

## Peranan Tokoh Youtuber Dalam Efek Perubahan Sosial Komunikasi Anak Umur 7–9 Tahun Di Sdit Serasan Sekundang, Kabupaten Muara Enim

Masayu Safarinda<sup>1</sup>, Hamzah Pallaloi<sup>2</sup>, Budi Ichsan<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup>Stisipol Candradimuka, Palembang, Indonesia  
adrisafarinda@gmail.com

---

### Article History:

Received: 12 Juli 2025

Revised: 04 Agustus 2025

Accepted: 12 Agustus 2025

**Keywords:** Tokoh YouTuber;  
Perubahan sosial;  
Komunikasi anak.

**Abstract:** Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan peranan tokoh YouTuber dalam efek perubahan sosial komunikasi anak usia 7–9 tahun di SDIT Serasan Sekundang, Kabupaten Muara Enim. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan dengan pendekatan deskriptif yang menggali secara mendalam proses perubahan komunikasi sosial pada anak akibat paparan konten YouTube. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh tokoh YouTuber tercermin pada tingkah laku dan bahasa anak yang meniru gaya komunikasi YouTuber. Faktor yang memperkuat pengaruh tersebut antara lain minimnya fasilitas hiburan lokal, kemampuan komunikasi menarik dari para YouTuber, serta kemudahan akses YouTube sepulang sekolah. Untuk mengoptimalkan pengaruh positif tokoh YouTuber, diperlukan strategi berbasis pendidikan, komunikasi, konten, pengawasan, dan evaluasi. Temuan ini penting untuk memberi arah bagi orang tua, guru, dan pembuat kebijakan dalam mendampingi anak agar memanfaatkan YouTube secara lebih bijak dan produktif.

---

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa dampak signifikan pada kehidupan anak-anak. Salah satu platform yang sangat populer di kalangan anak-anak adalah *YouTube*. Menurut data dari Hootsuite (2022), 70% anak-anak berusia 6-12 tahun di Indonesia menggunakan *YouTube* sebagai sumber hiburan dan informasi.

*YouTuber* adalah orang yang membuat dan membagikan konten video di platform *YouTube*, mereka menciptakan berbagai jenis konten. Adapun beberapa jenis konten seperti Vlog (video blog), edukasi tutorial dan pengetahuan, hiburan komedi (parodi, dan konten lucu), gaya hidup (Fashion, kecantikan), gaming (Permainan video dan walkthrough), kuliner (resep masakan dan ulasan makanan), travel (perjalanan dan wisata), teknologi (ulasan gadget dan inovasi), seni dan budaya (musik, tarian, dan kesenian).

Tokoh *YouTuber* telah menjadi figur yang sangat berpengaruh dalam kehidupan anak-anak. Mereka tidak hanya menyajikan konten hiburan, tetapi juga mempengaruhi perilaku, nilai-nilai, dan pandangan hidup anak-anak. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa anak-anak yang

menonton YouTube memiliki perubahan signifikan dalam kemampuan berbicara, berinteraksi sosial, dan perilaku emosional (Kemendikbud, 2020).

SDIT Serasan Sekundang, yang berlokasi di Kabupaten Muara Enim, Sumatera Selatan adalah sekolah yang berdiri dari Tahun 2014 oleh Yayasan Kesejahteraan Islam Searasan Sekundang ( YKISS ), sekarang ini SD IT Serasan Sekundang memiliki jumlah siswa laki-laki 176 dan siswa perempuan 178, dengan total 354 siswa. Sekolah ini memiliki 12 rombongan belajar dan merupakan salah satu institusi pendidikan yang memiliki siswa berusia 7-9 tahun yang aktif menggunakan YouTube.

## LANDASAN TEORI

### Teori Sosialisasi (*Socialization Theory*)

Teori ini menjelaskan bagaimana individu, terutama anak-anak, belajar dan beradaptasi dengan norma-norma sosial dan budaya di sekitarnya. Anak-anak yang terpapar pada konten yang disampaikan oleh YouTuber mungkin akan meniru perilaku atau pola komunikasi yang ditampilkan dalam video. Peran tokoh YouTuber sebagai model sosial bagi anak-anak sangat penting dalam hal ini.

