
Pengembangan Vlog Edukatif: “Unity in Diversity” Sebagai Upaya Peningkatan Literasi Global

Miguel Christheo Karundeng¹, Hafizh Falah Mahesa Taruna², Artha Novelina Sianipar³
Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Surabaya^{1,2,3}

24041184303@mhs.unesa.ac.id¹

20241184212@mhs.unesa.ac.id²

24041184113@mhs.unesa.ac.id³

Abstrak: Penerapan konsep Bhineka Tunggal Ika sebagai semboyan bangsa Indonesia dalam kehidupan masyarakat, khususnya Generasi Z dan milenial, menjadi penting dalam era globalisasi. Globalisasi memengaruhi identitas budaya dan kesatuan bangsa, yang dapat terancam oleh masuknya pengaruh luar. Artikel ini mengembangkan vlog edukatif bertajuk Unity in Diversity yang ditujukan untuk meningkatkan literasi global dengan pendekatan kampanye digital. Vlog ini dipublikasikan di media sosial TikTok dan berkompetisi dalam lomba internasional. Metode yang digunakan meliputi pengembangan konsep, produksi, dan evaluasi konten melalui partisipasi audiens. Hasilnya menunjukkan peningkatan kesadaran terhadap isu keberagaman dan pentingnya pelestarian budaya lokal. Video ini berhasil menarik perhatian audiens dengan interaksi aktif melalui komentar, like, dan share. Dampak kampanye diukur melalui analisis data keterlibatan digital dan umpan balik kualitatif dari penonton.

Kata Kunci: Vlog Edukatif, Unity in Diversity, Literasi Global, Kampanye Sosial, Generasi Z.

PENDAHULUAN

Dalam menghadapi tantangan globalisasi yang berdampak luas terhadap identitas budaya generasi muda, Universitas Negeri Surabaya mengakui perlunya solusi inovatif untuk melestarikan nilai-nilai lokal di tengah arus budaya asing. Mahasiswa, khususnya Generasi Z, rentan terpengaruh oleh gaya hidup asing yang dapat mengaburkan identitas budaya asli, berpotensi menimbulkan krisis identitas. Salah satu pendekatan yang dianggap efektif adalah kampanye digital yang menjangkau generasi ini melalui platform yang populer, seperti TikTok dan YouTube.

Melalui konten vlog edukatif yang menarik dan relevan, kampanye ini bertujuan untuk mempromosikan keberagaman budaya serta menguatkan identitas nasional. Pengembangan vlog edukatif dalam konteks ini memiliki potensi besar untuk meningkatkan literasi global di kalangan generasi muda. Berbagai penelitian menunjukkan bahwa media vlog yang menggunakan pendekatan STEM atau pendidikan karakter, misalnya, dapat membantu siswa memahami konsep akademis sekaligus menginternalisasi nilai-nilai budaya dan karakter (Iqbal et al., 2019; Damayanti et al., 2021). Dengan menyajikan konten visual dan audio yang mudah diakses, vlog memberikan alternatif pembelajaran yang lebih menarik dibandingkan

metode konvensional. Penelitian lain juga menunjukkan bahwa penggunaan vlog dalam pembelajaran mampu meningkatkan keterlibatan dan kreativitas siswa, serta membantu mereka memahami materi dengan lebih baik (Putra & Andriani, 2021; Syawanodya et al., 2020).

Dalam pelaksanaannya, kampanye ini dapat diwujudkan melalui konten vlog edukatif yang disesuaikan dengan kebutuhan dan minat audiens muda, terutama yang memiliki keterampilan tinggi dalam penggunaan teknologi. Vlog yang mengangkat tema “Unity in Diversity” di Universitas Negeri Surabaya, misalnya, dapat diikutsertakan dalam lomba internasional, memperluas jangkauan pesan dan memberi kesempatan generasi muda untuk turut serta dalam mempertahankan budaya lokal. Konten yang diproduksi tidak hanya memberikan informasi tetapi juga menanamkan nilai-nilai penting, seperti toleransi dan kebanggaan terhadap keunikan budaya lokal.

Dengan pendekatan soft selling, pesan yang disampaikan dalam vlog dapat menciptakan kesan yang mendalam dan membangun kepercayaan audiens. Secara teknis, keberhasilan kampanye ini sangat bergantung pada kualitas konten dan kesesuaian dengan kebutuhan audiens. Beberapa studi menyarankan agar konten vlog dirancang dengan mempertimbangkan aspek visual yang menarik serta relevansi pesan agar dapat meningkatkan pemahaman dan sikap positif terhadap nilai-nilai yang disampaikan (Fitria & Juwita, 2018; Hidayah & Rahmatika, 2022).

