



Perilaku informasi *content creator* jejaring sosial berbasis video

Derin Aypa Berhama Zega¹, Moh. Safii^{2*}, Roekhan³

^{1,2,3}Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Negeri Malang

*Korespondensi: moh.safii@um.ac.id

Diajukan: 30-05-2022; Direview: 07-11-2022; Diterima: 27-12-2022; Direvisi: 26-12-2022

ABSTRACT

Information search is carried out by all groups to support their daily work. This is also done by content creators as content creators so that the content shared is accurate and useful. This study aims to describe the information behavior of content creators using David Ellis' information behavior model. This research is a type of qualitative research. Data collection techniques with interviews and documentation studies. Sampling in the study was selected through a purposive sampling technique. Through this technique, two people were chosen to act as content writers and editors as informants in this study because they were directly involved in developing story ideas and writing video scripts for the "How come?" Youtube channel. Data analysis through data reduction, coding, data presentation, and drawing conclusions. The results of the study found that in the early stages, content creators identified their information needs through the main literature; chaining, understanding information, enriching information sources; browsing, tracing information sources both digital and print media; differentiate, choose sources of information according to the preferences of content creators; monitoring, monitoring the flow of development of information sources; extracting, identifying and recording information points; verify, re-check the information that has been collected; ending, do the packaging and share the videos that have been made. The conclusion of the study shows that content creator search behavior is an active information search behavior because they know the need for information and try to fulfill it by finding and selecting sources of information. The results of the analysis show that the main factors that drive information needs into information seeking behavior are due to job demands and their desire to share informative and educative content with audiences. In addition, information search is also carried out to increase their knowledge and insight.

ABSTRAK

Pencarian informasi dilakukan oleh semua kalangan untuk mendukung pekerjaannya sehari-hari. Hal ini juga yang dilakukan oleh *content creator* sebagai seorang pembuat konten agar konten yang dibagikan akurat dan dapat dimanfaatkan. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku informasi *content creator* menggunakan model perilaku informasi David Ellis. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif. Teknik pengumpulan data dengan wawancara dan studi dokumentasi. *Sampling* dalam penelitian dipilih melalui teknik *purposive sampling*. Melalui teknik tersebut terpilih dua orang yang berperan sebagai *content writer* dan *editor* selaku informan pada penelitian ini karena mereka adalah pihak yang berhubungan langsung dalam pengembangan ide cerita dan penulisan *script* video pada kanal youtube "Kok Bisa?". Analisis data melalui reduksi data, *coding*, penyajian data, dan kesimpulan. Hasil penelitian ditemukan bahwa pada tahap *starting*, *content creator* mengidentifikasi kebutuhan informasinya melalui *key literature*; *chaining*, memahami informasi, memperkaya sumber informasi; *browsing*, menelusuri sumber informasi baik media digital dan cetak; *differentiating*, seleksi sumber informasi sesuai preferensi *content creator*; *monitoring*, memantau arus perkembangan sumber informasi; *extracting*, identifikasi dan pencatatan poin informasi; *verifying*, pemeriksaan kembali informasi yang telah dikumpulkan; *ending*, melakukan pengemasan dan membagikan video yang telah dibuat. Kesimpulan penelitian menunjukkan bahwa perilaku pencarian *content creator* adalah perilaku pencarian informasi aktif karena mereka mengetahui kebutuhan informasi dan berusaha untuk memenuhi hal tersebut dengan melakukan pencarian dan seleksi terhadap sumber informasi. Hasil analisis diketahui faktor utama yang mendorong kebutuhan informasi menjadi perilaku pencarian informasi adalah karena tuntutan pekerjaan serta keinginan mereka untuk membagikan konten yang bersifat informatif dan edukatif bagi penontonnya. Selain itu pencarian informasi juga dilakukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mereka.

Keywords: *Information search behavior; Content creator; Youtube; Youtube content*



1. PENDAHULUAN

Youtube merupakan media sosial yang banyak dikunjungi oleh setiap individu karena melalui Youtube setiap individu dapat membagikan video ke segala penjuru dunia dengan sesama pengguna (Rohman & Husna, 2017). Youtube dapat memberikan sebuah tayangan dalam bentuk audio visual dengan pilihan konten yang beragam, seperti menyediakan berita dan informasi bagi masyarakat. Selain itu, Youtube juga mampu menjadi media hiburan untuk masyarakat. Oleh karena itu Youtube merupakan media yang dapat memberikan stimulus kuat karena melalui Youtube masyarakat berhak memilih tayangan mana yang mereka butuhkan dan inginkan (Rohman & Husna, 2017). Riset yang diadakan oleh *Digital in Indonesia: All the Statistics You Need in 2021 — DataReportal – Global Digital Insights*, (n.d.) sebuah situs layanan manajemen konten yang secara berkala menyediakan data dan tren mengenai internet, menyatakan bahwa pada tahun 2021 jumlah pengguna Youtube mencapai 257,856 juta. Pertumbuhan pengguna Youtube yang begitu masif tentunya tidak terlepas dari kontribusi para kreator yang terus berinovasi untuk menyajikan konten yang menarik, dan bermanfaat (Buf & Ştefăniþă, 2020).

Hal ini menyebabkan mulai banyak bermunculan kanal Youtube dengan berbagai macam variasi konten. “Kok Bisa?” merupakan salah satu kanal Youtube yang menyajikan konten edukasi dengan pelanggan terbanyak di Indonesia (Rahmawan *et al.*, 2018). Konten menarik dan bermanfaat yang disajikan oleh kanal Youtube “Kok Bisa?” tentunya tidak terlepas dari peran seorang *content creator*. *Content creator* adalah profesi dalam membuat konten baik dalam bentuk gambar, tulisan, video, ataupun gabungan dari semuanya. Konten tersebut yang nantinya akan diunggah pada media digital seperti Youtube, Instagram ataupun platform media sosial lainnya. Dalam membuat konten, *content creator* harus merancang sebuah konsep terlebih dahulu, setelah itu melakukan riset serta pengumpulan data dan informasi agar konten yang disajikan memiliki nilai dan manfaat bagi penontonnya.

Kesenjangan antara pengetahuan dan informasi yang dimiliki oleh *content creator* menimbulkan motivasi dalam diri mereka untuk melakukan penelusuran dan pencarian informasi. Pencarian informasi bagi seorang *content creator* merupakan suatu tindakan yang harus dan akan terus dilakukan, agar konten yang dihasilkan selalu akurat, relevan, dan bermanfaat bagi audiensnya. *Content creator* menyadari adanya kekurangan dan kebutuhan akan informasi, oleh karena itu pencarian informasi dilakukan. Pencarian informasi yang dilakukan terus menerus tentunya akan membentuk pola perilaku informasi tersendiri (Kundu, 2017). Perilaku pencarian informasi ini dilakukan oleh setiap orang secara sadar agar kebutuhannya dapat terpenuhi.

