

Pengaruh Konten Youtube Akademi Crypto Terhadap Pengetahuan Terkait Crypto (Survey Kepada Anggota Komunitas Academy Cryptocurrency)

Roy Adi Prastyo¹⁾ Heppy New Year Haloho^{2)*}

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi dan Humaniora, Universitas Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta 13210

¹⁾ Email: royadi772003@gmail.com

^{2)*} Email Korespondensi: heppy.haloho@kalbis.ac.id

Abstract: *This study aims to determine the effect of Cryptocurrency Academy YouTube content on the knowledge of Cryptocurrency Academy community members. This study uses a quantitative approach with a survey method and the Stimulus–Response (S–R) theory as a theoretical framework to analyze the effect of content exposure on the audience's level of knowledge. The research population includes members of the Cryptocurrency Academy community aged 20–40 who watch Cryptocurrency Academy YouTube content. Data were collected by distributing questionnaires to respondents who met the research criteria. The results of the analysis show that the quality of accurate information, the credibility of the sources, and an interesting delivery style contribute to increasing the cryptocurrency knowledge of community members. These findings confirm that YouTube educational content has a significant influence on the public's understanding of digital finance. The research hypothesis was accepted, with a Pearson correlation value of $r = 0.876$, indicating a very strong relationship.*

Keywords: *audience knowledge, audience reception, content, crypto, stimulus-response*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten YouTube Akademi Cryptocurrency terhadap pengetahuan anggota komunitas Akademi Cryptocurrency. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei serta teori Stimulus–respons (S–R) sebagai kerangka teoretis untuk menganalisis pengaruh paparan konten terhadap tingkat pengetahuan audiens. Populasi penelitian meliputi anggota komunitas Akademi Cryptocurrency berusia 20–40 tahun yang menonton konten YouTube Akademi Cryptocurrency. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner kepada responden yang memenuhi kriteria penelitian. Hasil analisis menunjukkan bahwa kualitas informasi yang akurat, kredibilitas narasumber, serta gaya penyampaian yang menarik berkontribusi terhadap peningkatan pengetahuan Cryptocurrency anggota komunitas. Temuan ini menegaskan bahwa konten edukatif YouTube berpengaruh signifikan terhadap pemahaman masyarakat mengenai keuangan digital. Hipotesis penelitian dinyatakan diterima, dengan nilai korelasi Pearson sebesar $r = 0,876$ yang menunjukkan hubungan sangat kuat.

Kata Kunci: konten, kripto, pengetahuan audiens, resepsi khalayak, stimulus-respons

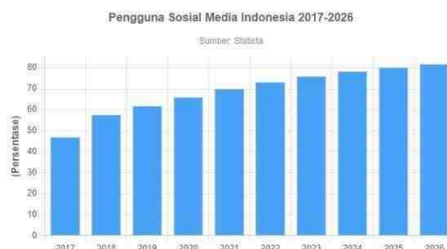
I. PENDAHULUAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan masyarakat modern, tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media penyebaran informasi di berbagai bidang, termasuk ekonomi dan keuangan. Kemudahan akses serta beragam format konten seperti teks, gambar, dan video

membuat media sosial semakin diminati. Namun, di sisi lain, media sosial juga menghadirkan tantangan berupa penyebaran informasi yang tidak akurat, bias informasi, serta potensi misinformasi, sehingga literasi digital menjadi aspek penting bagi pengguna

dalam memahami dan menyaring informasi yang diterima (Putri, 2022).

Peningkatan jumlah pengguna media sosial di Indonesia terus mengalami pertumbuhan signifikan. Data Statista menunjukkan bahwa pada tahun 2025 pengguna media sosial mencapai sekitar 80% dari total populasi dan diperkirakan meningkat pada tahun berikutnya. Media sosial tidak lagi hanya digunakan untuk hiburan, tetapi juga dimanfaatkan dalam aktivitas ekonomi, termasuk perdagangan aset digital.



