertujuan memperbaiki kualitas hidup, menumbuhkembangkan bakat, kreativitas, dan kompetensi individu (Hasanudin et al., dalam Ainul Magfirah et al., 2023). Dalam konteks digital, konten *self development* seperti yang ditawarkan oleh kanal YouTube Satu Persen dapat menjadi media untuk membantu individu, terutama mahasiswa, memahami dan mengembangkan potensi diri mereka secara lebih baik.

C. Aspek dan Indikator *Self Development*

Tiga aspek utama pengembangan diri yang penting dalam era teknologi komunikasi adalah pendidikan, jaringan sosial, dan pengalaman (Aminullah & Ali, 2020). Pendidikan mempersiapkan individu dengan pengetahuan dan keterampilan, jaringan sosial memperluas akses informasi dan kolaborasi, sementara pengalaman hidup memberikan

pembelajaran adaptif. Selain itu, indikator *self development* meliputi penilaian diri, refleksi diri, dan tindakan pengembangan diri yang mencakup penetapan tujuan dan manajemen waktu (Almas et al., dalam Ramadhan & Nuraeni, 2023). Aspek dan indikator ini menjadi kerangka analisis untuk memahami bagaimana mahasiswa Bandung menerima dan menginternalisasi konten *self development* di YouTube.

D. Media Digital dan Media Sosial

Media digital mencakup berbagai bentuk media yang dapat diakses secara daring melalui internet, seperti teks, gambar, video, dan audio, dengan keunggulan akses real-time, kemampuan update cepat, dan fitur interaktif (Irwansyah, dalam Batubara & Maharani, 2022). Media sosial, termasuk YouTube, berperan penting sebagai platform interaksi sosial dan pembuatan konten berbasis komunitas (Zarella, dalam Batubara & Maharani, 2022; Asmaya, dalam Batubara & Maharani, 2022). YouTube sebagai platform berbagi video yang mudah diakses sejak tahun 2005 (Arifin, 2024), memungkinkan penyebaran konten pengembangan diri yang inspiratif namun juga memiliki tantangan seperti keberadaan konten yang tidak pantas dan komentar negatif (Mahendra, 2020). Hal ini relevan untuk penelitian karena mempengaruhi bagaimana mahasiswa Bandung menerima dan menafsirkan konten *self development*.

E. Konten Digital

Konten adalah segala bentuk informasi dalam media elektronik, termasuk teks, gambar, video, dan audio yang diolah dalam format digital (Mahmudah & Rahayu, 2020). Konten video dan audio di kanal YouTube Satu Persen menjadi medium penting dalam menyampaikan materi *self development*, sehingga memungkinkan analisis mendalam tentang persepsi dan pengaruh konten tersebut terhadap audiens mahasiswa Bandung.

F. Kerangka Penelitian

Kerangka pemikiran merupakan sebuah gambaran yang merepresentasikan hubungan antara variabel yang dijelaskan melalui alur pemikiran yang logis. Penelitian Analisis Resepsi Mahasiswa Bandung Terhadap Konten *Self Development* Pada Kanal YouTube Satu Persen ini memiliki tujuan untuk mengetahui pemaknaan mengenai konten video *self development* yang ada pada kanal YouTube Satu Persen. Maka dari itu, berikut bagan kerangka penelitian yang disusun untuk menggambarkan penelitian ini:



Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran
Sumber: Olahan Peneliti

III. METODOLOGI PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Menurut Arikunto dalam (Thabroni, 2021) metode penelitian merupakan cara utama yang digunakan oleh peneliti untuk mencapai tujuan dan menemukan solusi masalah. Selain itu metode penelitian adalah proses sistematis untuk mendapatkan data atau kebenaran yang didasarkan pada fakta dan logika (Pratama, 2024). Menurut (Creswell, 2012) menyatakan pendekatan penelitian kualitatif, suatu proses penelitian ilmiah yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman tentang masalah manusia dalam konteks sosial. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif pendekatan teori Stuart Hall tentang analisis resepsi. Kumpulan data terdiri dari kata-kata, gambar, dan bukan angka, dan apa pun yang dikumpulkan dapat bermanfaat bagi penelitian (Moleong, 2017).