Penelitian mengenai perilaku informasi cukup banyak dilakukan. Kumpulan jurnal ilmiah yang digunakan dalam penelitian ini (*state of the art*) digunakan untuk memberikan penjelasan mengenai perbedaan antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang dilakukan. Beberapa topik yang telah diteliti diantaranya oleh Nurkomara (2020) juga meneliti mengenai Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Tingkat Akhir Dalam Menyelesaikan Skripsi Pada Masa *Social Distancing*. Penelitian ini membahas bagaimana pola perilaku informasi mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi selama masa *social distancing*. Untuk memenuhi kebutuhan informasinya pada masa *social distancing* mahasiswa mengandalkan media sosial seperti *whatsapp* untuk melakukan wawancara dan *google form* untuk melakukan penyebaran kuesioner. Mahasiswa juga mencari informasi melalui Google serta jurnal *online* dengan memasukkan kata kunci sesuai agar dapat menghasilkan sumber informasi yang dibutuhkan dan berkaitan dengan penelitian. Salah satu model perilaku pencarian informasi adalah karya David Ellis pada tahun 1989 yang kemudian dikembangkan oleh Ellis bersama Cox, dan Hall pada tahun 1993. Ellis awalnya menampilkan enam jenis aktivitas yang kemudian menambahkan dua tahap terakhir, diantaranya *starting*, *chaining*, *browsing*, *differentiating*, *monitoring*, *extracting*, *verifying*, dan *ending*.

Model perilaku David Ellis digunakan dalam penelitian yang dilakukan oleh Ridlo *et al.*, (2020) dengan judul Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Tingkat Akhir Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui perilaku pencarian informasi oleh mahasiswa tingkat akhir. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat kesamaan tahapan kegiatan pencarian informasi menurut model yang dikemukakan oleh David Ellis dengan perilaku pencarian informasi yang dilakukan oleh mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial Universitas Sari Mutiara Indonesia.

Prasetyawan & Krismayani (2019) juga meneliti mengenai perilaku informasi yang berjudul Kajian Perilaku Informasi Mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan informasinya mahasiswa lebih banyak menggunakan internet. Meskipun demikian, mahasiswa juga tetap menggunakan sumber primer seperti jurnal ilmiah sebagai sumber referensi utama mereka. Penelitian ini dilakukan sebagai bahan evaluasi bagi perpustakaan universitas agar dapat meningkatkan pelayanannya.

Penelitian tentang perilaku informasi dari berbagai sumber juga telah dilakukan seperti penelitian yang terbaru dilakukan Huvila *et al.*, (2022), Du & Chu (2022) dan Gorichanaz & Venkatagiri (2021) berfokus pada bagaimana akses dan pemanfaatan informasi yang mengalir antara sistem dengan manusia. Berdasarkan studi literatur yang telah dilakukan keunggulan dari penelitian ini adalah tidak hanya berhenti pada tataran informasi yang berpindah antara manusia dengan sistem, namun sampai pada produk informasi yang dihasilkan. Selain itu, penelitian ini penting dilakukan melihat sejauh ini penelitian mengenai perilaku informasi subjeknya hanya berfokus pada kalangan akademisi saja. Sementara itu pencarian informasi dilakukan oleh semua kalangan secara sadar agar kebutuhan informasinya dapat terpenuhi termasuk pada pekerja digital salah satunya adalah *content creator*. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh Nurkomara (2020) dan Ridlo *et al.*, (2020) dengan penelitian ini yaitu penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan perilaku informasi dari kalangan pekerja digital yaitu *content creator*. Pada era digital seperti sekarang ini, kehadiran *content creator* menjadi solusi bagi masyarakat dan juga peserta didik agar dapat memenuhi kebutuhan informasinya secara cepat. Penelitian ini mendeskripsikan perilaku pencarian informasi *content creator*. Salah satu pekerjaan yang harus dilakukan sebagai *content creator* adalah penulisan naskah dan membuat *storyboard*, dimana hal ini memerlukan informasi dan data yang akurat.

Penelitian ini penting untuk dilakukan, melihat Youtube saat ini sudah dijadikan sebagai salah satu media pembelajaran dan juga rujukan, maka sebagai *content creator* dalam membagikan konten harus melalui penelitian dan penelusuran informasi agar konten yang dihasilkan dapat bermanfaat bagi para penggunanya. Berdasarkan permasalahan yang telah dipaparkan dan sebagai upaya untuk melengkapi kurangnya penelitian maka perlunya melakukan penelitian mengenai perilaku informasi terhadap *content creator*. Hasil dari penelitian perilaku informasi *content creator* kanal Youtube “Kok Bisa?” dalam pembuatan konten ini dapat digunakan (1) sebagai suatu bahan evaluasi kepada penyedia sumber informasi baik media digital ataupun pada lembaga informasi seperti perpustakaan dan (2) sebagai referensi untuk mengembangkan penelitian lanjutan pada bidang perilaku pencarian informasi terkait hubungan manusia, sistem informasi dan audiens.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Perilaku Pencarian Informasi

Pencarian informasi terdiri dari suatu rangkaian proses yang dimulai ketika individu menyadari dan mendefinisikan masalah atau kebutuhan informasi dan berlanjut hingga masalah tersebut terselesaikan. Kebutuhan informasi adalah faktor pemicu dari munculnya perilaku informasi (Reijo., 2017). Kebutuhan akan informasi ini muncul karena situasi tertentu, seperti permasalahan atau

kondisi yang menarik untuk diselesaikan dan juga dipengaruhi oleh kondisi kognitif serta emosional individu tersebut (Prasetyawan & Krismayani, 2019). Cakupan dalam studi informasi ini meliputi aktivitas temu kembali informasi dan kegiatan mencari serta interaksinya dalam proses mencari informasi yang dibutuhkan.

Pada penelitian perilaku informasi ada beberapa teori yang sering digunakan. Salah satu teori yang paling populer adalah model teori karya David Ellis pada tahun 1989. Kemudian model tersebut disempurnakan oleh Ellis bersama Deborah Cox dan Katherine Hall pada tahun 1993, sehingga hasil penelitian ini menghasilkan delapan tahap pencarian informasi, diantaranya: (1) *Starting*, adalah kegiatan awal yang dilakukan individu dalam pencarian informasi. (2) *Chaining*, pada tahap ini pengguna informasi mengikuti rangkaian kutipan atau menelusuri catatan-catatan kaki dari suatu literatur untuk dapat menemukan sumber informasi lainnya. (3) *Browsing*, suatu aktivitas pencarian informasi terstruktur dan semi terstruktur pada topik yang telah ditentukan. (4) *Differentiating*, dimana dilakukan pemilihan dan pembedaan pada sumber informasi yang ditemukan berdasarkan beberapa kriteria. (5) *Monitoring*, merupakan kegiatan pemantauan yang dilakukan para pencari informasi terhadap perkembangan bidang ilmu pengetahuan yang diteliti. (6) *Extracting*, kegiatan ini dilakukan oleh pencari informasi yaitu mengambil dan memutuskan salah satu atau beberapa informasi yang bermanfaat pada suatu sumber informasi. (7) *Verifying*, pencari informasi melakukan pemeriksaan keakuratan terhadap informasi yang dipilihnya. (8) *Ending*, ini adalah tahap akhir pada pencarian informasi lalu biasanya ini merupakan tahap akhir dari pencarian informasi dan biasanya dapat juga menjadi dari suatu tugas atau penelitian.