Gambar 1 Data pengguna sosial media Indonesia 2017-2026
Sumber: Statista (2025)

Pada tahun 2024, Kementerian Perdagangan Republik Indonesia mencatat nilai transaksi aset digital melalui media sosial mencapai Rp33,67 triliun, yang menunjukkan tingginya minat masyarakat terhadap investasi *cryptocurrency*. Fenomena ini turut diperkuat oleh maraknya konten influencer dan YouTuber yang membahas potensi keuntungan dari investasi *crypto*, sehingga mendorong peningkatan pencarian informasi terkait *cryptocurrency* di internet.

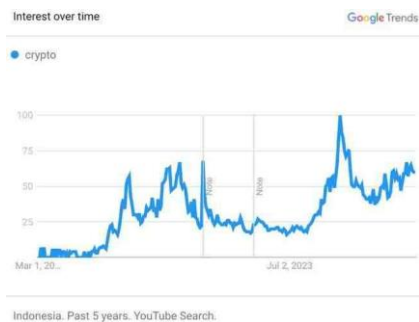
Salah satu platform media sosial yang memiliki peran strategis dalam penyebaran informasi adalah YouTube. Berdasarkan data *We Are Social dan Meltwater*, YouTube digunakan oleh sekitar 2,5 miliar pengguna di seluruh dunia pada tahun 2024 dan menjadi platform pencarian terbesar kedua setelah Google. Indonesia menempati posisi keempat sebagai negara dengan jumlah pengguna YouTube terbanyak, dengan sekitar 139 juta pengguna. Tingginya

angka ini menunjukkan bahwa YouTube memiliki peran penting sebagai sumber informasi, hiburan, dan edukasi, termasuk dalam bidang literasi keuangan dan investasi.



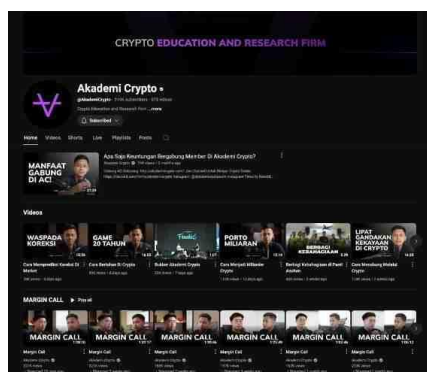
Gambar 2 Data 8 negara pengguna YouTube terbanyak
Sumber: We are Social & Meltwater (2025)

Dalam konteks literasi keuangan digital, YouTube banyak dimanfaatkan sebagai media edukasi mengenai *cryptocurrency*. *Cryptocurrency* merupakan aset digital yang menggunakan teknologi kriptografi untuk menjamin keamanan transaksi dan mencegah pemalsuan (Dwicaksana & Pujiyono, 2020). Di Indonesia, *cryptocurrency* tidak diakui sebagai alat pembayaran yang sah, namun telah diklasifikasikan sebagai komoditas yang dapat diperdagangkan sejak ditetapkannya regulasi oleh Bappebti pada tahun 2018 dan diperkuat melalui Peraturan Bappebti Nomor 5 Tahun 2019 (Arzam, 2023). Meskipun demikian, kasus penipuan investasi yang melibatkan influencer di media sosial menimbulkan keraguan masyarakat terhadap investasi *crypto*. Namun, data Bappebti menunjukkan bahwa jumlah pengguna *crypto* di Indonesia tetap meningkat dan mencapai 21,27 juta orang hingga September 2024, yang menandakan tingginya kebutuhan masyarakat akan informasi dan edukasi yang kredibel.



Gambar 3 Data pencarian kata kunci di YouTube
Sumber: Google Trends (2025)

Salah satu kanal YouTube yang berfokus pada edukasi *cryptocurrency* adalah Akademi Crypto. Kanal ini secara aktif menyajikan konten edukatif berupa video dan siaran langsung yang membahas konsep dasar blockchain, mekanisme transaksi aset digital, hingga strategi investasi. Hingga penelitian ini dilakukan, Akademi Crypto telah memiliki lebih dari 500 ribu pelanggan dengan jutaan penayangan. Meskipun demikian, dalam komunitas Akademi Crypto ditemukan adanya perbedaan tingkat pengetahuan antaranggota. Sebagian anggota telah memiliki pemahaman dasar mengenai *cryptocurrency*, sementara sebagian lainnya masih minim pengetahuan dan hanya mengikuti tren atau viralitas konten YouTube.