1. Teori Pembelajaran Sosial (Albert Bandura): Anak-anak belajar perilaku sosial melalui observasi dan peniruan. Jika mereka melihat YouTuber bertindak dengan cara tertentu, mereka mungkin meniru perilaku itu dalam interaksi sosial mereka.
2. Teori Peran (Role Theory): Anak-anak belajar bagaimana berperilaku berdasarkan peran sosial yang mereka lihat dan terapkan. Tokoh YouTuber yang menjadi idola bisa memengaruhi cara anak-anak melihat peran mereka dalam masyarakat.

### Teori Pengaruh Media (*Media Influence Theory*)

Teori ini berkaitan dengan bagaimana media massa, dalam hal ini YouTube, dapat mempengaruhi perilaku dan pola komunikasi anak-anak. Anak-anak yang mengonsumsi konten dari YouTuber yang memiliki pengaruh besar (misalnya, influencer yang menjadi role model) bisa mengalami perubahan dalam cara mereka berkomunikasi dengan teman sebaya, orang tua, dan guru.

1. Teori Penguatan Sosial (*Social Reinforcement Theory*): Menggambarkan bagaimana anak-anak yang melihat model peran di *YouTube* yang diikuti dengan penguatan positif (seperti perhatian atau popularitas) akan lebih cenderung untuk meniru perilaku tersebut.
2. Teori Agenda-Setting: Menggambarkan bagaimana media berperan dalam menetapkan agenda atau topik yang dianggap penting. Jika *YouTuber* membahas masalah tertentu (misalnya, sosial atau perilaku anak), ini bisa membentuk cara anak-anak berkomunikasi atau berpikir tentang isu-isu tersebut.

### Teori Dependensi Media (*Media Dependency Theory*)

Teori ini menekankan hubungan saling ketergantungan antara individu dan media dalam membentuk pengetahuan dan perilaku sosial. Anak-anak yang sangat terpapar pada

konten YouTube bisa menjadi tergantung pada informasi dan interaksi yang mereka dapatkan dari platform tersebut, yang pada gilirannya bisa mempengaruhi cara mereka berkomunikasi dan bersosialisasi

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (field research) dengan pendekatan deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan peranan tokoh YouTuber dalam efek perubahan sosial komunikasi anak usia 7–9 tahun di SDIT Serasan Sekundang, Muara Enim. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat memperoleh pemahaman mendalam mengenai proses perubahan pola komunikasi anak yang terpapar konten media digital, khususnya YouTube. Metode penelitian yang digunakan yaitu gabungan deskriptif kualitatif dan kuantitatif, dengan teknik pengumpulan data melalui penyebaran kuesioner, wawancara langsung, analisis konten tayangan YouTube, serta dokumentasi aktivitas anak selama penelitian berlangsung.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas 2, 3, dan 4 SDIT Serasan Sekundang yang berjumlah 190 anak, sementara sampel diambil menggunakan teknik purposive dan random sampling sebanyak 24 responden, atau sekitar 10% dari populasi. Pemilihan purposive sampling ditujukan untuk anak-anak yang berdasarkan pengamatan guru memiliki kecenderungan berbahasa negatif. Setiap kelas mengirimkan 3 anak dari purposive sampling dan 3 anak dari random sampling, sehingga diperoleh gambaran seimbang mengenai pengaruh media digital terhadap pola komunikasi anak berdasarkan latar perilaku yang berbeda.

Analisis data dilakukan menggunakan metode kualitatif dan kuantitatif. Data kualitatif dianalisis dengan teknik deskriptif melalui observasi, wawancara, dan analisis konten untuk menggambarkan pola komunikasi dan perubahan perilaku sosial anak. Sementara itu, data kuantitatif diolah menggunakan kuesioner untuk mengukur seberapa besar frekuensi atau intensitas perilaku yang ditiru dari YouTuber favorit mereka. Hasil analisis menunjukkan adanya kecenderungan anak meniru gaya bahasa, sikap, hingga ekspresi sosial dari konten YouTube yang mereka konsumsi, yang dipengaruhi oleh faktor ketergantungan terhadap media digital di lingkungan dengan fasilitas hiburan anak yang terbatas.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil SDIT Serasan Sekundang**

SDIT Serasan Sekundang yang terletak di jalan Jendral Sudirman Talang Jawa No 100 Rt.3 Rw3 Kelurahan Pasar 3 Muara Enim, dengan posisi geografis 3.659055 lintang dan 103.771046 bujur, tepat nya di jantung kota Muara Enim berdiri diatas tanah wakaf seluas 2578 m<sup>2</sup>.