Dalam konteks pendidikan karakter, vlog juga telah terbukti efektif dalam memperkuat pemahaman siswa terhadap isu-isu sosial dan budaya, yang akan membekali mereka dengan kemampuan literasi global yang lebih baik (Muliadi, 2023). Dengan keterlibatan aktif dari para pendidik dan siswa dalam proses pembuatan vlog, kampanye ini diharapkan dapat membangun rasa memiliki terhadap konten yang dihasilkan, sekaligus menumbuhkan tanggung jawab terhadap kelestarian budaya lokal. Dalam jangka panjang, pengembangan vlog edukatif sebagai alat untuk memperkuat literasi global di kalangan generasi muda diharapkan dapat menghasilkan generasi yang tidak hanya paham tentang dunia global tetapi juga memiliki identitas budaya yang kuat.

Universitas Negeri Surabaya menghadapi tantangan besar dalam mempertahankan identitas budaya lokal di tengah arus globalisasi, yang semakin kuat dampaknya pada generasi muda, khususnya mahasiswa Generasi Z. Globalisasi tidak hanya menyentuh aspek ekonomi, tetapi

juga telah merasuk ke dalam budaya, membuat mahasiswa mudah terpengaruh oleh budaya asing, hingga berpotensi kehilangan nilai-nilai budaya asli mereka. Generasi ini kerap dihadapkan pada krisis identitas, yaitu situasi di mana mereka merasakan pergeseran nilai dan budaya akibat pengaruh luar. Dalam situasi seperti ini, kampanye digital dengan pendekatan edukatif menjadi salah satu strategi yang relevan dan efektif untuk menjaga keberagaman budaya serta menguatkan identitas nasional. Pendekatan melalui vlog edukatif dianggap tepat karena medium ini memadukan elemen visual dan audio yang disukai oleh generasi muda.

Dengan memanfaatkan platform populer seperti TikTok dan YouTube, konten edukatif yang dikemas dalam bentuk vlog dapat mencapai audiens yang luas serta merespons gaya konsumsi informasi yang cenderung digital pada generasi muda saat ini. Penelitian menunjukkan bahwa konten vlog memiliki kelebihan dalam meningkatkan pemahaman, minat, dan keterlibatan siswa di berbagai bidang pendidikan, baik itu sains, karakter, maupun literasi budaya (Iqbal et al., 2019; Putra & Andriani, 2021; Lestari et al., 2022). Kampanye ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa akan pentingnya keberagaman budaya, dengan mengangkat tema “Unity in Diversity” yang relevan untuk konteks Universitas Negeri Surabaya.

Dalam konteks pendidikan, vlog edukatif berfungsi sebagai alat yang kuat untuk meningkatkan literasi global di kalangan generasi muda. Konten vlog yang baik tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga mempengaruhi sikap dan perilaku positif. Studi menunjukkan bahwa penggunaan vlog dengan pendekatan STEM, misalnya, dapat memperkaya proses pembelajaran fisika, sedangkan vlog tentang kesehatan dapat meningkatkan kesadaran akan isu-isu kesehatan pada remaja putri (Damayanti et al., 2021). Hal ini memperlihatkan bahwa vlog edukatif memiliki kemampuan untuk mentransformasi pemahaman menjadi tindakan nyata di kalangan pemirsa.

Dalam kampanye digital untuk keberagaman budaya, konten vlog dapat dirancang agar menyampaikan pesan-pesan positif mengenai nilai-nilai asli, kearifan lokal, dan identitas nasional. Kampanye digital melalui vlog ini mengintegrasikan pendekatan soft selling untuk memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Soft selling menekankan penyampaian pesan secara halus namun kuat, sehingga audiens merasa tertarik tanpa terkesan digurui. Dengan demikian, pesan terkait keberagaman budaya dan kebanggaan nasional dapat lebih mudah

diterima oleh generasi muda yang cenderung lebih responsif terhadap pendekatan yang bersifat interaktif dan tidak menggurui.

Kampanye ini tidak hanya berfokus pada promosi budaya lokal tetapi juga mengajak mahasiswa untuk berpartisipasi aktif dalam upaya mempertahankan identitas budaya mereka. Aspek teknis dan konten sangat penting dalam menentukan efektivitas vlog edukatif sebagai alat untuk menyebarkan nilai-nilai edukatif. Konten vlog perlu dirancang dengan mempertimbangkan preferensi visual, gaya komunikasi, dan relevansi pesan dengan kehidupan sehari-hari mahasiswa. Studi oleh Hidayah dan Rahmatika menunjukkan bahwa program edukasi berbasis video dapat meningkatkan pengetahuan masyarakat tentang isu-isu spesifik, seperti kesehatan (Hidayah & Rahmatika, 2022).

