

Analisis Kepuasan Algoritma Video Youtube sebagai Sumber Media Pembelajaran Bagi Mahasiswa Perguruan Tinggi

B Gerald^{*1}, K A Chi², P Sapan³, Y Gumulia⁴, K Wulandari⁵

¹⁻⁵ Program Studi Sistem Informasi, Universitas Atma Jaya Yogyakarta

E-mail: benediktus.gerald@gmail.com^{*1}, kalvinardianchi32@gmail.com²,
aldobarca07@gmail.com³, yesayagumulia12@gmail.com⁴,
kristina.wulandari@uajy.ac.id⁵

Abstrak. YouTube merupakan salah satu platform digital yang banyak digunakan oleh mahasiswa, baik untuk hiburan maupun pembelajaran. Namun, algoritma YouTube yang bersifat personalisasi lebih sering merekomendasikan konten hiburan dibandingkan konten edukatif. Penelitian ini penting untuk mengetahui sejauh mana mahasiswa merasa puas terhadap algoritma YouTube sebagai sumber media pembelajaran. Survei dilakukan terhadap 59 mahasiswa perguruan tinggi untuk mengetahui pola penggunaan dan persepsi mereka terhadap fungsi edukatif platform ini. Hasil menunjukkan bahwa 98,3% mahasiswa menggunakan YouTube, namun sebagian besar mengaksesnya untuk hiburan (67,8%) dan pada malam hari (62,7%). Durasi penggunaan dominan berada pada rentang 1–4 jam per hari. Meskipun intensitas penggunaan tinggi, hanya sebagian kecil mahasiswa yang menggunakan YouTube secara intens untuk tujuan pembelajaran. Penelitian ini memberikan kontribusi praktis bagi pendidik dan pembuat konten dalam mengembangkan strategi penyampaian materi yang sesuai dengan kebiasaan digital mahasiswa. Selain itu, hasil ini dapat menjadi masukan bagi pengembangan algoritma platform agar mampu merekomendasikan konten edukatif secara lebih efektif. Penelitian ini menegaskan perlunya pendekatan yang lebih strategis dalam pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran yang relevan dan adaptif di era digital.

Kata kunci: YouTube, algoritma, media pembelajaran, mahasiswa, kepuasan pengguna

Abstract. YouTube is one of the most widely used digital platforms among university students, serving both entertainment and educational purposes. However, its personalized algorithm tends to recommend entertainment content more frequently than educational material. This study aims to analyze student satisfaction with YouTube's video algorithm as a learning media source. A survey was conducted involving 59 university students to examine their usage patterns and perceptions. The results show that 98.3% of respondents use YouTube, with the majority accessing it primarily for entertainment (67.8%) and mostly during the evening (62.7%). The dominant usage duration is between 1 to 4 hours per day. Despite the high usage rate, only a small portion of students use YouTube intensively for learning purposes. This research provides practical contributions for educators and content creators in designing strategies that align with students' digital habits. Furthermore, the findings can serve as input for platform developers to enhance algorithm

effectiveness in recommending educational content. This study highlights the need for a more strategic approach in utilizing YouTube as a relevant and adaptive learning tool in the digital era.

Keywords: *YouTube, algorithm, learning media, university students, user satisfaction*

1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, terutama dalam dunia sosial. Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yaitu APJII tercatat bahwa Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 221.563.479 jiwa dari 278.696.200 total penduduk di tahun 2024 [1]. Angka tersebut menunjukkan bahwa bagaimana sebuah teknologi memiliki peranan dan kontribusi yang besar terhadap kehidupan manusia. Tentunya dengan perkembangan ini teknologi akan membawa arus informasi, pengetahuan, dan komunikasi yang semakin cepat dan akan terus berkembang mempengaruhi kehidupan sosial manusia [2]. Sosial media merupakan media digital *online* yang membantu manusia dalam bertukar informasi [3], sosial media menjadi salah satu wadah komunikasi digital yang memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan manusia. Media sosial tidak hanya sebagai sarana informasi melainkan menjadi alat strategis dalam *digital marketing*, *endorsement*, dan *brand activation* terutama di kalangan Gen Z dan *digital native* [4].