B. Paradigma Penelitian

Paradigma mengacu pada perspektif penelitian yang digunakan peneliti. Perspektif ini mencakup bagaimana peneliti melihat dunia, bagaimana mereka mempelajari fenomena, metode yang mereka gunakan dalam penelitian, dan bagaimana mereka menginterpretasikan hasil penelitian (Gunawan, 2022). Peneliti menggunakan studi resepsi, yang termasuk dalam kategori paradigma kritis. Paradigma kritis menekankan kritik terhadap struktur sosial yang menindas dan mengungkap proses dominasi serta marginalisasi dalam masyarakat, khususnya dalam konteks komunikasi dan media massa (Denzin et all., 2009). Peneliti menggunakan paradigma kritis untuk memahami bagaimana penerimaan pesan Mahasiswa Bandung pada kanal YouTube Satu Persen terhadap konten *Self-development*

C. Subjek Penelitian

Subjek penelitian merupakan individu yang berperan sebagai informan, yaitu orang yang memberikan informasi terkait situasi dan kondisi di lokasi penelitian. Informan ini sangat penting karena mereka membantu peneliti untuk memperoleh wawasan yang lebih mendalam mengenai berbagai aspek yang terjadi di lingkungan yang sedang diteliti. Dalam hal ini, subjek penelitian terbagi menjadi dua kategori informan yaitu informan ahli seseorang yang memiliki pengetahuan atau keahlian mendalam di suatu bidang tertentu dalam penelitian ini, peneliti memilih seorang Psikolog sebagai informan ahli dan pada informan kunci seorang yang akan menjadi sumber informasi utama dalam penelitian dalam penelitian ini, peneliti memilih Mahasiswa Bandung sebagai informan kunci.

D. Objek Penelitian

Objek penelitian adalah subjek atau aktivitas yang telah ditentukan oleh peneliti untuk dianalisis lebih lanjut agar dapat diambil kesimpulan (Sugiyono, 2017). Dalam penelitian ini, objek yang menjadi fokus adalah pesan yang diproduksi oleh Kanal YouTube Satu Persen. Pesan tersebut akan digunakan sebagai dasar dalam menyusun pertanyaan wawancara untuk informan. Peneliti akan meminta informan untuk mengartikan atau menjelaskan makna pesan dari video yang telah mereka tonton di kanal YouTube Satu Persen, berdasarkan pemahaman pribadi masing-masing. Dengan demikian, objek penelitian ini berfokus pada konten *self development* dari kanal YouTube Satu Persen, yang diharapkan dapat memberikan wawasan mendalam mengenai bagaimana individu memahami dan menginterpretasikan informasi yang disajikan dalam video tersebut.

E. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Kota Bandung, yang dikenal sebagai pusat pendidikan tinggi di Jawa Barat dan memiliki peringkat pertama dalam jumlah mahasiswa terbanyak di provinsi tersebut (Destriana, 2024). Selain itu, Bandung juga merupakan daerah yang menghadapi permasalahan stres dan kecemasan di kalangan mahasiswa, yang sering kali sulit untuk dikendalikan (Muhammad Mestizo et al., 2023). Pemilihan lokasi ini didasarkan pada situasi yang ada, di mana tingkat stres dan kecemasan di kalangan mahasiswa menjadi isu penting yang relevan untuk diteliti. Kesesuaian lokasi dengan topik penelitian semakin diperkuat dengan kondisi sosial dan akademik di Bandung yang memungkinkan untuk mendapatkan data yang representatif mengenai kondisi mental mahasiswa di kota ini.

F. Unit Analisis

Dalam Penelitian ini Unit analisis merupakan 3 konten video dalam kanal YouTube Satu Persen yang menggambarkan pesan tentang *self development*. Konten tersebut diperlihatkan kepada informan untuk mengetahui pemaknaan mahasiswa Bandung mengenai *self development* pada Kanal YouTube Satu Persen kemudian hasilnya akan menempatkan informan kedalam tiga posisi Stuart Hall.