Pada tanggal 26 Juni 2014 dengan SK Pendirian Nomor: 420/134/II/KPTS/DIKBUD/2014 yang didirikan oleh Yayasan Kesejahteraan Islam Serasan

Sekundang Muara Enim atau YKISS. Pada mulanya Gedung SDIT Serasan Sekundang yang didirikan sekitar tahun 1945 dimana pada saat itu para pejuang sedang gigihnya melakukan peperangan fisik melawan belanda yang berkeinginan mengembalikan penjajahan bumi Indonesia, yang pada saat itu gedung tersebut dijadikan salah satu basis atau asrama militer para pejuang veteran.

Sehabis masa penjajahan sekitar tahun 1975 s/d 1985 bangunan tersebut beralih fungsi menjadi tempat pendidikan keagamaan oleh Pondok Pesantren Darussa'adah Muara Enim, pada tahun sekitaran 1985 Ponpes Darussa'adah pindah ke Jl.Proklamasi,dan berganti dengan MAN 1 Muara Enim,dan SPG, selain itu bangunan tersebut pernah menjadi Panti AsuhanAssa'adah Muara Enim sebelum dipindahkan ke Jl Proklamasi Air Lintang Muara Enim,dan terakhir sebelum menjadi SDIT Serasan Sekundang Muara Enim Atau SDIT SS, bangunan tersebut pernah digunakan sebagai kantor pemerintahan,yakni Polisi Pamong Praja dan Dinas Pemadam Kebakaran.Pada tahun 2014, bangunan tersebut menjadi Gedung SDIT Serasan Sekundang Muara Enim,yang didirikan oleh Yayasan Kesejahteraan Islam Serasan Sekundang Muara Enim.

Didasari oleh pemikiran di era globalisasi yang sarat akan perkembangan ilmu dan teknologi, terlihat budaya semakin mengglobal tanpa memperhatikan batas-batas norma dan nilai nilai keislaman, sudahtentu, tantangan yang dihadapi orang tua dan lembaga pendidikan untuk dapat "menghasilkan generasi penerus yang cerdas, kreatif berwawasan global serta memegang teguh nilai nilai islam, mencermati kondisi tersebut, maka perlu adanya perbaikan dan peningkatan kualitas daya manusia yang Islami dan keilmuan yang baik. Salah satu upaya efektif tersebut yang dapat ditempuh untuk memperbaiki kondisi tersebut adalah dengan menanamkan nilai-nilai dienul islam sebagai agama syamil sejak dini, hal tersebut dapat terwujud salah satunya melalui jalur pendidikan formal yaitu berupaya untuk membina generasi Islami yang senantiasa mendawahkan Islam, cerdas dan berwawasan luas.

Dengan dasar pemikiran tersebut maka padatahun 2014, Yayasan Kesejahteraan Islam Serasan Sekundang ( YKISS ) dengan Ketua Pembina Bapak Sekda Muara Enim H.Taufik Rahman SH dan Ketua Umum YKISS Bapak H.Nurdin Masyir.BA selaku pemuka agama, memulai langkah membuka program Pendidikan Dasar yang diberi nama SDIT Serasan Sekundang (SDIT SS),untuk menampung dan mendidik anak-anak muslim dan muslimah, yang berada disekitaran wilayah Muara Enim.

### Deskripsi Analisis Data

Penelitian ini, berlangsung dari bulan Desember 2024 sampai dengan Januari 2025, dengan meminta informasi dari para wali kelas 2, 3 dan 4 di SDIT Serasan Sekundang, Muara Enim, dengan meminta 3 anak dengan kriteria khusus dan 3 anak diambil secara random.



**Gambar 1. Observasi Anak**

Adapun kriteria khusus adalah anak anak yang dirasakan memiliki bahasa yang cenderung bersifat negative, dan berikut daftar anak – anak sesuai dengan kriteria tersebut.