Kehadiran teknologi digital dalam kehidupan sehari-hari telah membentuk kelompok masyarakat yang tumbuh dan berinteraksi secara alami dengan teknologi, yang kemudian dikenal sebagai generasi *digital native* [5]. Generasi yang hidup di era *digital native* digambarkan sebagai sebuah generasi yang mahir dalam teknologi, pengaksesan data, dan informasi [6], sehingga *digital native* didefinisikan sebagai generasi yang terlahir seiring berkembangnya teknologi, internet, maupun perangkat digital lainnya [7]. Dengan berkembangnya teknologi digital dan budaya *digital native* kehidupan manusia kini semakin relevan dengan penggunaan media sosial dalam sehari-hari, terutama pada saat situasi seperti pandemi Covid-19.

Transisi situasi yang sulit mengharuskan manusia harus memanfaatkan teknologi digital seefisien mungkin terutama pada saat pandemi, hal ini kemudian mendorong potensi media digital sebagai suatu alat terutama sebagai media pembelajaran. Platform media sosial seperti Youtube tidak hanya berfungsi sebagai platform hiburan, melainkan dimanfaatkan sebagai sumber media yang edukatif seperti pemanfaatannya sebagai konten kreatif Virtual Youtuber untuk menarik minat belajar mahasiswa [8].

Youtube dapat berperan sebagai alat media pembelajaran memberikan dampak yang baik bagi pendidik maupun peserta didik. Penggunaan visual dan suara yang menarik dapat meningkatkan motivasi penonton serta pemahamannya terhadap suatu konten pembelajaran [9]. Salah satu contoh kreator edukatif yang populer adalah *channel* YouTube bernama KokBisa? menyajikan video dengan animasi sederhana, durasi singkat, dan topik yang mudah dipahami, sehingga mampu menarik perhatian serta mempermudah pemahaman konsep pembelajaran segi kontennya mengandalkan video animasi sederhana untuk semua kalangan umur serta durasi video yang pendek [10]. Setiap konten kreator memiliki caranya tersendiri untuk menarik perhatian penonton, hal tersebut semakin mendorong dan dapat menjangkau lebih banyak orang dengan preferensi berbeda-beda.

Youtube merupakan media sosial dengan konsep awal berbasis web. Youtube memungkinkan pengguna untuk mengunggah, menonton, dan berbagi video. Setiap aktivitas Youtube yang dilakukan oleh pengguna akan disesuaikan dan dipersonalisasi sesuai dengan algoritma. Algoritma dalam Youtube menjadi sebuah sistem yang akan mengatur preferensi video yang akan muncul dalam suatu halaman [11], dalam hal ini algoritma yang akan mengatur bagaimana sebuah pencarian maupun eksistensi video pada halaman utama pengguna Youtube.

Maraknya penggunaan media sosial mengharuskan sebuah platform untuk memperbaharui sistemnya demi mencapai nilai dan mendapatkan *feedback* baik dari pelanggan. Youtube membuka jendela yang luas bagi banyak khalayak terutama mahasiswa dalam mencari referensi pembelajaran. Youtube juga dapat

meningkatkan minat dan motivasi pembelajaran mahasiswa melalui penyampaian visual dan audio yang diberikan dibandingkan dengan pembelajaran konvensional seperti buku [12].

Penggunaan platform Youtube sebagai media sosial mengharuskan platform menyesuaikan preferensi dan personalisasi terhadap aktivitas penggunaannya untuk mencapai konsistensi terhadap preferensi video yang mereka berikan kepada pelanggan, hal ini merupakan algoritma yang akan menampilkan konten relevan, meningkatkan durasi penggunaan pengguna, dan mendukung *creator* Youtube itu sendiri [13]. Maka dari itu, pencaharian dan penyajian video menjadi sebuah permasalahan bagi pengguna platform untuk mencari konten yang tepat.

Berdasarkan latar belakang, algoritma Youtube menjadi sistem yang mengatur kemunculan video, algoritma bekerja dengan mengolah data besar menggunakan pola [14], sehingga dapat disalurkan kepada pengguna, dalam hal ini sistem algoritma Youtube juga bisa menghasilkan kualitas konten yang salah sasaran maupun tidak akurat terhadap preferensi pengguna. Penelitian sebelumnya menunjukkan adanya potensi penggunaan media sosial sebagai media pembelajaran, namun kecenderungan mahasiswa masih menunjukkan bahwa mayoritas penggunaan media adalah sebagai sarana hiburan [15]. Algoritma YouTube memiliki peran besar dalam faktor fungsionalitas, ketertarikan, dan hubungan pengguna [16], sehingga faktor ini perlu untuk dipahami bagaimana algoritma tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal untuk mendukung proses pembelajaran. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengetahui kepuasan mahasiswa perguruan tinggi terhadap algoritma Youtube sebagai media pembelajaran.