2.2 Content Creator

Kemudahan akses dan fitur yang dimiliki oleh Youtube menarik jutaan pembuatan konten di seluruh dunia untuk ikut membagikan ide dan kreativitasnya. Hal ini membuat istilah *content creator* semakin populer di masyarakat. *Content creator* adalah seseorang yang membuat informasi baik dalam bentuk tulisan, gambar, video, audio, atau gabungan dari keduanya (Brake, 2014). Beragamnya pengguna Youtube dari anak-anak hingga orang dewasa, dari laki-laki ataupun perempuan membuat konten yang tersedia di Youtube semakin banyak jenisnya. Hal ini menyebabkan sebagai seorang *content creator* dalam menyiapkan konten atau video harus menentukan terlebih dahulu target penonton yang akan mereka tuju.

Membuat sebuah konten yang bermanfaat membutuhkan proses yang sangat panjang, *content creator* sering kali membutuhkan informasi untuk menumbuhkan ide atau gambaran mengenai fenomena yang akan dibagikan (Brake, 2014). Informasi dan data ini digunakan untuk menunjang ketepatan, kebenaran, dan keberhasilan dari sebuah konten yang dibuatnya, sehingga konten yang dibuat dapat menjadi pengetahuan baru bagi penontonnya dan tidak menimbulkan kekeliruan atau disinformasi. Hal ini menunjukkan bahwa terdapat kebutuhan akan informasi yang harus dipenuhi oleh *content creator* sebagai gagasan dan penunjang akurasi terhadap informasi pada suatu konten yang dibuatnya. Untuk itulah para *content creator* melakukan pencarian informasi agar tercipta sebuah konten yang bermanfaat bagi para penontonnya.

3. METODE

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan mengenai perilaku pencarian informasi *content creator* dalam membuat suatu konten dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Data yang ditemukan pada penelitian adalah data terkait pola perilaku pencarian informasi *content creator* dalam pembuatan konten Youtube yang dibagikan pada kanal Youtube “Kok Bisa?”. Data tersebut diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam pada team *editorial* yang dipilih menggunakan teknik *purposive sampling*. Berdasarkan teknik tersebut akhirnya terpilih dua orang yang berperan sebagai *content writer* dan *editor* selaku informan pada penelitian ini. Hal ini dikarenakan mereka

adalah seseorang yang berhubungan langsung dalam pengembangan ide cerita dan penulisan *script* video pada kanal Youtube “Kok Bisa?”. Wawancara yang dilakukan pada bulan Januari – Februari 2021 ini dilaksanakan secara daring (dalam jaringan) melalui aplikasi Zoom Meeting.

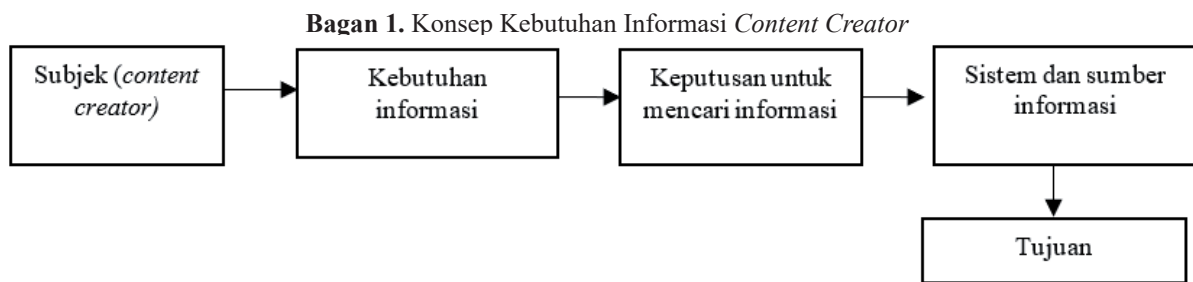
Selain wawancara, data juga didapatkan melalui studi dokumentasi. Studi dokumentasi dilakukan sebagai data pendukung dari sumber data utama, untuk membuktikan apakah istilah yang dipaparkan ketika wawancara sesuai dengan kenyataan yang ada di lapangan. Studi dokumentasi dalam penelitian ini yaitu naskah atau *script* dari pembuatan video, *storyboard* pembuatan video, dan video yang dibagikan pada kanal Youtube “Kok Bisa?”. Lalu data yang telah ditemukan tersebut kemudian dianalisis melalui tahap reduksi data, pengkodean (koding), penyajian data, serta kesimpulan (Sugiyono, 2014) menggunakan aplikasi Atlas.ti versi 9.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ketika banyaknya kanal Youtube yang menyajikan konten bersifat hiburan, maka “Kok Bisa?” hadir sebagai kanal Youtube dengan konten bertema edukasi pertama di Indonesia. Keunikan dan kekhasan yang dimiliki pada kanal ini terletak pada jenis informasi yang dibagikan. Kanal “Kok Bisa?” membagikan hal-hal seputar kehidupan sehari-hari yang sarat dengan tren yang dibahas oleh masyarakat dan kemudian dijelaskan melalui pendekatan ilmiah dengan bahasa yang sederhana mungkin. Jika dilihat dari segi penyajian konten, kanal “Kok Bisa?” juga memiliki ciri khas tersendiri. Mereka menyajikan konten dengan video animasi sederhana dengan ilustrasi yang menarik sehingga mampu menjelaskan konsep yang rumit tersebut menjadi lebih mudah untuk dipahami. Durasi video yang dibuat juga singkat tetapi tidak menghilangkan substansi dari topik yang sedang dibahas. Selain dikemas dalam animasi yang kreatif, konten yang disajikan juga disampaikan dengan menggunakan narator yang begitu interaktif dan juga dilengkapi oleh efek suara yang sesuai dengan video tersebut. Hal ini membuat video yang dibagikan menjadi semakin menarik serta tidak bersifat monoton.

Dalam membuat dan menjaga kualitas konten yang dibagikan, *content creator* kanal Youtube “Kok Bisa?” kerap kali membutuhkan informasi untuk mendapatkan ide serta gambaran tentang objek yang akan dibahas. Selain itu informasi juga dibutuhkan untuk menunjang ketepatan dan keberhasilan dari konten yang dibuat agar konten yang dibagikan dapat dipertanggungjawabkan dan memberikan pengetahuan baru bagi penontonnya. Hal ini membuat *content creator* mulai merasakan bahwa mereka membutuhkan informasi sebagai bahan rujukan pembuatan konten karena sebagai kanal Youtube yang menayangkan konten edukasi mereka ingin memberikan tayangan yang layak untuk dinikmati bagi generasi penerus bangsa.

Seiring dengan pembuatan konten yang dilakukan oleh *content creator*, akan memunculkan perbedaan kebutuhan informasi bergantung dengan topik yang sedang dibahas. Kebutuhan informasi yang mulai dirasakan ini adalah alasan yang mendasari *content creator* untuk melakukan pencarian informasi selain karena tuntutan pekerjaan hal ini juga dilakukan untuk menambah wawasan pengetahuan bagi mereka sendiri. Situasi ini relevan dengan konsep *Anomalous State of Knowledge* (ASK), yaitu kondisi dimana seseorang menyadari adanya kekurangan pada tingkat pengetahuannya terkait situasi maupun topik tertentu dan berkeinginan untuk mengatasi kekurangan tersebut. Ketika seseorang sadar akan kebutuhan informasinya, maka mereka akan mengembangkan suatu perilaku pencarian informasi. Jika konsep tersebut digambarkan dalam bentuk bagan, maka akan terbentuk Bagan 1.