Tabel 1. Identitas Responden

| NO  | NAMA RESPONDEN            | KELAS | ASAL KELAS | KATEGORI                  |
|-----|---------------------------|-------|------------|---------------------------|
| 1.  | Abyan Pedro al-fayyad     | IV    | AL JABAR   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 2.  | M. Al Muddabbir           | IV    | AL JABAR   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 3.  | Raziq Hanan               | IV    | AL JABAR   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 4.  | M. Fajri Alfarizki        | IV    | AL JABAR   | Random                    |
| 5.  | M Rasya ramadhan rahman   | IV    | AL JABAR   | Random                    |
| 6.  | Mikhayla thafana          | IV    | AL ZABAR   | Random                    |
| 7.  | Zaid                      | III   | AS SALAM   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 8.  | Fatih                     | III   | AS SALAM   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 9.  | Athallah                  | III   | AS SALAM   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 10. | Syabil                    | III   | AS SALAM   | Random                    |
| 11. | Akram                     | III   | AS SALAM   | Random                    |
| 12. | Averoes                   | III   | AS SALAM   | Random                    |
| 13. | Wira Rahmat               | II    | AL QUDDUS  | <i>Purposive Sampling</i> |
| 14. | M. Aufar                  | II    | AL QUDDUS  | <i>Purposive Sampling</i> |
| 15. | Cello Lilo Legowo         | II    | AL QUDDUS  | <i>Purposive Sampling</i> |
| 16. | Ajeng Aulia               | II    | AL QUDDUS  | Random                    |
| 17. | Naznen                    | II    | AL QUDDUS  | Random                    |
| 18. | M. Bima                   | II    | AL QUDDUS  | Random                    |
| 19. | M.Athallah kartaguna      | II    | AL MALIK   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 20. | Syailendra Woodz          | II    | AL MALIK   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 21. | M.Al Ghazali              | II    | AL MALIK   | <i>Purposive Sampling</i> |
| 22. | M. Azzam Khalif           | II    | AL MALIK   | Random                    |
| 23. | Arsaka abiaksa Paradinata | II    | AL MALIK   | Random                    |
| 24. | M.Hanif Azka              | II    | AL MALIK   | Random                    |

Secara aktif dan bergantian, peneliti melakukan wawancara dengan cara mengajak anak responden tersebut berbicara sambil menanyakan beberapa pertanyaan yang sesuai dengan yang ingin dibahas kepada tiap anak responden, ketika melakukan wawancara terdapat satu kesamaan dari para responden yang berasal dari *Purposive Sampling*, mereka rata rata menyebutkan “*Anj\*r*”, “*bring\*ek*”, “*jan\*ok*”, sedangkan anak yang random, rata rata menyebutkan, “hai guys”, dan kata kata Bahasa Inggris yang lainnya, seperti “*so nice*”, “*so lovely*”, dan berikut pertanyaan yang ditanyakan kepada semua anak beserta hasil yang didapat:

### Pengetahuan Anak Terhadap Youtube



Gambar 2. Persentase Pengetahuan Anak Terhadap Youtube

Dari hasil pengamatan terhadap 24 anak yang diteliti, seluruhnya menyatakan bahwa mereka mengetahui dengan jelas apa itu YouTube. Hal ini menunjukkan bahwa platform YouTube sudah sangat dikenal bahkan oleh anak-anak, yang kemungkinan besar disebabkan oleh tingginya akses dan paparan terhadap teknologi digital sejak usia dini. YouTube menjadi salah satu media utama yang mereka gunakan untuk mencari hiburan, belajar, atau mengikuti tren yang sedang populer.

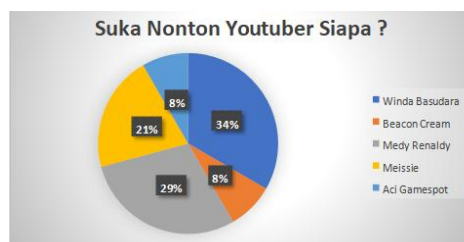
### Jenis Konten



**Gambar 2. Persentase Jenis Konten Youtube**

Dari hasil wawancara, tercatat tanpa diarahkan atau diberi pilihan, anak-anak responden menyukai Konten Gaming sebanyak 12 Orang, Konten Review Mainan sebanyak 7 orang dan Konten Jalan Jalan sebanyak 5 orang.

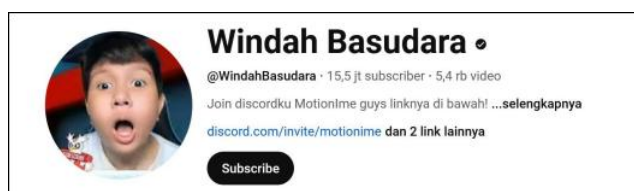
### Youtuber dan Akun Youtube Favorit



**Gambar 3. Persentase Youtuber dan Akun Youtube Favorit**

Berdasarkan diagram di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas responden memilih Winda Basudara sebagai YouTuber favorit mereka dengan persentase 34%, disusul Meissie sebesar 29%. Sementara itu, Medy Renaldy menempati posisi ketiga dengan 21%, dan Beacon Cream serta Aci Gamespot masing-masing mendapatkan 8%. Data ini menunjukkan bahwa konten gaming dan hiburan dari dua kreator teratas memiliki daya tarik paling besar bagi anak-anak usia 7–9 tahun di SDIT Serasan Sekundang.