Gambar 4 Channel YouTube akademi
Sumber: YouTube Akademi Crypto (2025)

Penelitian ini memandang bahwa konten edukatif yang disajikan melalui YouTube memiliki potensi untuk meningkatkan pengetahuan *cryptocurrency* pada anggota komunitas. Variabel X dalam penelitian ini adalah konten YouTube Akademi Crypto, sedangkan variabel Y adalah pengetahuan *cryptocurrency* anggota komunitas. Hubungan antara kedua variabel tersebut didasarkan pada karakteristik YouTube sebagai media audiovisual yang mudah diakses, mudah dipahami, dan dapat dipelajari secara berulang. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh konten YouTube Akademi Crypto terhadap pengetahuan *cryptocurrency* pada anggota komunitas Akademi Crypto.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini berpijak pada teori *stimulus-respons* yang memandang perilaku dan perubahan pengetahuan manusia sebagai hasil dari hubungan antara rangsangan (*stimulus*) dan reaksi (*respons*) yang dapat diamati serta diukur. Teori ini menekankan bahwa pemberian *stimulus* tertentu mampu memicu perubahan dalam diri individu, terutama ketika *stimulus* tersebut disampaikan secara berulang dan disertai dengan penguatan (Nazir, 2018). Dalam konteks pembelajaran, *stimulus* dapat berupa pesan atau informasi yang diterima individu, sedangkan *respons* merupakan hasil belajar yang ditunjukkan melalui perubahan pemahaman atau pengetahuan.



Gambar 5 Model Stimulus Respons
Sumber: Olahan peneliti (2025)

Thorndike menjelaskan bahwa proses belajar terjadi melalui keterhubungan antara *stimulus* dan *respons*. *Stimulus*

merupakan segala bentuk rangsangan yang diterima individu melalui panca indera, sedangkan *respons* adalah reaksi yang muncul sebagai akibat dari *stimulus* tersebut, baik dalam bentuk pemikiran, sikap, maupun tindakan. Perubahan yang dihasilkan dari proses belajar dapat bersifat langsung maupun tidak langsung, dan mencerminkan peningkatan pengetahuan individu (Sudirman et al., 2024).

Dalam kajian komunikasi massa, teori *stimulus-respons* juga dikenal sebagai teori jarum hipodermik atau teori peluru ajaib yang memandang media massa memiliki pengaruh yang kuat terhadap khalayak. Pesan media diasumsikan mampu memberikan efek langsung terhadap audiens, terutama ketika disampaikan secara intens dan berulang (Esser, 2008). Dalam penelitian ini, konten YouTube diposisikan sebagai *stimulus*, sedangkan pengetahuan *cryptocurrency* audiens merupakan *respons* yang dihasilkan dari paparan konten tersebut.

Perkembangan media baru telah mengubah pola komunikasi masyarakat secara signifikan. Media baru berbasis teknologi digital memungkinkan interaksi yang lebih cepat, luas, dan partisipatif. Karakteristik media baru meliputi digitalisasi, interaktivitas, konvergensi, dan kemudahan akses, yang menjadikan pengguna tidak hanya sebagai penerima pesan, tetapi juga sebagai produsen informasi (Luik, 2020). Media sosial sebagai bagian dari media baru berperan penting dalam penyebaran informasi dan edukasi karena memungkinkan pertukaran pesan secara dua arah dan multi-arah (Ayub & Sulaeman, 2022).

YouTube merupakan salah satu platform media sosial berbasis video yang memiliki potensi besar sebagai media pembelajaran digital. Penyajian informasi dalam bentuk audiovisual menjadikan konten YouTube lebih mudah dipahami dan menarik bagi pengguna. Selain itu, sifatnya yang

fleksibel, gratis, dan dapat diakses berulang kali menjadikan YouTube sebagai sarana edukasi yang efektif dalam meningkatkan pengetahuan, termasuk dalam bidang literasi keuangan dan investasi digital (Maududi et al., 2023).