2. Metode

Penelitian menggunakan metode pendekatan campuran yaitu dengan penyebaran kuesioner yang kemudian dilakukan penjabaran data kuantitatif yang dianalisis secara kualitatif. Penggunaan metode ini dilakukan dengan tujuan mendapatkan pemahaman yang lebih rinci, lengkap dan objektif [17] mengenai kepuasan mahasiswa terhadap algoritma video YouTube sebagai sumber pembelajaran mahasiswa perguruan tinggi.

2.1 Rancangan Kuesioner

Pengambilan data primer dilakukan dengan kuesioner melalui Google Form yang diberikan kepada mahasiswa. Kuesioner terbagi menjadi empat bagian, bagian pertama berupa data diri yang berisi dua butir pertanyaan, bagian kedua berupa pertanyaan terkait media sosial yang berisi empat pertanyaan, bagian ketiga berupa pengalaman terkait Youtube sebagai sarana pembelajaran yang berisi delapan pertanyaan, bagian terakhir berupa esai terkait algoritma Youtube yang berisi empat pertanyaan. Berikut adalah penjabarannya dalam Tabel 1.

Tabel 1. Pertanyaan Algoritma YouTube

No.	Pertanyaan
Pertanyaan terkait data diri	
1	Berapa Usia Anda?
2	Jenis Kelamin
Pertanyaan terkait media sosial (Tiktok, Youtube, Facebook, X, dan sejenisnya)	
1	Apakah Anda sering menggunakan media sosial seperti Youtube, Instagram, Tiktok, X, Facebook, dan sejenisnya?
2	Seberapa lama Anda menggunakan media sosial dalam sehari?
3	Apa tujuan Anda menggunakan media sosial?
4	Kapan waktu yang paling Anda sering gunakan untuk melihat media sosial?
Pertanyaan terkait YouTube sebagai sarana pembelajaran	
1	Apakah Anda menggunakan Youtube?
2	Apakah Anda menggunakan Youtube secara intens?
3	Seberapa puaskah / nyaman dalam menggunakan Youtube?
4	Apakah Youtube efektif dalam meningkatkan minat dan motivasi pembelajaran?

No.	Pertanyaan
5	Apakah algoritma mempengaruhi pengalaman dalam menggunakan Youtube?
6	Apakah Anda merasa terbantu dengan algoritma video Youtube?
7	Apa hal yang mengganggu dalam pengalaman penggunaan Youtube?
8	Apakah Anda lebih sering mencari konten tertentu atau mengikuti rekomendasi algoritma?
Pertanyaan terkait algoritma YouTube	
1	Seberapa efektif algoritma Youtube membantu Anda untuk mencari sumber pembelajaran yang tepat?
2	Bagaimana cara Anda untuk memanfaatkan algoritma Youtube untuk mencari video pembelajaran yang tepat?
3	Apakah Anda memiliki strategi khusus dalam mencari video Youtube yang relevan dan juga akurat?
4	Apa alasan Anda menjadikan Youtube sebagai sarana untuk mencari informasi / pembelajaran?

2.2 Pengumpulan Data

Sumber data yang diambil dari penelitian ini berasal dari survei yang dilakukan secara *online* melalui Google Form, kemudian data yang diperoleh menjadi data primer. Pengambilan data juga akan dilakukan melalui jurnal yang terkait sebagai data sekunder. Setelah dilakukan pengumpulan data, kemudian dilakukan analisis, hasil analisis kemudian berupa deskriptif yang didapatkan dari statistik kuantitatif dan hasil analisis tematik yang berasal dari data kualitatif. Data yang dikumpulkan adalah data mahasiswa aktif Universitas Atma Jaya Yogyakarta angkatan 2023.

2.3 Pengolahan dan Analisis Data

Hasil data yang diperoleh dari penelitian ini merupakan data primer yang diambil dari hasil kuesioner melalui Google Form, data diolah menggunakan metode campuran kuantitatif dan juga kualitatif, kedua data diolah bersama dengan beberapa teori dan data sekunder yang berasal dari jurnal terkait. Dalam penelitian ini data primer kuantitatif dijadikan sebagai dasar acuan hasil dari lapangan yang kemudian data primer kualitatif dan data sekunder dari jurnal menjadi teori dan konteks yang dapat mendukung dan menjadi penjelas. Statistik data yang didapatkan akan disajikan melalui diagram dan dianalisis dengan metode deskriptif dengan sampling data sejumlah 59 responden.