Sumber: Olahan data pribadi (2021)

Dalam Bagan 1 dapat diketahui bahwa subjek ialah *content creator* mempunyai kebutuhan informasi yang harus dipenuhinya. Kebutuhan informasi ini akan mengembangkan perilaku pencarian informasi dengan bentuk tindakan konkret seperti berinteraksi dengan berbagai sistem dan sumber informasi untuk mendapatkan informasi yang sesuai dengan kebutuhannya untuk memenuhi tujuannya. Faktor utama yang mendorong kebutuhan informasi menjadi perilaku pencarian informasi adalah karena tuntutan pekerjaan serta keinginan mereka untuk membagikan konten yang bersifat informatif dan edukatif bagi penontonnya. Selain itu pencarian informasi juga dilakukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mereka.

Pada saat *content creator* kanal Youtube “Kok Bisa?” mulai menentukan topik yang akan dibahas dalam kontennya, pada saat itulah sebenarnya mereka mulai merasakan adanya kebutuhan informasi. Hal ini dapat dilihat dalam orientasi pencarian informasi yang dilakukan oleh mereka. *Starting* merupakan karakteristik awal dalam model perilaku pencarian informasi yang dikemukakan oleh David Ellis tahun 1989. Bentuk implementasi yang dilakukan oleh *content creator* pada tahap *starting* adalah dengan melakukan penelaahan sumber informasi ataupun memantau fenomena yang sedang ramai dibicarakan (*trend monitoring*) untuk menemukan sebuah referensi. Hal ini dilakukan sebagai respon secara internal yang dirasakan oleh adanya kebutuhan informasi yang nantinya akan melahirkan ide atau gagasan baru. Selain itu pada tahap ini juga didukung oleh adanya faktor eksternal seperti berdiskusi dengan *content creator* lainnya dan para penonton kanal Youtube tersebut. Tindakan ini dapat memberikan referensi dalam melihat topik atau isu apa yang diinginkan dan menarik menurut penontonnya.

“Kalo diriset awal itu kita tuh kayak leadernya nyari ide, nyari insight dari suatu majalah lain atau suatu portal berita lain atau suatu *content creator* lain gitu ya tentang suatu topik itu ya, misalnya corona, ada New York times udah pernah ngeliput ininya gitu atau CNN ngeliput ininya, itu kita jadiin riset awal, oh ternyata dari artikel ini yang bisa diambil adalah poin A, B, C, nah terus abis itu tahap pertamanya itu, nah kita berangkat dari baca-baca yang umum aja...”

(Esa, wawancara, 6 Januari, 2021)

Melalui kehadiran *web 2.0*, sistem yang pada awalnya bersifat *read only* dan hanya berorientasi pada penyediaan informasi saat ini menjadi sebuah sistem yang lebih berorientasi pada komunikasi, berbagi data, dan produksi informasi yang kolaboratif (Bennett *et al.*, 2012). Evolusi *web* menjadi 4.0 yang terjadi menyebabkan ide atau topik yang akan dibahas bisa saja muncul ketika *content creator* melihat dan membaca umpan balik (*feedback*) yang diberikan oleh para penonton melalui kolom komentar. Selain itu, perkembangan ini juga menyebabkan semakin mudahnya untuk berkolaborasi serta membangun komunitas untuk memunculkan dan berbagi ide yang bermanfaat. Internet dengan segala keunggulannya memudahkan *content creator* untuk membangun kelompok dan saling berinteraksi melalui jaringan untuk bertukar informasi.

Tahap selanjutnya adalah *chaining*, mengidentifikasi dan mengikuti lebih lanjut rangkaian hubungan referensial antar sumber informasi. Pada karakteristik ini, literatur yang memiliki banyak referensi menarik kemungkinan perlu ditelusuri sebagai sumber yang potensial. Dalam model David

Ellis terdapat istilah *backward chaining* yang memberikan efek seperti bola salju, berawal dari kutipan atau daftar rujukan yang terdapat dalam artikel atau buku yang digunakan sebagai referensi awal memungkinkan *content creator* untuk menemukan bahan rujukan sebanyak-banyaknya.

Strategi menelusuri sitasi ini merupakan salah satu cara yang paling mudah untuk menelusuri informasi karena kutipan atau daftar pustaka menyimpan keterangan terkait sumber informasi lain yang membahas topik yang sama atau berkaitan. *Chaining* membantu *content creator* untuk dapat mengumpulkan sumber informasi dengan cepat yang digunakan sebagai bahan rujukan. Mereka akan menelusuri sumber rujukan lainnya yang terdapat pada sumber informasi yang digunakan sebelumnya dengan melihat daftar rujukan atau pada fitur *further readings* (bacaan lebih lanjut) atau *other readings* yang dimuat pada artikel, buku, ataupun sumber informasi yang digunakan sebagai referensi awal. Hal ini dilakukan untuk melihat referensi lain mengenai bahasan ataupun topik yang sama sebelumnya. Pada kutipan atau catatan kaki terdapat materi serta keterangan mengenai sumber informasi lainnya yang digunakan sebelumnya. Strategi menelusuri suatu sitasi merupakan cara yang paling efektif untuk menelusuri informasi sehingga memungkinkan *content creator* menemukan bahan rujukan dengan cepat.

“Biasanya sumber bacaan itu dari yang portal berita, YouTube, dari Quora, Reddit itu biasanya bakal ngasih further/other readings gitu jadi bakal ada catatan kakinya di beberapa sumber itu. Ya ga semuanya. Nah dari sana biasanya bisa langsung ke sumber lainnya atau pertamanya jadi itu bisa dipake buat menggali sumber lebih dalam lagi sih.”

(Galang, wawancara, 3 Februari, 2021)

Cara ini digunakan oleh *content creator* untuk memperkaya informasi dan pengetahuan. Selain itu cara ini juga sebagai upaya untuk menemukan sumber informasi yang relevan karena adanya keterkaitan antar suatu sumber informasi dengan sumber informasi yang disitir (Rupadha, 2016). Oleh karena itu, cara ini akan meningkatkan efektifitas waktu dalam penelusuran dan pemahaman informasi. Semua tindakan yang dilakukan *content creator* pada tahap *chaining* membantu mereka untuk menentukan pada bagian atau sumber informasi mana yang terasa potensial untuk mereka baca lebih lanjut karena pengetahuan awal mengenai topik yang dibaca sangat perlu untuk membantu ketika ingin memahami informasi lebih lanjut (Nofitria *et al.*, 2017).