Konten YouTube Akademi Crypto dalam penelitian ini didefinisikan sebagai materi edukatif berbasis video yang membahas *cryptocurrency*, mencakup konsep dasar blockchain, mekanisme transaksi, analisis pasar, serta strategi investasi. Variabel konten YouTube diukur melalui tiga indikator, yaitu kredibilitas, daya tarik, dan kualitas isi konten (Pratama & Herika Hermanu, 2022). Kredibilitas berkaitan dengan tingkat kepercayaan audiens terhadap informasi yang disampaikan, daya tarik berkaitan dengan gaya penyampaian dan visualisasi konten, sedangkan kualitas isi konten berkaitan dengan kejelasan, kedalaman, dan relevansi materi.

Pengetahuan *cryptocurrency* sebagai variabel terikat merujuk pada tingkat pemahaman individu terhadap aset digital. Pengetahuan ini mencakup pemahaman risiko investasi *cryptocurrency*, pengetahuan mengenai berbagai jenis aset *crypto*, serta kemampuan dalam mengelola dan menganalisis informasi terkait *cryptocurrency* (Hamelinda et al., 2024). Pengetahuan tersebut diperoleh melalui proses pembelajaran yang terjadi akibat paparan informasi dari media digital, khususnya YouTube.

Penelitian ini menggunakan paradigma positivistik karena peneliti berupaya mengidentifikasi dan menguji hubungan sebab akibat antara variabel independen, yaitu konten YouTube Akademi Crypto, dengan variabel dependen berupa tingkat pengetahuan anggota komunitas Akademi Crypto terkait *cryptocurrency*. Paradigma positivistik memandang realitas sosial sebagai sesuatu yang objektif, terukur, dan dapat dianalisis secara empiris

melalui data kuantitatif. Oleh karena itu, hubungan antara *stimulus* berupa konten YouTube dan *respons* berupa pengetahuan audiens diuji secara sistematis menggunakan analisis statistik untuk memperoleh temuan yang bersifat objektif dan dapat digeneralisasikan (Irwan, 2018).

Berdasarkan teori *stimulus-respons*, konten YouTube Akademi Crypto berfungsi sebagai *stimulus* yang mampu memengaruhi pengetahuan *cryptocurrency* anggota komunitas sebagai *respons*. Paparan konten yang kredibel, menarik, dan berkualitas diyakini dapat meningkatkan pemahaman audiens terhadap *cryptocurrency* melalui proses belajar yang berulang dan terarah.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa karakteristik responden komunitas Akademi Crypto didominasi oleh individu usia produktif, berpendidikan tinggi, dan memiliki ketertarikan terhadap investasi aset digital. Kondisi ini mencerminkan bahwa responden merupakan kelompok yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial serta terbuka terhadap proses pembelajaran melalui media digital seperti YouTube. Karakteristik tersebut menjadi konteks penting dalam memahami efektivitas konten edukatif Akademi Crypto dalam meningkatkan pengetahuan *cryptocurrency*.

Selain itu, ketertarikan responden terhadap aset digital mencerminkan sikap yang adaptif terhadap perkembangan teknologi finansial yang terus berkembang. Responden tidak hanya berperan sebagai konsumen pasif, tetapi juga sebagai audiens yang aktif dalam mencari, mengolah, dan memanfaatkan informasi investasi melalui media digital. Penggunaan YouTube sebagai sumber pembelajaran menunjukkan bahwa responden terbuka terhadap pola pembelajaran nonformal berbasis audio-visual, yang memungkinkan

penyampaian informasi secara lebih mudah dipahami dan menarik. Dengan demikian, karakteristik responden tersebut menjadi konteks penting dalam menjelaskan mengapa konten edukatif Akademi Crypto memiliki potensi yang tinggi dalam meningkatkan pengetahuan terkait *cryptocurrency*.