3. Hasil dan Pembahasan

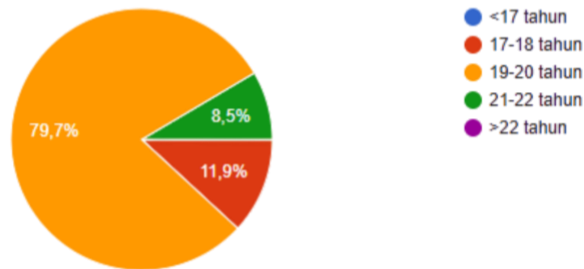
Pada bagian ini disajikan hasil yang diperoleh dari proses pengumpulan dan analisis data, yang kemudian dibahas untuk menjawab rumusan masalah dan tujuan penelitian. Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan hasil penelitian dengan teori yang relevan serta temuan dari penelitian sebelumnya.

3.1 Penggunaan Media Sosial oleh Mahasiswa

Hasil pengambilan data yang dilakukan melalui Google Form dilakukan pengelompokan data pengisi kuisisioner yang terdiri dari pertanyaan usia responden.

Berapa Usia Anda?

59 jawaban

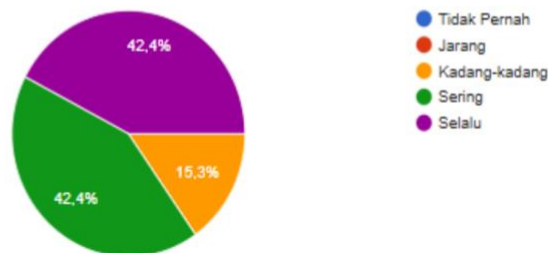


Gambar 1. Hasil Pengambilan Data

Gambar 1 merupakan hasil kuesioner diisi oleh 59 responden mahasiswa perguruan tinggi, dengan mayoritas berumur 19 hingga 20 tahun sebanyak 47 responden, 17 hingga 18 tahun sebanyak 7 responden, 21 hingga 22 tahun sebanyak 5 responden.

1. Apakah anda sering menggunakan media sosial seperti Youtube, Instragram, Tiktok, Facebook, X dan sejenisnya?

59 jawaban



Gambar 2. Penggunaan Media Sosial

Dalam Gambar 2 ditemukan bahwa mayoritas responden memiliki frekuensi penggunaan media sosial yang tinggi. Sebanyak 42,4% responden menyatakan bahwa mereka selalu menggunakan media sosial seperti YouTube, Instagram, TikTok, Facebook, X, dan sejenisnya. Kemudian 42,4% menyatakan sering menggunakannya. Sementara itu, hanya 15,3% responden yang menggunakan media sosial secara kadang-kadang. Tidak terdapat responden yang memilih kategori jarang maupun tidak pernah, yang menunjukkan bahwa semua responden memiliki keterlibatan tertentu dengan media sosial.

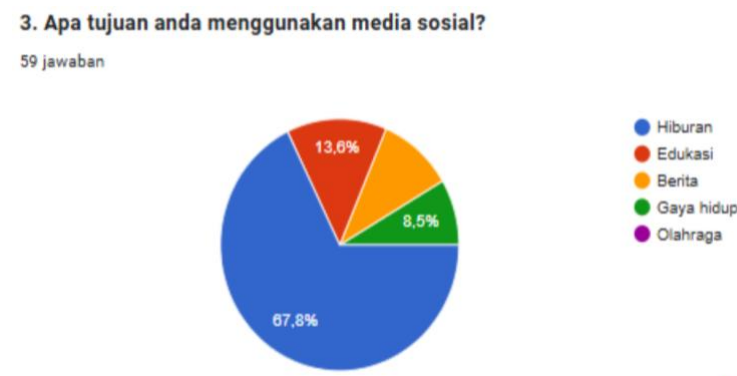
Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari responden. Tingginya tingkat penggunaan ini dapat dimanfaatkan sebagai saluran strategis untuk menyampaikan informasi pembelajaran maupun program berbasis digital. Hal ini juga mencerminkan bahwa generasi saat ini sangat terhubung dengan perkembangan teknologi komunikasi, khususnya melalui platform media sosial.