Karakteristik selanjutnya dari David Ellis adalah *browsing*. *Browsing* merupakan penelusuran informasi pada area yang berpotensi menarik dan potensial. Berbagai metode penelusuran dilakukan oleh *content creator*, termasuk menjelajah abstrak yang terdapat pada artikel. Menelusuri abstrak ini membantu mereka untuk melihat apakah ada informasi yang relevan atau mungkin menarik dan layak untuk ditindaklanjuti. Sumber informasi yang paling banyak digunakan dalam kegiatan *browsing* adalah melalui media digital seperti artikel jurnal, *e-book*, *website* ilmiah, dan portal berita *online*. Internet menjadi cara utama yang digunakan oleh mereka untuk memenuhi kebutuhannya, kemudian penggunaan media cetak seperti buku menjadi pilihan selanjutnya.

“Lebih enak pake buku ya sebenarnya, karena lebih comprehensive dari pada jurna.l Eh ga juga sih, maksudnya buku tuh udah kayak satu paket, tapi kan ga semudah itu ya akses buku. Maksudnya buku kan kita ga, bukan berarti kita punya buku yang mau dibikin videonya, makanya lebih sering jurnal karena lebih mudah diakses.”

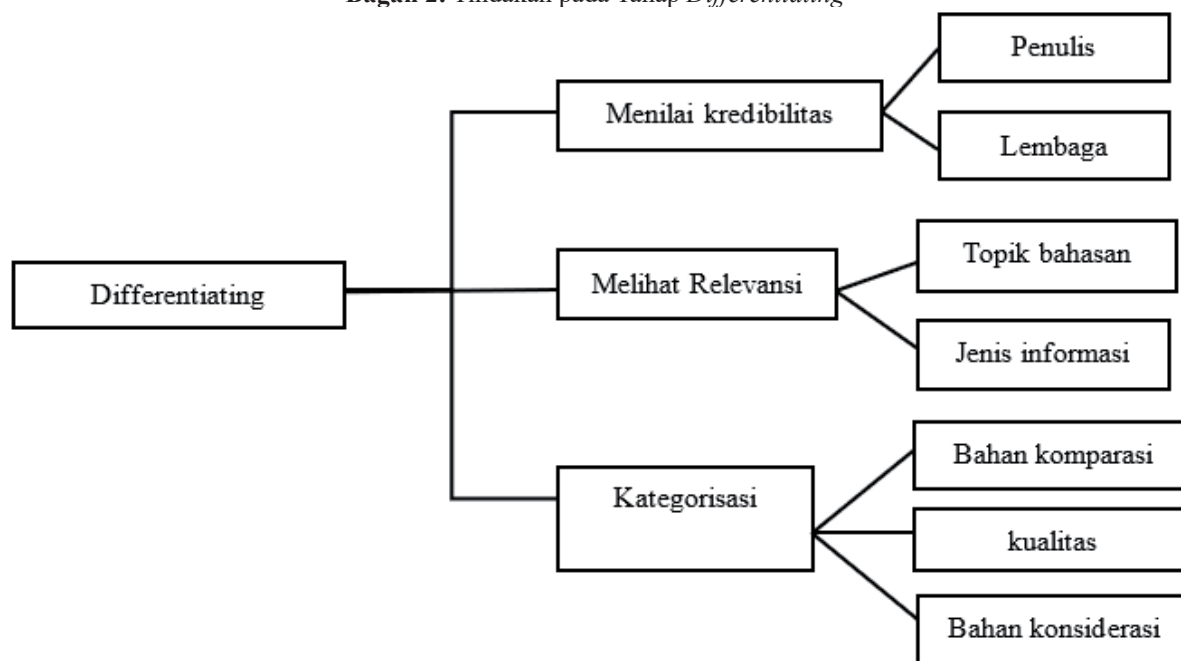
(Galang, wawancara, 3 Februari, 2021)

Kecenderungan perilaku ini dikarenakan adanya kemudahan akses yang disediakan oleh media digital. Tersedianya informasi dalam bentuk digital atau *e-resources* membuat pengguna lebih dimudahkan dalam mengakses sumber informasi (Widayati & Pariyanti, 2020). Hal ini secara tidak langsung juga berdampak dalam akselerasi atau percepatan pada diseminasi informasi ilmiah. Ketika informasi semakin mudah untuk diakses maka akan semakin besar juga peluang untuk informasi tersebut dimanfaatkan (Prasetyawan, 2017). Dalam hal *browsing*, *content creator* juga

menggunakan kontak informal dengan melakukan diskusi maupun wawancara pada seorang individu yang kompeten dan dianggap mempunyai informasi dan pengetahuan yang relevan dengan kebutuhan informasi mereka. Proses penelusuran informasi ini merupakan wujud kesadaran akan informasi yang dimiliki oleh *content creator*.

Kesadaran akan informasi ini merujuk pada suatu kondisi sejauh mana seorang individu merasa bahwa ia membutuhkan informasi tersebut serta respon dan tindakan apa yang akan ia lakukan untuk memenuhi kebutuhan informasinya (Deanawa, 2016). Tanpa informasi yang mencukupi maka konten yang dihasilkan mungkin terkesan umum dan mungkin penonton telah mengetahuinya maka penelusuran dan pengumpulan informasi sebagai bahan pendukung sangat diperlukan (Yunus, 2014). Karakteristik selanjutnya adalah *differentiating* yakni menerapkan perbedaan dan penyeleksian terhadap sumber informasi berdasarkan preferensi dari *content creator* yang meliputi kualitas sumber informasi, serta ketepatan dan relevansi sumber informasi dengan topik yang sedang dibahas. Pemilihan sumber informasi ini dapat dipengaruhi oleh kepercayaan yang dimiliki dan bergantung pada hasil penilaian maupun hasil kepuasan yang diperoleh individu dari sumber informasi tersebut. Ada beberapa cara yang dilakukan oleh *content creator* untuk menyeleksi sumber informasi seperti yang ditampilkan pada Bagan 2.

Bagan 2. Tindakan pada Tahap *Differentiating*



Sumber: Olahan data pribadi (2021)

Dalam Bagan 2 terlihat bahwa kredibilitas dari penulis dan lembaga yang menerbitkan informasi tersebut merupakan salah satu cara yang dilakukan. Kredibilitas disini berkaitan dengan latar belakang pendidikan maupun tulisan-tulisan yang sudah dihasilkan. Seorang pencipta dokumen (*author*) merupakan salah satu aspek penting dalam melakukan evaluasi suatu sumber informasi. Jika sumber informasi yang digunakan ditulis oleh penulis yang sesuai dengan bidangnya masing-masing, maka informasi yang disampaikan dapat dipercaya dan dinilai lebih kredibel (Tate, 2019). Maka dari itu kredibilitas penulis dan lembaga merupakan cara yang digunakan *content creator* dalam penyeleksian dan pemilihan sumber informasi. Dalam penyeleksian sumber informasi *content creator* juga mempertimbangkan relevansi jenis sumber informasi dengan topik bahasan mereka. Relevansi merupakan suatu kegiatan untuk memberikan penilaian pada informasi yang ditemukan mengenai sejauh mana sumber informasi tersebut relevan dengan topik yang menjadi bahasan (Wicaksono & Kurniawan, 2016).