Dalam kerangka Teori *Stimulus-respons*, konten YouTube Akademi Crypto berfungsi sebagai *stimulus* yang memberikan rangsangan berupa informasi edukatif, visualisasi, dan narasi yang sistematis mengenai *cryptocurrency*. *Stimulus* ini diterima oleh audiens dan diproses menjadi *respons* berupa peningkatan pengetahuan dan pemahaman terhadap investasi aset digital.

Tabel 1 Hasil uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	177.079.484
Most Extreme Differences	Absolute	.112
	Positive	.112
	Negative	-.079
Test Statistic		.112
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.004
Monte Carlo Sig. (2-tailed) ^d	Sig.	.003
99% Confidence Interval		
		Lower Bound .002
		Upper Bound .005

Sumber: Olahan peneliti (2025)

Hasil uji normalitas Kolmogorov-Smirnov yang diperoleh, diketahui bahwa nilai signifikansi sebesar 0,004, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa data residual tidak berdistribusi normal, karena nilai signifikansi berada di bawah 0.05.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi belum terpenuhi. Untuk mengatasinya, peneliti dapat melakukan transformasi data agar distribusi mendekati normal, atau menggunakan metode non-parametrik jika transformasi tidak berhasil memperbaiki distribusi data.

Dalam penelitian ini digunakan uji korelasi Spearman (*Spearman's Rank Correlation*) untuk mengetahui hubungan antara variabel Konten YouTube (X) dan Pengetahuan tentang *Cryptocurrency* (Y). Uji ini dipilih karena hasil uji

normalitas Kolmogorov-Smirnov menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga uji korelasi parametrik Pearson tidak dapat digunakan. Selain itu, data penelitian menggunakan skala Likert yang bersifat ordinal, sehingga uji Spearman menjadi pilihan yang tepat untuk menganalisis hubungan antar variabel.

Tabel 2 Hasil uji Uji Korelasi Spearman

Correlations				
		X	Y	
Spearman's rho	X	1.000	.710**	
	Correlation Coefficient			
	Sig. (2-tailed)		<.001	
Y	N	100	100	
	Correlation Coefficient	.710**	1.000	
	Sig. (2-tailed)	<.001		
N		100	100	

**Korelasi signifikan pada level 0,01 (2-tailed).

Sumber: Olahan peneliti (2025)

Hasil analisis uji korelasi spearman, diperoleh nilai signifikansi (Sig. 2-tailed) sebesar 0,001, yang berarti lebih kecil dari 0,05. Karena nilai signifikansi < 0,05, maka dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara variabel Konten YouTube dan Pengetahuan tentang *Cryptocurrency*.

Tabel 3 Hasil uji hipotesis

Coefficients ^a					
Model	unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		Sig.
	B	Std. Error	Beta	T	
1 (Constant)	7.773	2.518		3.087	.003
X	.861	.048	.876	17.980	<.001

a. Variabel Terikat: Y

Sumber: Olahan peneliti (2025)

Hasil pengujian hipotesis melalui uji t menunjukkan nilai t hitung sebesar 17,980 dengan nilai signifikansi < 0,001. Temuan ini mengindikasikan bahwa hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima, yang berarti terdapat pengaruh positif dan signifikan antara konten YouTube Akademi Crypto terhadap pengetahuan *cryptocurrency* anggota komunitas. Semakin tinggi intensitas dan kualitas konten YouTube yang diakses, semakin tinggi pula tingkat pengetahuan responden mengenai *cryptocurrency*.

Respons yang dihasilkan dari paparan konten tersebut tercermin dalam meningkatnya pemahaman responden terhadap aspek-aspek penting dalam investasi *cryptocurrency*, seperti kesadaran akan pentingnya diversifikasi risiko, kemampuan membaca analisis teknikal, serta pemahaman terhadap analisis fundamental sebelum mengambil keputusan investasi. Temuan ini menunjukkan bahwa konten edukatif YouTube tidak hanya berfungsi sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana pembelajaran yang mendorong audiens bersikap lebih rasional dan analitis.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menunjukkan bahwa pengetahuan responden tidak sepenuhnya ditentukan oleh konten YouTube semata. Faktor lain seperti latar belakang pendidikan, pengalaman berinvestasi, serta interaksi sosial dalam komunitas turut berperan dalam membentuk tingkat pengetahuan individu. Mayoritas responden yang memiliki pendidikan dan pengalaman investasi yang memadai cenderung lebih mudah menyerap dan memanfaatkan informasi yang disajikan.