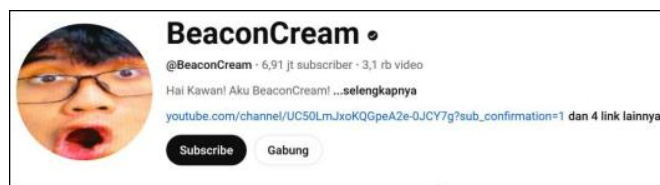
#### 1. WindaBasudara



**Gambar 4. Youtuber WindaBasudara**

Berdasarkan hasil temuan di lapangan, diketahui bahwa sebanyak 8 anak responden mengungkapkan bahwa Windah Basudara merupakan *gaming content creator* favorit mereka. Menariknya, seluruh responden yang memilih Windah Basudara berasal dari kelompok yang dipilih melalui teknik purposive sampling, yakni anak-anak yang cenderung menggunakan bahasa negatif dalam komunikasi sehari-hari. Hal ini menunjukkan adanya kecenderungan anak-anak dengan karakteristik tertentu untuk mengidolakan figur publik yang sesuai dengan gaya komunikasi mereka. Saat ini, Windah Basudara sendiri tercatat memiliki sekitar 15,5 juta pengikut di platform YouTube melalui akun bernama Windah Basudara, yang dikenal luas di kalangan penggemar konten gim di Indonesia.

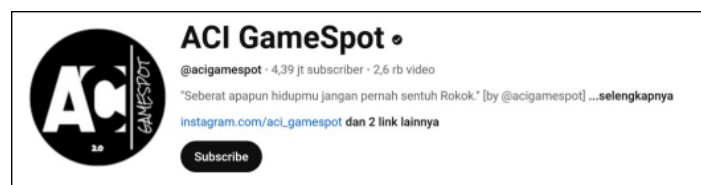
## 2. Beacon Cream



**Gambar 5. Youtuber Beacon Cream**

Selain Windah Basudara, salah satu gaming content creator yang juga cukup dikenal di kalangan responden adalah Beacon Cream. Youtuber ini memiliki akun YouTube bernama BeaconCream dengan jumlah pengikut sebanyak 6,91 juta subscriber. Meskipun jumlah pengikutnya lebih sedikit dibandingkan Windah Basudara, Beacon Cream tetap menjadi salah satu figur yang populer di komunitas pecinta konten gim Indonesia, khususnya di kalangan anak-anak dan remaja. Popularitas Beacon Cream didukung oleh gaya penyampaian konten yang ringan, humoris, dan sering membahas permainan-permainan populer yang digemari anak-anak.

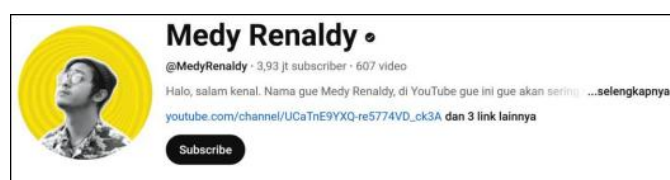
## 3. Aci Gamespot



**Gambar 6. Youtuber Aci Gamespot**

Responden menyebutkan bahwa Aci Gamespot merupakan *content creator* favorit mereka. Figur ini memiliki 4,39 juta pengikut di akun YouTube bernama Aci Gamespot dan seluruh responden yang memilihnya berasal dari kelompok *purposive sampling*.

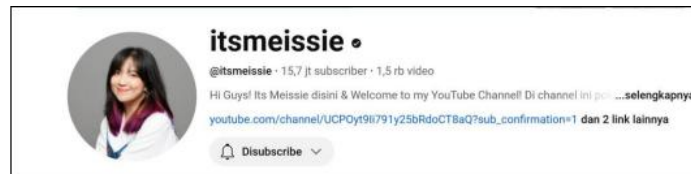
## 4. Medy Renaldy



**Gambar 7. Youtuber Medy Renaldy**

Responden yang menyukai konten review mainan mengungkapkan bahwa Medy Renaldy adalah YouTuber favorit mereka. YouTuber dengan akun Medy Renaldy ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 3,93 juta.