G. Metode Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan data primer dan data sekunder. Data primer yang digunakan berupa wawancara mendalam dan dokumentasi. Sedangkan data sekunder diambil dari literatur atau referensi terdahulu yang ada di jurnal, buku, dan karya ilmiah yang relevan dengan penelitian ini.

H. Keabsahan Data

Analisis data pada penelitian ini menggunakan reduksi data, penyajian data, dan penarikan Kesimpulan. Sedangkan teknik keabsahan data pada penelitian ini menggunakan metode triangulasi sumber. Selain itu, kredibilitas, keterlilah, kepastian, dan keaslian.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil

Hasil penelitian didapatkan lewat wawancara mendalam dengan 9 informan sebagai mahasiswa Bandung yang menonton konten *self development* pada kanal YouTube Satu Persen. Informan dalam penelitian ini memiliki variasi latar belakang yang akan memengaruhi proses pemaknaan dalam meresepsi pesan mengenai konten tersebut. Informan diberikan 3 konten mengenai *self development* dari Kanal YouTube Satu Persen yang kemudian hasil jawaban informan dikategorisasikan pada tiga posisi resepsi pesan milik Stuart Hall yaitu Dominant-Hegemonic Position, Negotiated Position, dan Opposite Position. Dari sembilan informan yang diwawancara, hasil menunjukkan bahwa:

1. Dominant-Hegemonic Position

Hasil penelitian menunjukkan 8 dari 9 informan menempati posisi Dominant-Hegemonic Position, di mana mereka sepenuhnya menerima dan memahami pesan yang disampaikan oleh Kanal YouTube Satu Persen.

2. Negotiated Position

Hasil penelitian menunjukkan 1 dari 9 informan menempati posisi Negotiated Position, di mana ia menerima sebagian pesan Kanal YouTube Satu Persen tetapi juga memiliki interpretasi pribadi yang berbeda.

3. Opposition Position

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada informan yang menempati posisi Opposition Position, dimana informan tidak menolak makna yang disampaikan dan memberikan interpretasi yang bertentangan dengan pesan yang ada pada kanal YouTube Satu Persen.

Berikut adalah tabel yang menunjukkan posisi informan sebagai mahasiswa Bandung dalam meresepsi pesan:

Tabel 4.1 Pengelompokan Informan Berdasarkan Tiga Posisi Pemaknaan

No.	Konten	<i>Dominant-Hegemonic Position</i>	<i>Negotiated Position</i>	<i>Opposite Position</i>
1.	Konten 1	Informan 1 Informan 2 Informan 3 Informan 4 Informan 5 Informan 6 Informan 7 Informan 8 Informan 9		
2.	Konten 2	Informan 1 Informan 2 Informan 3 Informan 4 Informan 5 Informan 6 Informan 7		

		Informan 8 Informan 9		
3.	Konten 3	Infoman 1 Informan 2 Informan 3 Informan 5 Informan 6 Informan 7 Informan 8 Informan 9	Informan 4	

Sumber : Hasil Olahan Peneliti, 2025

B. Pembahasan

Sebagian besar informan (8 dari 9) menunjukkan penerimaan penuh terhadap pesan yang disampaikan dalam konten *self-development* di kanal YouTube Satu Persen. Mereka berada dalam *dominant-hegemonic position*, yaitu sepenuhnya memahami dan menyetujui pesan sesuai dengan maksud pembuatnya. Konten yang mencakup penilaian diri, refleksi diri, dan menetapkan tujuan hidup dianggap sangat relevan dengan kehidupan mereka sebagai mahasiswa yang menghadapi tekanan akademik dan sosial.

Penerimaan ini didukung oleh pengalaman pribadi para informan yang merasa konten tersebut memberikan kesadaran baru, membantu memahami kelebihan dan kekurangan diri, serta memotivasi mereka untuk merancang langkah mencapai tujuan hidup. Pernyataan seperti “**aku tersadari**”, “**ngebut aku mikir**”, dan “**aku bisa lebih kenal sama diri aku**” menunjukkan bahwa konten tersebut memicu refleksi dan perubahan positif.