Ketika mengevaluasi sumber informasi memperhatikan kesesuaian sumber informasi dengan topik yang dibahas menjadi pertimbangan utama bagi *content creator*. Tahun terbit suatu informasi akan diperhatikan jika topik yang dibahas saat itu merupakan fenomena yang sedang berlangsung dan membutuhkan sumber informasi yang terbaru. Namun jika konten yang mereka bahas bersifat *evergreen content* atau konten *timeless* yang selalu dianggap relevan dan menarik untuk dibahas kapan saja mereka akan memilih sumber informasi yang sesuai dengan topik yang menjadi bahasannya tidak harus yang paling baru. Selain itu, *content creator* juga membuat kategorisasi sebagai bahan komparasi dan konsiderasi dari sumber informasi yang telah ditemukan tersebut. Pembuatan kategori ini dibuat sebagai pedoman dalam memperlihatkan kualitas pada suatu sumber informasi untuk menentukan manakah sumber informasi yang hanya dapat dijadikan bahan bacaan dan sumber informasi yang dapat dijadikan referensi. Pada tahapan *differentiating* diperlukan sikap teliti dan hati-hati karena melihat beragamnya sumber informasi terutama sumber informasi yang tersedia di internet (Anggono & Jumino, 2016).

“Itu tergantung topiknya, mungkin kalo emang untuk suatu topik yang terus berlangsung ya.. itu emang pasti kita cari yang paling up to date. Contohnya kayak perihal corona karena itu kan masih berubah terus ya makanya kita harus cari yang paling update. Tapi kalo misalkan topik video yang sifatnya evergreen yaa selalu menarik untuk dibahas kapan aja atau topik yang general aja ya itu kita sumber yang emang bagi kami kredibel aja ga harus yang terakhir karena emang ga berarti paling update yang paling lengkap. Jadi buat yang evergreen itu kita cari yang bagus aja sumbernya, kalo topik yang momentum baru kita cari yang paling update”

(Galang, wawancara, 6 Januari, 2021)

Selanjutnya adalah *monitoring* dimana *content creator* melakukan pemantauan mengenai perkembangan terbaru sumber informasi yang menjadi topik bahasan, yang termasuk dalam kegiatan ini adalah seperti membaca artikel jurnal secara berkelanjutan, berdiskusi dengan rekan sejawat ataupun dengan bertukar informasi dan pengetahuan dengan para ahli pada bidang tertentu. Implementasi dari karakteristik *monitoring* yang dilakukan oleh *content creator* adalah dengan cara melakukan *knowledge sharing* berupa diskusi atau pertemuan rutin bersama rekan sejawat ataupun seorang individu yang memiliki pengetahuan terkait topik bahasan. Dengan melakukan diskusi antar rekan sejawat memungkinkan seorang *content creator* akan bertambah wawasan tentang hal-hal yang ada dalam lingkup kerjanya. Kegiatan *knowledge sharing* memungkinkan mereka untuk mengembangkan ide, berbagi informasi dan berkolaborasi dalam lingkungan tempat kerja untuk menjaga kesadaran terhadap bidang garapannya (Pham *et al.*, 2021). Selain itu *content creator* juga menggunakan kontak informal dengan memperhatikan dan mengikuti media sosial seseorang atau kanal terpilih yang terkait dengan bidangnya. Media sosial merupakan alat yang strategis untuk menjaga kesadaran mereka terhadap temuan baru pada bidang yang berkaitan.

Content creator dapat saling menjaga satu sama lain agar tetap muthakhir melalui kegiatan *knowledge sharing*. Saat seseorang semakin dalam berkecimpung dalam suatu bidang, maka semakin penting jaringan informal tersebut sebagai aktivitas pencarian informasi atau pengumpulan informasi. Informasi yang diperoleh melalui jaringan informal kemudian dapat diintegrasikan ke dalam pola perilaku pencarian informasi individu secara keseluruhan, dengan menggunakan jaringan informal ini dapat melengkapi atau membentuk bagian dari kegiatan pencarian dan pengumpulan informasi.

Karakteristik perilaku pencarian informasi yang diungkapkan David Ellis selanjutnya adalah *extracting* dimana sumber informasi yang telah diperoleh oleh *content creator* diidentifikasi secara selektif sehingga akan ditemukan poin utama dari informasi yang dibutuhkan. Proses *extracting* dilakukan seiring dengan pemantauan pada sumber informasi sebagai bahan rujukan. Tahap *extracting* dilakukan bersamaan dengan tahap *monitoring*, selain *content creator* melakukan pemantauan terhadap sumber informasi, mereka kemudian secara bersamaan juga menandai poin utama dari informasi yang dianggap penting dan sesuai sehingga poin informasi yang diambil dapat menjadi data dan pengetahuan baru.

Tahap selanjutnya adalah *verifying* yaitu berkaitan dengan pemeriksaan ulang mengenai informasi yang telah diperoleh dari berbagai sistem informasi. Pada tahap ini *content creator* akan memeriksa dan menilai ketepatan materi dan bahasa yang ditemukan dan dikutip. Tindakan pengecekan dilakukan dengan memeriksa kembali atau peninjauan ulang pada informasi yang dikutip dari suatu sumber informasi selain itu tahap *verifying* juga dilakukan melalui kegiatan penilaian sejawat (*peer review*). Kegiatan ini meliputi memeriksa ketepatan informasi terkait topik bahasan dan juga tipografi serta tata bahasa dalam penulisan. Tujuan dari *verifying* selain untuk pengecekan terhadap informasi dan materi yang didapatkan, hal ini juga dilakukan untuk menemukan kemungkinan kesalahan informasi dalam naskah yang masih butuh perbaikan.

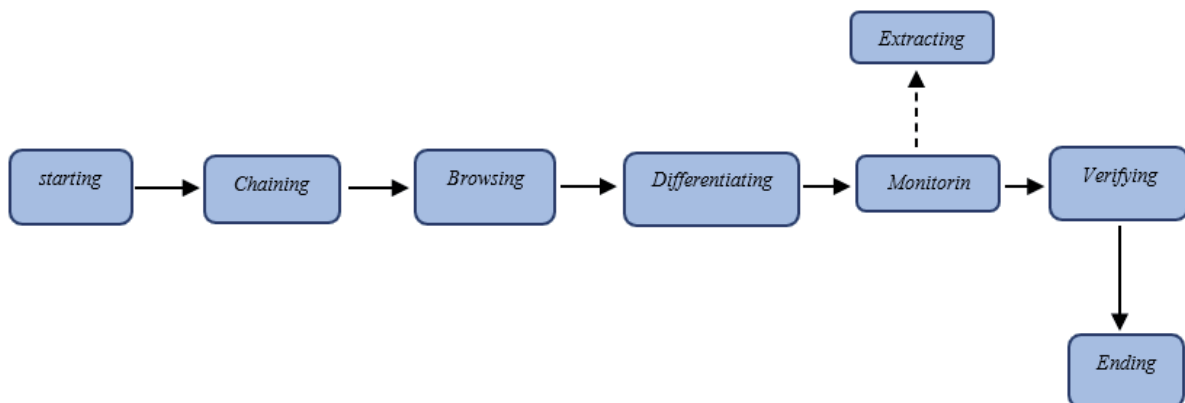
Tahap selanjutnya dalam perilaku pencarian informasi adalah *ending* yang merupakan proses akhir dari penelusuran informasi. Hal ini biasanya bersamaan dengan berakhirnya suatu tugas, penelitian, ataupun proyek. *Content creator* akan mengakhiri pencarian informasi yang dengan mengemas dan menyajikan informasi tersebut dalam bentuk naskah. Selanjutnya naskah tersebut akan diubah menjadi bahasa visual menjadi sebuah ilustrasi, dilanjutkan oleh animator untuk dianimasikan dan ditambahkan *voice over* pada video. Video yang telah dikemas tersebut yang akan dibagikan pada kanal Youtube “Kok Bisa?”.