Selain itu, pengalaman berinvestasi menjadi faktor penting dalam memperkuat pemahaman responden terhadap materi yang disampaikan. Responden yang telah memiliki pengalaman praktis dalam investasi aset digital cenderung mampu mengaitkan informasi yang diperoleh dari konten YouTube dengan pengalaman nyata yang pernah mereka alami. Hal ini memungkinkan terjadinya proses pembelajaran yang lebih mendalam, di mana informasi baru tidak hanya diterima secara pasif, tetapi juga diinterpretasikan dan dikonfirmasi melalui pengalaman pribadi. Interaksi sosial dalam komunitas Akademi Crypto, seperti diskusi, berbagi pengalaman, dan pertukaran opini antaranggota, juga berkontribusi dalam memperkaya pengetahuan responden. Melalui interaksi tersebut, informasi yang

diperoleh dari YouTube dapat diperkuat, diklarifikasi, atau bahkan dikritisi, sehingga membentuk pemahaman yang lebih komprehensif.

Secara keseluruhan, pembahasan ini menegaskan bahwa konten YouTube Akademi Crypto berperan signifikan sebagai *stimulus* edukatif dalam meningkatkan pengetahuan *cryptocurrency* anggota komunitas. Pemanfaatan YouTube sebagai media pembelajaran digital terbukti efektif dalam mendukung peningkatan literasi keuangan digital, khususnya dalam konteks investasi aset digital, apabila konten disajikan secara kredibel, relevan, dan berkualitas.

IV. SIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh konten YouTube Akademi Crypto terhadap pengetahuan *cryptocurrency* anggota komunitas Akademi Crypto. Berdasarkan hasil analisis data terhadap 100 responden, penelitian ini menunjukkan bahwa konten YouTube Akademi Crypto memiliki pengaruh yang positif dan signifikan terhadap tingkat pengetahuan anggota komunitas mengenai *cryptocurrency*.

Hasil pengujian hipotesis membuktikan bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas akses anggota komunitas terhadap konten edukatif yang disajikan oleh Akademi Crypto, semakin tinggi pula tingkat pemahaman mereka terhadap konsep, risiko, dan perkembangan aset digital. Temuan ini menegaskan bahwa YouTube berperan efektif sebagai media edukasi dalam meningkatkan literasi *cryptocurrency* melalui penyajian konten yang kredibel, relevan, dan sistematis.

Secara teoretis, hasil penelitian ini mendukung Teori *Stimulus-respons* yang menyatakan bahwa pesan media berfungsi sebagai *stimulus* yang mampu memengaruhi *respons* audiens. Dalam konteks penelitian ini, konten YouTube

Akademi Crypto berperan sebagai *stimulus* yang mendorong munculnya *respons* berupa peningkatan pengetahuan *cryptocurrency* pada anggota komunitas.

Pemanfaatan YouTube sebagai media edukasi digital terbukti memiliki kontribusi nyata dalam meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat. Penelitian ini memberikan implikasi bahwa pengembangan konten edukatif yang berkualitas di platform YouTube dapat menjadi strategi efektif dalam mendukung peningkatan pemahaman masyarakat terhadap investasi aset digital.

Berdasarkan hasil dan simpulan penelitian ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang Ilmu Komunikasi, khususnya bagi penelitian yang mengkaji pengaruh media digital terhadap peningkatan pengetahuan dan literasi keuangan. Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengkaji lebih mendalam faktor-faktor lain yang memengaruhi pengetahuan *cryptocurrency*, seperti intensitas interaksi dalam komunitas, kepercayaan terhadap influencer, maupun karakteristik individu audiens. Selain itu, penelitian dapat dikembangkan dengan menggunakan pendekatan kualitatif, seperti analisis resepsi khalayak, untuk memahami bagaimana audiens menafsirkan dan memaknai konten edukatif YouTube terkait *cryptocurrency*.