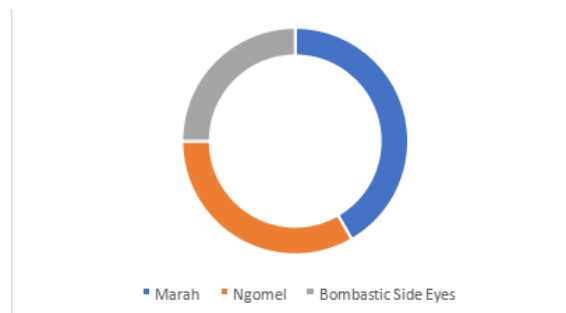
#### 5. Itsmeissie



**Gambar 8. Youtuber Itsmeissie**

Sebanyak 5 responden menyebutkan bahwa Meissie adalah konten kreator favorit mereka. Akun YouTube its Meissie memiliki 15,7 juta pengikut, dan responden yang memilih YouTuber ini berasal dari kelompok *random sampling*.

#### Reaksi Orangtua Responden Saat Berkata Negatif



**Gambar 9. Reaksi Orangtua Responden Saat Berkata Negatif**

Berdasarkan Diagram 4.4 mengenai respon orang tua saat anak berkata negatif, diketahui bahwa mayoritas orang tua memberikan respon berupa marah, yang ditunjukkan oleh bagian diagram berwarna biru. Selain itu, sebagian orang tua memilih untuk mengabaikan perkataan negatif anak, sebagaimana tergambar melalui bagian berwarna oranye. Sementara itu, sebagian kecil orang tua lainnya memberikan respon berupa bombastic side eyes, ditunjukkan oleh warna abu-abu pada diagram. Temuan ini menunjukkan bahwa bentuk respon orang tua terhadap perilaku berbahasa negatif anak cukup beragam, namun kecenderungannya masih didominasi oleh tindakan konfrontatif berupa kemarahan.

## PEMBAHASAN

### Analisis Konten

Dari pilihan responden diatas, peneliti ingin melihat lebih jauh, bagaimana tayangan dari Youtube yang diminati anak-anak tersebut memakai bahasa yang sama dengan yang digunakan oleh anak-anak dalam kehidupan sehari-hari, konten yang diambil contoh diambil dari 1 yang favorit dari anak purposive sample dan 1 dari random sample a. Youtube Winda Basudara



Gambar 10. Konten Youtube Winda Basudara



Gambar 11. Konten Youtube Itsmeissie

Hampir di setiap konten yang diunggah oleh akun YouTube It's Meissie, selalu diawali dengan sapaan khas berupa kalimat *"Hai Guys..."*. Sapaan ini menjadi ciri khas Meissie dalam menyapa penontonnya, di mana penggunaan kata *"guys"* secara berulang menciptakan kesan akrab, santai, dan dekat dengan audiens, terutama di kalangan anak-anak dan remaja yang menjadi target utama konten tersebut.

### Analisis Teori

Hasil temuan lapangan menunjukkan bahwa anak-anak purposive sample memiliki kecenderungan kuat meniru gaya bahasa dan pola komunikasi yang ditampilkan oleh YouTuber favorit mereka. Salah satu bentuk permasalahan bahasa yang muncul ialah penggunaan kata-kata kasar dan umpatan ringan dalam komunikasi sehari-hari, yang diperoleh dari tayangan kanal *Windah Basudara*. Dalam tayangan tersebut, kata-kata seperti *"anjr"* dan *"gbl\*k"* sering kali diucapkan, kemudian ditiru oleh anak-anak dalam interaksi bersama teman sebaya. Kondisi ini menunjukkan adanya hubungan antara konsumsi media digital dan pembentukan perilaku berbahasa anak.

Fenomena tersebut dapat dijelaskan melalui perspektif **Teori Pembelajaran Sosial** yang dikemukakan oleh Albert Bandura, bahwa individu mempelajari perilaku sosial melalui observasi dan peniruan terhadap model sosial yang dianggap memiliki nilai penting. Anak-anak yang terpapar tayangan dengan kosakata kasar dan gaya komunikasi ekspresif cenderung meniru pola

tersebut karena menganggapnya wajar dan menarik. Temuan ini diperkuat dengan hasil wawancara, di mana responden purposive sample kerap menggunakan umpatan yang sama dalam pergaulan mereka.