“Ngeliat sumber dari sumbernya yang aku pake gitu, karena terkadang ada aja terutama portal berita nih di situ salah men-translate atau menuliskan maksud dari penulis utamanya gitu. Jadi itu kayak diwajibkan atau direkomendasikan atau bahkan diwajibkan ya untuk ngecek sumber dari sumbernya gitu. Tapi bukan berarti harus semua di cek ya. Misalkan kita mau ambil suatu statement aja, nah dari suatu statement dari suatu sumber yang harus dicek dari sumber sebelumnya. Nah kalo sumber sebelumnya udah oke, nah itu ga masalah”

(Galang, wawancara, 3 Februari, 2021)

Secara keseluruhan, proses perilaku pencarian informasi yang dilakukan oleh *content creator* termasuk pencarian informasi secara aktif dan berkelanjutan. Hal ini dikarenakan mereka menyadari bahwa mereka memiliki kebutuhan informasi dan mereka berusaha untuk memenuhi kebutuhan tersebut dengan merambah pada sistem dan sumber informasi. Jika digambarkan dalam model bagan, maka keseluruhan proses tersebut akan membentuk Bagan 3.

Bagan 3. Pola Perilaku Pencarian Informasi *Content Creator*



Sumber: Olahan data pribadi (2021)

Dalam Bagan 3 dapat diketahui bahwa setelah melakukan pencarian semi terarah pada bidang yang potensial (*browsing*) dan melakukan penyeleksian terhadap sumber informasi (*differentiating*) dari pencarian sebelumnya, *content creator* akan melakukan pemantauan (*monitoring*) pada sumber informasi-informasi yang telah diseleksi pada tahap sebelumnya. Hal ini dilakukan secara bersamaan dengan melakukan identifikasi dan pencatatan poin informasi (*extracting*) yang relevan dengan

kebutuhan informasi. Kedua pola ini merupakan bentuk nyata perilaku pencarian informasi yang muncul dalam diri *content creator* untuk menjaga kesadaran mereka terhadap arus perkembangan sumber informasi yang telah diseleksi sebelumnya. Setelah melewati berbagai proses dalam pencarian informasi dan menentukan apakah informasi tersebut layak untuk dijadikan referensi yang perlu dilakukan. Selanjutnya adalah pengelolaan dan pengaturan informasi yang telah didapatkan. Ketika berhadapan dengan informasi khususnya informasi digital seorang individu perlu melakukan pertimbangan apakah informasi yang telah didapatkan akan disimpan dalam sebuah *folder* atau tidak (Bergman & Whittaker, 2016). Hal ini dilakukan untuk memudahkan seorang individu dalam mengatur *item* informasi yang mereka miliki, sehingga berbagai informasi yang telah didapatkan dari hasil penelusuran dapat ditemukan dan digunakan kembali sesuai kebutuhannya (Larasati & Prasetyawan, 2020).

Perkembangan teknologi informasi saat ini sangat dimanfaatkan oleh *content creator* untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Oleh karena itu, kehadiran internet saat ini bukan untuk menggantikan eksistensi dari perpustakaan akan tetapi untuk saling melengkapi sehingga koleksi perpustakaan dapat dinikmati secara luas tanpa terbatas ruang dan waktu. Internet dapat digunakan untuk melengkapi model layanan yang ada di dalam perpustakaan. Hadirnya perpustakaan digital seperti saat ini juga dapat memperluas aksesibilitas sumber informasi kepada para pengguna.

Pengembangan fitur yang sudah tersedia terus dilakukan oleh perpustakaan. Hal ini dilakukan untuk dapat meningkatkan peran perpustakaan sebagai lembaga penyedia informasi sehingga sumber informasi dapat dimanfaatkan dengan cepat oleh penggunanya. Selain itu, proses pengenalan dan promosi perpustakaan digital serta pelatihan mengenai penggunaan portal perpustakaan digital juga terus dilakukan bagi pengguna perpustakaan. Perpaduan serta kolaborasi yang baik antara teknologi informasi dengan kompetensi pustakawan pada saat ini mampu melahirkan ruang baru bagi perpustakaan supaya dapat menyediakan akses informasi yang dibutuhkan oleh pengguna (Saufa & Hidayah, 2018).

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perilaku pencarian informasi *content creator* kanal Youtube “Kok Bisa?” menerapkan model perilaku informasi yang dikemukakan oleh Ellis, Cox, dan Hall. Perilaku pencarian mereka menunjukkan perilaku pencarian informasi aktif karena mereka mengetahui kebutuhan informasi dan berusaha untuk memenuhi hal tersebut dengan melakukan pencarian dan seleksi terhadap sumber informasi. Perilaku pencarian informasi mereka diawali dari identifikasi kebutuhan informasi hingga sampai pada pengumpulan dan pemanfaatan informasi tersebut. Dalam hasil analisis diketahui faktor utama yang mendorong kebutuhan informasi menjadi perilaku pencarian informasi adalah karena tuntutan pekerjaan serta keinginan mereka untuk membagikan konten yang bersifat informatif dan edukatif bagi penontonnya. Selain itu pencarian informasi juga dilakukan untuk menambah pengetahuan dan wawasan mereka. Disadari atau tidak, perilaku pencarian informasi pengguna informasi mulai berkembang dengan cepat seiring dengan perkembangan teknologi. Saran yang dapat diberikan bagi penyedia jasa layanan informasi dan perpustakaan adalah dengan berkembang dalam sisi teknologi perpustakaan juga harus berkembang dalam hal lainnya, seperti kebijakan dan prosedur pelayanan dan pengelolaan. Promosi, pengenalan, dan pendekatan baru yang sesuai dengan keinginan pengguna harus mulai dikembangkan. Sosialisasi secara digital mengenai koleksi dan bimbingan pemustaka *online* juga dapat digunakan oleh perpustakaan ataupun lembaga penyedia informasi. Kerja sama dengan beberapa kreator penyedia informasi mengenai pemanfaatan koleksi digital *e-resources* juga dapat dilakukan. Perpustakaan harus memiliki kepedulian kepada penggunanya, terutama pada kelompok pengguna potensial yang membutuhkan perpustakaan namun memiliki keterbatasan untuk datang ke perpustakaan. Hal ini dilakukan karena ebagai lembaga penyediaan informasi perpustakaan

harus memperkuat dan memperluas aksesibilitas informasi yang disediakan kepada penggunanya, serta memaksimalkan potensi pemanfaatan pada sumber daya yang dimiliki. Bagi *content creator* diharapkan untuk melakukan kegiatan pengelolaan terhadap sumber informasi yang digunakan, terutama pada sumber-sumber informasi yang dianggap penting. Hal ini penting untuk dilakukan karena pengarsipan dan pengelolaan informasi secara terstruktur ini berguna untuk menyimpan informasi yang telah diperoleh serta memudahkan *content creator* dalam temu kembali informasi jika sewaktu-waktu diperlukan kembali.