Latar belakang individu, seperti status sebagai mahasiswa akhir, pengalaman magang, atau krisis percaya diri pasca pandemi, turut memengaruhi cara mereka menerima dan memaknai pesan. Misalnya, beberapa informan mengaitkan konten dengan pengalaman nyata dalam mengejar cita-cita dan keluar dari zona nyaman. Hal ini menegaskan bahwa pesan dalam konten Satu Persen tidak hanya diterima secara pasif, tapi juga diinternalisasi dalam kehidupan mereka.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa mayoritas mahasiswa Bandung yang menjadi informan (8 dari 9 orang) menempati posisi ***Dominant-Hegemonic*** dalam teori resepsi Stuart Hall, artinya mereka menerima sepenuhnya pesan yang disampaikan oleh konten *self-development* pada kanal YouTube *Satu Persen*. Sementara itu, 1 informan menempati ***Negotiated Position***, yakni menerima pesan namun menyesuaikannya dengan pemikiran pribadi. Tidak ada informan yang menunjukkan ***Oppositional Position*** atau penolakan terhadap konten. Hal ini menunjukkan bahwa pesan dari kanal *Satu Persen* cenderung diterima dan dimaknai sesuai konteks sosial dan pengalaman pribadi informan tanpa adanya penolakan signifikan.

B. Saran

1. Saran Akademik

Penelitian ini bisa jadi referensi dalam studi komunikasi. Peneliti selanjutnya disarankan membandingkan beberapa kanal YouTube serupa, menggabungkan metode kuantitatif, dan meninjau resepsi berdasarkan latar belakang audiens.

2. Saran Praktis

Mahasiswa diharapkan lebih kritis dalam menyerap konten *self development*. Kreator konten disarankan menyajikan materi yang mudah dipahami, relevan, dan inklusif terhadap keberagaman audiens.