Dalam konteks ini, konten vlog yang berfokus pada keberagaman budaya dapat membantu mahasiswa memahami dan mengapresiasi kekayaan budaya lokal. Selain itu, kemampuan vlog untuk memadukan elemen visual dan audio membantu mengakomodasi berbagai gaya belajar, sehingga pesan kampanye dapat lebih mudah diterima oleh audiens yang memiliki preferensi belajar visual atau auditori.

Dalam kampanye keberagaman ini, Universitas Negeri Surabaya dapat mengikutsertakan video vlog edukatif di lomba-lomba internasional, yang tidak hanya meningkatkan jangkauan kampanye tetapi juga memberikan kesempatan kepada mahasiswa untuk memperkenalkan budaya Indonesia kepada dunia. Ini berfungsi sebagai ajang pembuktian bagi mahasiswa bahwa nilai-nilai budaya lokal mereka dapat dihargai dan diakui di tingkat global, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kebanggaan dan kepercayaan diri mereka terhadap budaya asli mereka.

Melalui proses ini, mahasiswa tidak hanya menjadi penonton pasif tetapi juga berperan sebagai pencipta konten yang membawa misi budaya. Selain itu, vlog edukatif juga terbukti dapat meningkatkan kreativitas dan keterlibatan mahasiswa dalam proses pembelajaran. Dengan menggunakan vlog sebagai alat pembelajaran, mahasiswa diajak untuk berinteraksi secara langsung dengan materi melalui media yang mereka sukai. Penelitian oleh Putra dan Andriani menunjukkan bahwa vlog dapat meningkatkan minat dan pemahaman siswa terhadap materi yang diajarkan dalam pendidikan matematika (Putra & Andriani, 2021). Hal ini menunjukkan bahwa media vlog dapat menjembatani konsep yang kompleks dengan cara yang mudah dipahami, sehingga kampanye digital ini dapat memudahkan mahasiswa untuk

memahami pentingnya keberagaman budaya tanpa merasa jenuh atau terpaksa. Lebih jauh lagi, dalam proses pembuatan vlog, mahasiswa belajar untuk mengembangkan literasi digital dan keterampilan komunikasi, yang merupakan bagian penting dari literasi global.

Literasi digital bukan hanya soal kemampuan mengoperasikan perangkat teknologi, tetapi juga tentang etika digital, kemampuan menyampaikan informasi secara efektif, dan berkomunikasi dengan audiens secara global. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Muliadi yang menekankan pentingnya literasi digital dalam menghadapi tantangan globalisasi (Muliadi, 2023). Dengan demikian, pengembangan vlog edukatif ini tidak hanya berfokus pada pendidikan budaya, tetapi juga membekali generasi muda dengan keterampilan penting di era digital.

Di era pandemi COVID-19, pembelajaran berbasis video seperti vlog telah menjadi alat yang esensial dalam mendukung pendidikan jarak jauh. Penelitian oleh Batubara dan Batubara menunjukkan bahwa video tutorial dapat meningkatkan keterlibatan mahasiswa dalam pembelajaran daring (Batubara & Batubara, 2020). Kampanye vlog edukatif ini dapat melengkapi pembelajaran daring dengan memberikan konten yang mendidik sekaligus menarik, yang dapat diakses kapan saja dan di mana saja.

Vlog edukatif yang dirancang dengan baik akan memberikan pengalaman belajar yang lebih menyenangkan dan relevan bagi mahasiswa, yang pada gilirannya akan meningkatkan partisipasi mereka dalam kampanye ini. Kolaborasi antara pendidik, mahasiswa, dan orang tua juga sangat penting dalam memastikan keberhasilan kampanye ini. Dengan melibatkan mahasiswa dalam proses pembuatan konten vlog, mereka akan merasa memiliki tanggung jawab terhadap kelangsungan kampanye dan lebih bersemangat untuk mempromosikan keberagaman budaya. Hal ini sesuai dengan penelitian oleh Lestari et al., yang menunjukkan bahwa metode pembelajaran interaktif dapat meningkatkan minat belajar siswa (Lestari et al., 2022). Selain itu, pengembangan vlog edukatif ini juga membuka peluang bagi para pendidik untuk mengintegrasikan nilai-nilai pendidikan yang relevan dalam konten vlog, seperti nilai kesehatan, kesetaraan, dan keberlanjutan.