Gambar 3. Durasi Penggunaan Media Sosial

Gambar 3 menunjukkan hasil durasi dari penggunaan media sosial mayoritas responden memiliki durasi penggunaan media sosial yang cukup tinggi setiap harinya. Sebanyak 42,4% responden menggunakan media sosial selama 3–4 jam per hari, diikuti oleh 20,3% yang menggunakan selama 1–2 jam, dan 18,6% selama 5–6 jam. Selain itu, terdapat 15,3% responden yang menggunakan media sosial lebih dari 6 jam per hari, sementara hanya sebagian kecil (kurang dari 5%) yang menggunakannya kurang dari satu jam.

Data ini mengindikasikan bahwa media sosial memainkan peran besar dalam rutinitas harian responden. Hal ini perlu menjadi perhatian dalam konteks kesehatan digital, manajemen waktu, maupun strategi komunikasi digital yang menargetkan kelompok usia pengguna media sosial secara intensif.



Gambar 4. Tujuan Penggunaan Media Sosial

Gambar 4 menunjukkan hasil dari penggunaan media sosial tujuan utama penggunaan media sosial adalah untuk hiburan, dengan persentase yang sangat dominan yaitu 67,8%. Disusul oleh penggunaan untuk edukasi sebesar 13,6%, kemudian gaya hidup sebanyak 8,5%, dan berita sebesar 8,5%. Sementara itu, tidak ada responden yang memilih olahraga sebagai tujuan utama penggunaan media sosial. Hasil ini menunjukkan bahwa media sosial saat ini lebih banyak dimanfaatkan sebagai sarana hiburan daripada sebagai sumber informasi atau edukasi. Meski demikian, proporsi responden yang menggunakan media sosial untuk tujuan edukatif dan informatif masih cukup signifikan dan menunjukkan adanya potensi untuk pengembangan konten-konten bermuatan nilai pendidikan dan berita yang menarik.



Gambar 5. Waktu Yang Paling Sering Digunakan

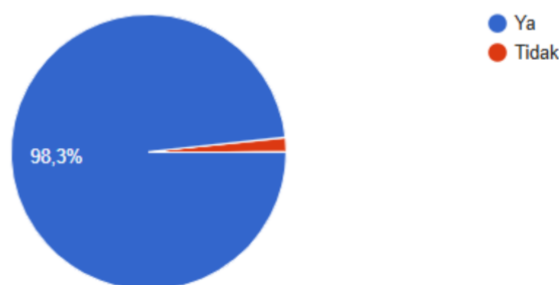
Gambar 5 menunjukkan hasil pertanyaan mengenai waktu paling sering digunakan untuk mengakses media sosial menunjukkan bahwa mayoritas responden (62,7%) paling sering mengakses media sosial pada malam hari (18.00–22.00). Selain itu, terdapat 13,6% responden yang aktif menggunakan media sosial pada larut malam (22.00–02.00). Sementara itu, penggunaan pada waktu siang (10.00–14.00) tercatat sebesar 10,2%, sore (14.00–18.00) sebesar 8,5%, dan pagi (06.00–10.00) hanya sebesar 5,1%.

Temuan ini menunjukkan bahwa malam hari merupakan waktu utama bagi responden untuk terlibat dengan media sosial, kemungkinan disebabkan oleh waktu luang setelah aktivitas utama seperti kuliah. Aktivitas media sosial juga masih cukup tinggi pada larut malam, yang mengindikasikan adanya pola *late-night scrolling* di kalangan pengguna.

3.2 Preferensi Mahasiswa terhadap Pengalaman Penggunaan Media Sosial Youtube sebagai Sumber Pembelajaran

1. Apakah anda menggunakan youtube?

59 jawaban

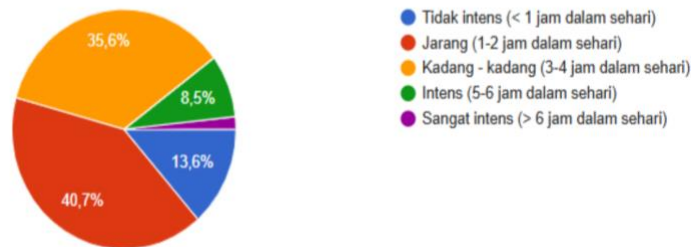


Gambar 6. Pengguna Youtube

Gambar 6 menunjukkan bahwa mayoritas mutlak responden, yaitu 98,3%, menyatakan bahwa mereka menggunakan platform YouTube. Hanya 1,7% responden yang menyatakan tidak menggunakan YouTube. Tingginya persentase ini menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi bagian penting dalam aktivitas digital Masyarakat.