Selain pengaruh terhadap pola bahasa, tayangan YouTube juga membentuk sikap sosial anak melalui Teori Peran, di mana individu belajar memahami peran sosial melalui tokoh atau figur yang diamatinya. Anak yang menyukai kanal *It's Meissie* memperlihatkan sikap ceria dan hangat saat berinteraksi, sedangkan anak yang gemar menonton konten review mainan cenderung berperilaku layaknya *reviewer* di hadapan teman sebaya. Salah satu anak purposive sample bahkan menyebutkan perilaku membela teman diadopsi dari pernyataan dalam tayangan *Windah Basudara*. Hal ini menandakan bahwa media digital berperan sebagai medium sosialisasi nilai sosial bagi anak-anak.

Keterkaitan antara media digital dan pembentukan gaya komunikasi anak juga sesuai dengan Teori Pengaruh Media, yang menjelaskan bahwa media massa berperan aktif dalam memengaruhi pola pikir dan perilaku sosial khalayaknya, termasuk anak-anak. Paparan tayangan YouTube yang menampilkan ungkapan-ungkapan khas atau pesan moral tertentu mampu membentuk cara anak-anak berinteraksi, baik dengan teman sebaya, orang tua, maupun guru. Hal ini terlihat dalam sikap anak-anak yang mengikuti pesan-pesan moral sederhana dari YouTuber favorit mereka, seperti pentingnya membela teman atau bersikap ceria saat bermain.

Dukungan terhadap perilaku hasil peniruan ini juga dijelaskan melalui Teori Penguatan Sosial, di mana anak-anak lebih cenderung mengulang perilaku yang memperoleh respons positif dari lingkungan sosialnya. Ketika gaya komunikasi khas YouTuber diadaptasi ke dalam lingkungan pergaulan anak dan mendapatkan apresiasi atau dianggap menarik oleh teman sebaya, perilaku tersebut akan semakin menguat. Fenomena ini mempertegas peran media digital sebagai instrumen yang membentuk kebiasaan berbahasa anak.

Dalam kerangka Teori Agenda-Setting, YouTuber memiliki andil dalam menentukan topik atau gaya komunikasi yang dianggap penting dan layak ditiru. Penggunaan frasa sapaan seperti "Hai Guys..." yang secara konsisten ditampilkan dalam konten *It's Meissie* menjadi bagian dari kosakata yang akrab di kalangan responden. Model komunikasi yang dipilih oleh YouTuber berpotensi menjadi standar komunikasi anak-anak dalam lingkungan sosialnya.

Seluruh fenomena tersebut menunjukkan adanya ketergantungan anak-anak terhadap media digital, sebagaimana dijelaskan dalam Teori Dependensi Media. Di wilayah dengan keterbatasan fasilitas hiburan seperti Kabupaten Muara Enim, media digital khususnya YouTube menjadi sarana utama anak-anak dalam mengisi waktu luang dan bersosialisasi secara virtual. Kondisi ini menyebabkan anak-anak lebih bergantung pada konten-konten media sebagai sumber hiburan sekaligus rujukan dalam membentuk gaya komunikasi dan nilai sosial mereka.

Secara keseluruhan, permasalahan bahasa yang ditemukan dalam konten YouTube favorit anak-anak berupa penggunaan kata kasar, ungkapan informal berulang, serta peniruan nilai dan perilaku sosial yang diadaptasi dalam kehidupan sehari-hari. Pola komunikasi ini terbentuk melalui eksposur media yang tinggi dan minimnya kontrol orang tua terhadap konten yang diakses anak. Kondisi ini menjadi perhatian serius dalam kajian komunikasi digital anak, mengingat potensi dampak jangka panjang terhadap pola interaksi, norma berbahasa, dan pembentukan karakter sosial anak di lingkungan sekitarnya.

## KESIMPULAN

Dari hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa keberadaan *YouTuber* memiliki pengaruh

signifikan terhadap perilaku sosial dan pola komunikasi siswa usia 7–9 tahun di SDIT Serasan Sekundang, Muara Enim. Pengaruh ini tercermin melalui kebiasaan berbahasa, tingkah laku, hingga sikap sosial anak-anak yang cenderung meniru gaya bicara, ekspresi, serta perilaku yang diperagakan oleh tokoh *YouTuber* favorit mereka. Beberapa responden purposive sampling menunjukkan kecenderungan melontarkan kata-kata bernada negatif yang secara langsung meniru apa yang mereka dengarkan dari tayangan *YouTube*. Hal ini mempertegas bahwa media digital, khususnya *YouTube*, berperan sebagai agen sosialisasi baru yang sangat kuat dalam membentuk karakter sosial anak.