DAFTAR PUSTAKA

- Anggono, G. S. S., & Jumino, J. (2016). Perilaku pencarian informasi mahasiswa di Perpustakaan Universitas Katolik Soegijapranata Semarang. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(3), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/15205/14701>
- Bennett, S., Bishop, A., Dalgarno, B., Waycott, J., & Kennedy, G. (2012). Implementing Web 2.0 technologies in higher education: A collective case study. *Computers & Education*, 59(2), 524–534. <https://doi.org/10.1016/J.COMPEDU.2011.12.022>
- Bergman, O., & Whittaker, S. (2016). *The science of managing our digital stuff*. MIT Press.
- Brake, D. R. (2014). *Are we all online content creators now? Web 2.0 and digital divides**. 19, 591–609. <https://doi.org/10.1111/jcc4.12042>
- Buf, D. M., & Ștefănișă, O. (2020). Uses and gratifications of youtube: A comparative analysis of users and content creators. *Romanian Journal of Communication and Public Relations*, 22(2), 75–89. <https://doi.org/10.21018/rjcp.2020.2.301>
- Deanawa, N. A. (2016). Analisis kebutuhan informasi (information need assessment) lansia di Kota Surabaya. *Journal Unair*, 5(3), 43–44. [http://journal.unair.ac.id/LN@analisis-kebutuhan-informasi-\(information-need-assessment\)-lansia-di-kota-surabaya-article-10824-media-136-category-8.html](http://journal.unair.ac.id/LN@analisis-kebutuhan-informasi-(information-need-assessment)-lansia-di-kota-surabaya-article-10824-media-136-category-8.html)
- Digital in Indonesia: All the statistics you need in 2021 — DataReportal – Global digital insights*. (n.d.). Retrieved May 8, 2021, from <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia?rq=Indonesia>
- Du, J. T., & Chu, C. M. (2022). Toward community-engaged information behavior research: A methodological framework. *Library & Information Science Research*, 44(4), 101189. <https://doi.org/10.1016/J.LISR.2022.101189>
- Gorichanaz, T., & Venkatagiri, S. (2022). The expanding circles of information behavior and human–computer interaction. *Journal of Librarianship and Information Science*, 54(3), 389–403. <https://doi.org/10.1177/09610006211015782>
- Huvila, I., Enwald, H., Eriksson-Backa, K., Liu, Y. H., & Hirvonen, N. (2022). Information behavior and practices research informing information systems design. *Journal of the Association for Information Science and Technology*, 73(7), 1043–1057. <https://doi.org/10.1002/ASI.24611>
- Kundu, K. D. (2017). Models of information seeking behaviour: A comparative study. *International Journal of Library and Information Studies*, 7(4), 393–405. <https://www.ijlis.org/articles/models-of-information-seeking-behaviour-a-comparative-study.pdf>
- Larasati, M., & Prasetyawan, Y. Y. (2020). Personal information management dan perilaku mahasiswa Universitas Diponegoro dalam memanfaatkan bookmark manager. *Pustakaloka*, 12(2), 215–236. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v12i2.2324>
- Nofitria, A., Dawud, D., & Susanto, G. (2017). Pengembangan model pembelajaran membaca kritis teks argumentasi untuk siswa kelas X SMA/SMK. *Jurnal Pendidikan*, 2(10), 1409–1415. <http://journal.um.ac.id/index.php/jptpp/>
- Nurkomara, S. (2020). *Perilaku pencarian informasi mahasiswa tingkat akhir dalam menyelesaikan skripsi pada masa social distancing*. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51360>
- Pham, H. C., Ulhaq, I., Nguyen, M. N., & Nkhoma, M. (2021). An exploratory study of the effects of knowledge sharing methods on cyber security practice. *Australasian Journal of Information Systems*, 25(2017), 1–23. <https://doi.org/10.3127/ajis.v25i0.2177>
- Prasetyawan, Y. Y. (2017). Perkembangan open access dan kontribusinya bagi komunikasi ilmiah di Indonesia. *Anuva*, 1(2), 93. <https://doi.org/10.14710/anuva.1.2.93-100>

- Prasetyawan, Y. Y., & Krismayani, I. (2019). Kajian perilaku informasi mahasiswa Fakultas Ilmu Budaya Universitas Diponegoro. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 171. <https://doi.org/10.14203/j.baca.v40i2.480>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Preciosa Alnashava, J. (2018). Potensi Youtube sebagai media edukasi bagi anak muda. *EduLib*, 8(1), 81–98. <https://ejournal.upi.edu/index.php/edulib/article/view/11267/PDF>
- Reijo, S. (2017). Information need as trigger and driver of information seeking: a conceptual analysis. *Aslib Journal of Information Management*, 69(1), 2–21. <http://10.0.4.84/AJIM-08-2016-0139%0Ahttp://search.ebscohost.com/login.aspx?direct=true&db=llf&AN=120950687&site=ehost-live>
- Ridlo, M. R., Pasaribu, I. M., & Tarigan, H. F. (2020). Perilaku pencarian informasi mahasiswa tingkat akhir Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial di Perpustakaan Universitas Sari Mutiara Indonesia. *LIBRARIA: Jurnal Perpustakaan*, 7(1), 91–108. <https://doi.org/10.21043/LIBRARIA.V7I1.5678>
- Rohman, J. N., & Husna, J. (2017). Situs Youtube sebagai media pemenuhan kebutuhan informasi: sebuah survei terhadap mahasiswa Program Studi Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro Angkatan 2013-2015. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 6(1), 171–180. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/jip/article/view/23037>
- Rupadha, I. K. (2016). Memahami metode analisis pasangan bibliografi (bibliographic coupling) dan ko-sitasi (co-citation) serta manfaatnya untuk penelitian kepustakaan. *Lentera Pustaka*, 2(1), 68. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v2i1.12358>
- Saufa, A. F., & Hidayah, N. (2018). Tantangan perpustakaan dalam mengelola repository di perguruan tinggi. *Pustakaloka*, 10(1), 113–123. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v10i1.1410>
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian kuantitatif, kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Tate, M. A. (2019). Web wisdom: how to evaluate and create information quality on the Web. In *Choice Reviews Online* (3rd ed., Vol. 37, Issue 05). CRC Press. <https://doi.org/10.5860/choice.37-2818>
- Wicaksono, H. &, & Kurniawan, A. (2016). Analisis keterampilan literasi informasi pustakawan pusat informasi ilmiah di lingkungan Universitas Jenderal Soedirman Purwokerto berdasarkan model the big 6. *Lentera Pustaka*, 2(1), 21–44. <https://doi.org/10.14710/lenpust.v2i1.12355>
- Widayati, E. F., & Pariyanti, P. (2020). Delivery service pustakawan di era new normal. *Pustakaloka*, 12(2), 152–170. <https://doi.org/10.21154/pustakaloka.v12i2.2321>
- Yunus, M. (2014). Hakikat menulis. *Keterampilan Menulis* (pp. 1–45). Universitas Terbuka.