2. Apakah kamu menggunakan youtube secara intens?

59 jawaban



Gambar 7. Penggunaan Youtube Secara Intens

Gambar 7 menunjukkan sebanyak 40,7% responden menyatakan menggunakan YouTube selama 3–4 jam per hari (kategori "Kadang-kadang"), dan 35,6% menyatakan menggunakan selama 1–2 jam per hari (kategori "Jarang"). Sementara itu, hanya 13,6% responden yang termasuk dalam kategori "Tidak intens" atau menggunakan kurang dari 1 jam per hari, dan 8,5% tergolong "Intens" (5–6 jam per hari). Kategori "Sangat intens" (> 6 jam per hari) tidak muncul dalam grafik, menunjukkan tidak ada responden yang memilihnya.

Mayoritas responden menonton YouTube selama 1 hingga 4 jam per hari, yang mencerminkan pola konsumsi konten yang teratur namun tidak berlebihan. Kondisi ini menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi bagian penting dari aktivitas digital sehari-hari responden, namun masih dalam batas wajar. Temuan ini dapat dijadikan dasar untuk menyusun strategi edukasi atau penyebaran konten berbasis video yang disesuaikan dengan durasi konsumsi yang umum dilakukan pengguna.

Tabel 2. Kepuasan terhadap penggunaan Youtube.

Pertanyaan	Responden
Sangat Puas	7
Puas	30
Cukup	21
Tidak Puas	1
Sangat Tidak Puas	4

Tabel 3. Keefektifan Youtube terhadap minat dan motivasi pembelajaran

Pertanyaan	Responden
Sangat Efektif	7
Cukup Efektif	26
Efektif	25
Tidak Efektif	0
Sangat Tidak Efektif	1

Tabel 2 dan Tabel 3 menunjukkan adanya pengalaman positif mahasiswa dalam menggunakan Youtube. Mahasiswa juga menunjukkan adanya nilai keefektifan Youtube dalam meningkatkan minat dan motivasi pembelajaran. Kedua tabel di atas menjadi indikator menunjukkan adanya respons positif mahasiswa terkait pengalaman penggunaan Youtube dan motivasi edukatif dalam penggunaannya.

3.3 Preferensi Mahasiswa terhadap Algoritma Youtube

Tabel 4. Pengaruh Algoritma terhadap Pengalaman Penggunaan Youtube

Pertanyaan	Responden
Sangat Berpengaruh	8
Cukup Berpengaruh	30
Berpengaruh	20
Tidak Berpengaruh	1
Sangat Tidak Berpengaruh	0

Tabel 5. Apakah Anda Lebih Sering Mencari Konten Tertentu atau Mengikuti Rekomendasi Algoritma

Pertanyaan	Responden
Mencari Konten Video Sendiri	11
Mengikuti Rekomendasi Algoritma	10
Keduanya Saya Lakukan	38

Tabel 4 dan Tabel 5 menunjukkan adanya pengaruh algoritma terhadap pengalaman penggunaan yaitu sebanyak 58 dari 59 responden (98,3%). Hal ini menunjukkan bagaimana algoritma memiliki peran dalam pola konsumsi media sosial Youtube. Dalam penggunaan Youtube mahasiswa juga cenderung memiliki preferensinya sendiri di luar algoritma dalam pencarian konten Youtube yaitu sebanyak 11 responden dan sebanyak 38 responden menyatakan “Keduanya Saya Lakukan”, hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki perilaku adaptif dalam penggunaan media sosial.

Hasil survei esai juga menunjukkan bahwa algoritma Youtube “Sangat efektif” dan “cukup membantu” dalam menyajikan konten edukatif. Responden juga menyebutkan pemanfaatan algoritma Youtube sebagai media pembelajaran dapat dilakukan dengan melakukan interaksi atau pendekatan dengan melakukan “like”, “comment”, maupun “menonton video yang sesuai” agar algoritma terus menyarankan konten serupa. Fitur *search* juga menjadi juga dapat dilakukan untuk menyesuaikan preferensi video yang kita inginkan di kanal Youtube.