Adapun faktor-faktor yang mempengaruhi kuatnya pengaruh tokoh *YouTuber* terhadap perubahan sosial di kalangan siswa ini antara lain adalah terbatasnya fasilitas hiburan anak di Kabupaten Muara Enim, yang menyebabkan anak-anak lebih banyak menghabiskan waktu luang dengan gadget dan media digital setelah pulang sekolah. Selain itu, kemampuan berkomunikasi para *YouTuber* yang bersifat akrab, santai, dan mudah dipahami membuat konten mereka mudah diterima serta diikuti oleh anak-anak. Ditambah dengan kemudahan akses terhadap platform *YouTube*, hal ini menjadikan anak-anak sangat dekat dengan berbagai konten hiburan daring yang tanpa disadari memengaruhi pola interaksi mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Sebagai strategi untuk mengoptimalkan pengaruh positif *YouTuber* terhadap perilaku sosial siswa, perlu diterapkan beberapa pendekatan, di antaranya strategi pendidikan dengan meningkatkan literasi digital anak melalui pembiasaan memilah konten yang bermanfaat, strategi komunikasi yang melibatkan guru dan orang tua dalam diskusi terbuka tentang tayangan yang dikonsumsi anak, serta strategi konten dengan merekomendasikan kanal-kanal edukatif yang sesuai usia. Selain itu, strategi pengawasan perlu diperkuat melalui pengendalian durasi akses media digital, dan strategi evaluasi dilakukan secara berkala untuk memantau perkembangan perilaku sosial anak pasca terpapar media digital. Pendekatan ini penting agar media digital dapat dimanfaatkan sebagai sarana edukasi yang konstruktif bagi anak-anak di lingkungan sekolah.

## DAFTAR REFERENSI

- Barkatullah, Abdul Halim. (2019). *Hukum Transaksi Elektronik Di Indonesia: Sebagai Pedoman Dalam Menghadapi Era Digital Bisnis E-Commerce Di Indonesia*. Nusamedia.
- Databoks. (2022). <https://Databoks.Katadata.Co.Id/Datapublish/2021/03/16/Aksesanak-KeKonten-Digital-Meningkat-Saat-Pandemi>.
- Korespondensi, E., Nur, T., Jakarta, U. N., & Indonesia, B. (T.T.). *Bahasa Anak Betawi Di Sekolah: Sebuah Perspektif. 1–10*
- Laila Fitriani, Zaskia S. R., Aisyah, D.K, Eka, P.P, Salesa, A.F, Eni, N., (2023) *Penggunaan Bahasa Indonesia Dalam Media Sosial Sebagai Media Pemasaran Online Pendidikan: Teori Dan Penerapan*. Yayasan Kita Menulis.
- Mastanora, Refika. (2020). *Dampak Tontonan Video Youtube Pada Perkembangan Kreativitas Anak Usia Dini*. *Aulada: Jurnal Pendidikan Dan Perkembangan Anak*, 2(1), 47–57.
- Rizkiansyah, R. A., & Rustono. (2017). *Perilaku Berbahasa Pengembang Perumahan, Pengelola Hotel, Dan Pengelola Toko*. *Seloka: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 6(1), 25–33.
- Santoso, B. B., & Fatimah, F. (2021). *Komunikasi Antar Budaya Masyarakat Pedalaman Papua Melalui Model Komunikasi Di Youtube Expedisi Segaris Episode 9*. *Jurnal Ilmiah Komunikasi (Jikom) Stikom Ima*, 13(02), 1– 8.

---

<https://doi.org/10.38041/Jikom1.V13i02.154>

- Wibowo, A., & Rusdi, F. (2019). *Analisis Personal Branding Youtuber Gim : (Studi Fenomenologi Michael Souw)*. Prologia, 3(1), 31–38. <https://doi.org/10.24912/Pr.V3i1.6132>
- Yuliani, M., Simarmata, J., Susanti, S. S., Mahawati, E., Sudra, R. I., Dwiyanto, H., Irawan, E., Ardiana, D. Putu Y., Muttaqin, M., & Yuniwati, I. (2020).