Selain dari sisi akademis, penelitian ini juga memberikan implikasi praktis bagi pengelola kanal YouTube Akademi Crypto dan pembuat konten edukatif *cryptocurrency* lainnya agar lebih memperhatikan kualitas, kredibilitas, serta kejelasan penyampaian pesan dalam setiap konten yang diproduksi. Penyajian materi yang sistematis dan akurat diharapkan mampu mencegah terjadinya kesalahpahaman informasi serta meningkatkan literasi keuangan digital masyarakat. Melalui pengelolaan konten yang bertanggung jawab, YouTube dapat

dimanfaatkan secara optimal sebagai sarana edukasi yang mendukung pengambilan keputusan investasi yang rasional dan berbasis pengetahuan.

Sudirman, Burhanuddin, & Fitriani. (2024). Teori-Teori Belajar Dan Pembelajaran : *Neuosains Dan Multiple Intelliegence* (Kahar & R. Nurhayati, Eds.). Pt. Pena Persada Kerta Utama Redaksi.

DAFTAR RUJUKAN

- Arzam, Fauzi, M., Mursal, & Rahmat Paisal. (2023). Apakah Cryptocurrency Sebagai Alat Pembayaran Yang Sah Di Indonesia?: Analisis Dari Dua Perspektif (Vol. 4).
- Ayub, M., & Sulaeman, S. F. (2022). Dampak Sosial Media Terhadap Interaksi Sosial Pada Remaja: Kajian Sistematis. In *Jurnal Penelitian Bimbingan Dan Konseling* (Vol. 7, Number 1).
- Dwicaksana, H., & Pujiyono. (2020). Akibat Hukum Yang Ditimbulkan Mengenai Cryptocurrency Sebagai Alat Pembayaran Di Indonesia. In *Jurnal Privat Law* (Vol. 2, Number 2020).
- Esser, F. (2008). *The International Encyclopedia Of Communication*. (Vol. 10). Blackwell Publishing.
- Hamelinda, F., Setiawan, R., & Wediawati, Besse. (2024). Literasi Keuangan Dan Preferensi Risiko Terhadap Keputusan Investasi Cryptocurrency Pada Generasi Milenial Di Kota Jambi. In *Jurnal Paradigma Ekonomika* (Vol. 19, Number 2).
- Irwan. (2018). Relevansi Paradigma Positivistik Dalam Penelitian Sosiologi Pedesaan. In *Jurnal Ilmu Sosial* (Vol. 17).
- Luik, J. (2020). Media Baru Sebuah Pengantar (Vol. 1). Kencana.
- Maududi, M. M., Rahman, N., Putra, G. K., Ihsan, A. S., Febriana, M., & Ekowati, S. (2023). Motif Penggunaan Channel Youtube Penerimaan Mahasiswa Baru (Pmb) Uhamka Sebagai Media Informasi (Vol. 7, Number 1). [Http://Ojs.Stiami.Ac.Id](http://Ojs.Stiami.Ac.Id)
- Nazir, F. B. (2018). *Stimulus-Response Theory: A Case Study In The Teaching And Learning Of Malay Language Among Year 1 Pupils*. *Journal Of Social Sciences Research*, 4(10), 153–157. <https://doi.org/10.32861/Journal.7.2018.410.153.157>
- Pratama, S., & Herika Hermanu, D. (2022). Pengaruh Konten Video Youtube Dan Dimas Terhadap Pembentukan Sikap Sosial Remaja. In *Jurnal Komunikasi |: Vii* (Number 2).
- Putri, I., Dendi, Syukerti, N., Iman Mulyadi, A., & Maulana, I. (2022). Media Sosial Sebagai Media Pergeseran Interaksi Sosial Remaja (Vol. 2, Number 2).