Terkait survei esai mengenai strategi khusus dalam mencari video yang relevan dan akurat, responden menyatakan bahwa pendekatan strategi selektif dan menghindari “klik video sembarangan” dapat menjadi kunci dalam penyesuaian konten rekomendasi pengguna.

Youtube menjadi salah satu platform sosial media yang dapat dijadikan sebagai sumber pembelajaran dan sarana edukasi bagi mahasiswa perguruan tinggi, mahasiswa memandang platform Youtube sebagai platform yang “mudah digunakan”, “fleksibel”, “menarik”, dan juga “variatif” sebagai sarana untuk mencari informasi ataupun pembelajaran, hal ini juga menjadikan Youtube sebagai platform media sosial yang sangat relevan di era *digital native* saat ini.

4. Kesimpulan

Hasil survei menunjukkan bahwa YouTube memiliki potensi yang sangat besar sebagai media pembelajaran di kalangan mahasiswa perguruan tinggi. Hal ini didukung oleh data bahwa 98,3% responden menggunakan YouTube, dengan sebagian besar mengaksesnya secara rutin selama 1–4 jam per hari. Ini menunjukkan bahwa YouTube telah menjadi bagian penting dari aktivitas digital harian mahasiswa.

Namun, meskipun tingkat penggunaan tinggi, tujuan utama penggunaan media sosial (termasuk YouTube) masih didominasi oleh hiburan (67,8%), bukan edukasi. Artinya, fungsi algoritma YouTube saat ini lebih mengarahkan mahasiswa pada konten hiburan daripada konten pembelajaran. Di sisi lain, masih ada 13,6% responden yang menggunakan media sosial untuk edukasi, yang menunjukkan bahwa peluang untuk mengembangkan konten edukatif tetap terbuka lebar, terutama jika disajikan dengan format yang menarik secara visual dan relevan secara akademik.

Selain itu, waktu penggunaan media sosial yang paling dominan adalah malam hari (62,7%), yang memberi petunjuk bahwa pengunggahan konten pembelajaran pada malam hari dapat lebih efektif menjangkau mahasiswa.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa YouTube memiliki daya tarik dan keterjangkauan tinggi di kalangan mahasiswa, namun untuk menjadikannya media pembelajaran yang efektif, perlu ada optimalisasi algoritma serta peningkatan jumlah dan kualitas konten edukatif agar lebih sesuai dengan kebutuhan akademik mahasiswa.

5. Ucapan Terima Kasih

Dalam penulisan karya tulis ini pihak penyusun ingin berterima kasih kepada seluruh responden mahasiswa yang telah meluangkan waktu untuk mengisi kuesioner penelitian ini. Penulis juga ingin mengucapkan terima kasih kepada dosen pembimbing dan Fakultas Teknologi Industri Atma Jaya Yogyakarta atas dukungan, bimbingan, dan motivasi selama proses penulisan karya tulis ini. Tidak lupa terima kasih juga kepada pihak KONSTELASI karena telah menjadi wadah karya tulis ini diterbitkan.