REFERENSI

- Ainul Magfirah, S., Qarimah, A., Khaerunnisa, P., Psikologi, F., & Negeri Makassar, U. (2023). Psikoedukasi Self Development Pada Siswa SMA Negeri 15 Bulukumba. *Jurnal Pendidikan, Sosial Dan Humaniora*, 2(6).
- Aminullah, M., & Ali, M. (2020). *KONSEP PENGEMBANGAN DIRI DALAM MENGHADAPI PERKEMBANGAN TEKNOLOGI KOMUNIKASI ERA 4.0*. <https://doi.org/10.20414/jurkom.v12i1.2243>
- Arifin, R. D. (2024, March 4). *Pengertian YouTube – Sejarah, Fitur, Manfaat, Kelebihan, Kekurangan*. Dianisa.Com.
- Batubara, S., & Maharami, F. (2022). PENGEMBANGAN USAHA UMKM DI MASA PANDEMI MELALUI OPTIMALISASI PENGGUNAAN DAN PENGELOLAAN MEDIA DIGITAL. *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 02(01), 1017–1022. <https://stp-mataram.e-journal.id/Amal>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research: Planning, Conducting, and Evaluating Quantitative and Qualitative Research*. Pearson.
- Damayanti, D. (2023a, December 17). *6 Dampak Negatif bagi Gen z yang Enggan Lakukan Self Developent*. IDN TIMES.
- Damayanti, D. (2023b, December 23). *6 Dampak Negatif bagi Gen Z yang Enggan Lakukan Self-Development Artikel ini telah tayang di Idntimes.com dengan judul “6 Dampak Negatif bagi Gen Z yang Enggan Lakukan Self-Development”*. Klik untuk baca: <https://www.idntimes.com/life/career/daysdesy/dampak-negatif-enggan-melakukan-self-development-c1c2>. IDN TIMES.
- Destriana, M. (2024, March 1). *Layak Disebut Kota Mahasiswa, Ini 5 Daerah dengan Kampus Terbanyak di Jawa Barat*. AYOBANDUNG.COM.
- Fakhriyani, D. V. (2022). *LITERASI KESEHATAN MENTAL*. Madza Media. www.madzamedia.co.id
- Fauzi, U., Effendi, E., & Dity, A. (2024). OPTIMASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL OLEH MAHASISWA HUKUM EKONOMI SYARIAH: ANALISIS STRATEGI EFEKTIF PADA PLATFORM YOUTUBE. *KOMUNIKAN | Jurnal Komunikasi*, 3(1).
- Gunawan, I. (2022). *Metode Penelitian Kualitatif: Teori dan Praktik*. Bumi Aksara.
- Herdiansyah, H. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Salemba Humanika.
- Isnawati. (2024, April 7). *Manfaatkan YouTube untuk Pengembangan Diri: Motivasi dan Pembelajaran untuk Pertumbuhan Pribadi*. Bumiayu.Id.
- Mahendra, M. R. (2020). *Youtube Sebagai Media Pembelajaran*. <https://doi.org/10.19030/tlc.v12i2.9182>
- Mahmudah, S. M., & Rahayu, M. (2020). Pengelolaan Konten Media Sosial Korporat pada Instagram Sebuah Pusat Perbelanjaan. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, 2(1), 1–9. <https://doi.org/10.33366/jkn.v2i1.39>
- Maulida, N. A. (2020). *Pengembangan Diri di Tengah Pandemi Covid-19 sebagai Bagian Aktualisasi Nilai Bela Negara (Self Development in the Middle of Covid-19 Pandemic as a Part of Actualization of State Defending Value)*. <https://ssrn.com/abstract=3620844>
- Moleong, L. J. (2002a). *Metode Penelitian Kualitatif*. PT. REMAJA ROSDAKARYA.
- Moleong, L. J. (2002b). *Metodologi penelitian kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Muhammad Mestizo, M., Azahra Putri, N., Rahma Maulani, D., Fandi Ahmad, dan, & STIA LAN Bandung, P. (2023). *Menjaga Kesehatan Mental Mahasiswa di Jawa Barat dengan Program Jabar Katalunya*.
- Prakoso, A. A., & Haryanti, Y. (2023). *Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Penggunaan Bahasa Daerah Pada Konten Youtube Comedy Sunday" Jawa Jawa*.
- Pratama, R. (2024, June 25). *Metode Penelitian: Pengertian, Jenis, dan Contohnya*. Bocahkampus.
- Ramadhani, F. J., & Nuraeni, R. (2023). Pengaruh Podcast Sebagai Media Untuk Meningkatkan Self Development Mahasiswa Indonesia (Studi Pada Mahasiswa Indonesia Pendengar Podcast ‘Self Dev By Andreas Bordes’). *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 27(1), 35–50. <https://doi.org/10.17933/jskm.2023.5133>
- Riliana, E., & Yuliana, N. (2023). *Youtube “Satu Persen” Sebagai Sarana Komunikasi Massa Pengembangan Diri Mahasiswa*. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial*, 1(3), 277–295. <https://doi.org/10.59581/harmoni-widyakarya.v1i3.1896>

- Satu Persen. (2024). *Kenalan dengan Kami, Yuk!* Satu Persen.
- Sugiyono. (2017a). *Metode Penelitian Kualitatif: Untuk Penelitian yang Bersifat Eksploratif, Enterpretif, Interaktif dan Konstruktif*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:148651289>
- Sugiyono. (2017b). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta CV.
- Susanto, D., Jailani, Ms., & Sulthan Thaha Saifuddin Jambi, U. (2023). *Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data Dalam Penelitian Ilmiah*. <http://ejournal.yayasanpendidikanzurriyatulquran.id/index.php/qosim>
- Thabroni, G. (2021, February 5). *Metode Penelitian: Pengertian & Jenis menurut Para Ahli*. Serupa.Id.
- Umanailo, M. C. B. (2019). *Paradigma Konstruktivis*. <https://api.semanticscholar.org/CorpusID:243112185>
- Utami, F. T., & Zanah, M. (n.d.). *Youtube Sebagai Sumber Informasi Bagi Peserta Didik di Masa Pandemi Covid-19. Jurnal Sinestesia*, 11(1), 2021. <https://sinestesia.pustaka.my.id/journal/article/view/64>
- We are social. (2024, January 31). *Digital 2024" 5 Billion Social Media Users*.