Referensi

- [1] S. Seimahuira, “Analisa Pola Pengguna Youtube Tranding Menggunakan Algoritma Partitioning Around Medoids (PAM) dan FP-Growth,” *J. Penelit. Inov.*, vol. 2, no. 1, pp. 59–66, 2022, doi: 10.54082/jupin.38.
- [2] D. Wiriany, S. Natasha, and R. Kurniawan, “Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia,” *J. Nomosleca*, vol. 8, no. 2, pp. 242–252, 2022, doi: 10.26905/nomosleca.v8i2.8821.
- [3] Novie Rahmawati, “Pemanfaatan Sosial Media Sebagai Media Pembelajaran Bahasa Indonesia Di Perguruan Tinggi,” *J. Kaji. dan Penelit. Umum*, vol. 1, no. 2, pp. 13–19, 2023, doi: 10.47861/jkpu-nalanda.v1i2.149.
- [4] Pandowo, A., “Pemasaran sosial pada Generasi Z: Efek ulasan konsumen, selebriti endorser, dan kepercayaan merek,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 8, no. 3, pp. 733–744, 2024.
- [5] Putra, D. H., dan Anjani, F. D., “Perilaku Digital Native dalam Membentuk Identitas di Media Sosial: Studi pada Mahasiswa Jakarta,” *Jurnal Komunikasi dan Media Digital*, vol. 4, no. 1, pp. 22–31, 2023.
- [6] N. Vitriana, “Transformasi perpustakaan di era digital native,” *Libr. Libr. Inf. Sci. J.*, vol. 1, no. 1, pp. 59–69, 2024, doi: 10.53088/librarium.v1i1.693.
- [7] Muhammad Fadillah, Aulia Nurbalqis, and Lia Agustina, “Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang,” *Al Yazidiy J. Sos. Hum. dan Pendidik.*, vol. 4, no. 2, pp. 01–11, 2022, doi: 10.55606/ay.v4i2.29.
- [8] D. I. S. Saputra and I. Setyawan, “Virtual YouTuber (VTuber) sebagai Konten Media Pembelajaran Online,” *Pros. SISFOTEK*, vol. 5, no. 1, pp. 14–20, 2021, [Online].
- [9] A. Astriyani and F. Fajriani, “Pengaruh Penggunaan Media Audio Visual Youtube Materi Pythagoras Terhadap Keaktifan Belajar Matematika Siswa,” *FIBONACCI J. Pendidik. Mat. dan Mat.*, vol. 6, no. 1, p. 87, 2020, doi: 10.24853/fbc.6.1.87-90.
- [10] Wardani, F. D., dan Sari, N. P., “Persepsi Mahasiswa terhadap Penggunaan Video Edukasi KokBisa? sebagai Media Pembelajaran di YouTube,” *Jurnal Komunikasi Pendidikan dan Media Digital*, vol. 4, no. 1, pp. 88–97, 2022.
- [11] I. Artikel, “Meningkatkan Keterampilan Berbahasa pada Anak dengan Memanfaatkan Algoritma Aplikasi Tiktok , Instagram Reels dan Youtube Shorts,” vol. 3, 2021.

- [12] S. S. Yudha, “terhadap capaian kompetensi mahasiswa. Metode yang digunakan adalah,” vol. 3, pp. 538–545, 2021.
- [13] E. P-issn, R. Abdillah, I. Adkha, D. P. Agustin, and N. Alam, “Karunia : Jurnal Hasil Pengabdian Masyarakat Indonesia Sosialisasi Penerapan Algoritma Media Sosial Youtube untuk Menaikkan Jumlah Pengunjung Dissemination of the Implementation of YouTube Social Media Algorithms to Increase Visitor Numbers Universitas In,” vol. 4, 2025.
- [14] Y. Bastian *et al.*, “Analisis Penerapan Algoritma C4.5 Dalam Mengukur Tingkat Kepuasan Pelanggan Indihome Pada Kota Pematangsiantar,” *KESATRIA (Jurnal Penerapan Sist. Inf. (Komputer dan Manajemen))*, vol. 2, no. 1, pp. 62–69, 2021.
- [15] Studi, P., Informasi, S., Atma, U., & Yogyakarta, J. (2024). Analisis Pemanfaatan Media Sosial TikTok Sebagai Sumber Informasi Pembelajaran Bagi Mahasiswa, *I(1)*, 17–23.
- [16] F. B. Setiyanto, D. Setyawan, and A. Yulandari, “Pengaruh Algoritma Instagram Terhadap Keterikatan Yang Lebih Tinggi Dalam Penggunaan Instagram,” *Semin. Nas. Fak. Ekon. Univ. Tidar 2021 “Geliat Investasi Dalam Pusaran Pandemi Membaca Celah Pemulihan Ekon. Nas. Di Era New Norm.*, no. September, pp. 250–257, 2021.
- [17] D. Indrawan and S. R. Jalilah, “Metode Kombinasi/Campuran Bentuk Integrasi Dalam Penelitian,” *J. Stud. Guru dan Pembelajaran*, vol. 4, no. 3, pp. 735–739, 2021, doi: 10.30605/jsgp.4.3.2021.1452.
- [18] Pandowo, A., “Pemasaran sosial pada Generasi Z: Efek ulasan konsumen, selebriti endorser, dan kepercayaan merek,” *Jurnal Manajemen Bisnis dan Kewirausahaan*, vol. 8, no. 3, pp. 733–744, 2024.
- [19] Penyelenggara Jasa Internet Indonesia)APJII (Asosiasi, “Internet Indonesia,” *Survei Penetrasi Internet Indones.*, pp. 1–90, 2024, [Online].