Agar kampanye ini mencapai hasil yang optimal, evaluasi terhadap efektivitas penggunaan vlog sebagai media edukatif juga perlu dilakukan. Penelitian oleh Widyaningsih menunjukkan bahwa penggunaan media vlog dapat meningkatkan keterampilan menulis siswa (Widyaningsih, 2019). Dengan mengevaluasi konten, teknik penyajian, serta umpan

balik dari audiens, Universitas Negeri Surabaya dapat mengoptimalkan kampanye digital ini agar lebih efektif dalam mencapai tujuannya. Hal ini menunjukkan bahwa keberlanjutan dan efektivitas kampanye ini bergantung pada upaya evaluasi dan pengembangan konten yang berkesinambungan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kampanye digital melalui vlog edukatif yang dipublikasikan di TikTok. Proses pembuatan vlog dilakukan dalam empat tahap: pengembangan konsep, pra-produksi, produksi, dan pasca-produksi. Setiap tahap berperan penting dalam memastikan pesan yang ingin disampaikan tersusun dengan baik dan mudah dipahami oleh audiens.

1. Pengembangan:

Proses brainstorming menghasilkan konsep vlog yang menekankan keberagaman budaya di lingkungan Universitas Negeri Surabaya, dengan mengangkat tantangan globalisasi yang dihadapi generasi muda saat ini.

2. Pra-produksi: Pemilihan lokasi, jadwal syuting, dan alat produksi dilakukan untuk memaksimalkan efisiensi dan memastikan vlog dapat diproduksi sesuai rencana.

3. Produksi: Pengambilan gambar dilakukan selama beberapa hari, menampilkan beragam aktivitas yang merefleksikan keragaman budaya. Proses ini dikemas dengan elemen sinematik dan emosional untuk menarik perhatian audiens.

4. Pasca-produksi: Proses editing mencakup pemotongan adegan, penambahan efek audio-visual, dan penyusunan alur cerita agar pesan vlog lebih mudah diterima audiens. Vlog yang selesai kemudian diunggah di TikTok, platform yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z dan milenial. **5. Dalam proses distribusi:** media harus digunakan sesuai dengan penargetan vlog. Pembuatan vlog ini dilakukan dengan mengunggahnya di TikTok.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berbagai upaya telah dilakukan dalam menangani perbedaan identitas, salah satunya yaitu mempersatukan keberagaman dengan cara membuat tren gaya hidup baru melalui kampanye vlog edukatif di sosial media. Upaya ini cukup berhasil, sebagaimana dibuktikan pemahaman publik terkait dengan tren gaya hidup baru ini mendapat banyak perhatian dan partisipasi dari mahasiswa Universitas Negeri Surabaya terlebih publik internasional dengan mengikutsertakan video vlog edukatif ini pada lomba internasional. Rekomendasi yang

diterapkan dapat adaptif, tergantung pada fase dan jumlah kasus yang terdata sampai saat ini. Di bidang Ilmu Komunikasi kontribusi untuk mengatasi permasalahan ini diberikan dengan memaksimalkan pengetahuan dan upaya mengubah tindakan individu atau masyarakat agar sadar dan mengambil tindakan serta berkontribusi untuk menjaga dan merawat keberagaman yang ada.

Terkadang pesan disampaikan dengan cara hard selling karena tujuannya adalah menyampaikan pesan secara langsung atau eksplisit sehingga khalayak dapat memahami makna secara langsung. Pesan disusun sedemikian rupa agar dapat disampaikan secara langsung (to the point). Di sisi lain, keberagaman penyampaian pesan juga dapat dilakukan dengan soft selling dengan menyampaikan pesan secara eksplisit.

Dengan memberikan afirmasi yang bermakna dengan berbagai konten yang ditawarkan, diharapkan dapat menarik minat target audiens. Selain itu, bentuk kampanye soft selling ini dimaksudkan untuk mengkomunikasikan nilai-nilai pesan secara personal dan membuat audiens menikmati dan memikirkan pesan-pesan yang tersirat dalam vlog edukatif tersebut. Strategi ini dirancang dalam bentuk vlog edukatif yang di posting di media sosial TikTok. Tujuan dibuatnya durasi yang singkat agar supaya materi pesan yang di dapat oleh audiens dapat tersampaikan dengan ringkas dan lugas.

3.1 Pemilihan Vlog Edukatif sebagai Media Kampanye Digital

Media digital dibutuhkan dalam penyampaian pesan melalui kampanye dengan jangkauan yang luas untuk mengakomodir kebutuhan tersebut. Salah satunya dengan menggunakan media TikTok karena berbasis audio visual. Dengan banyaknya konten media TikTok, maka diputuskan untuk memilih bentuk vlog edukatif dengan tujuan agar pesan yang ingin disampaikan menjadi lebih efektif karena audiens TikTok memiliki kecenderungan untuk menonton vlog, apalagi disertai dengan adegan sinematik dan elemen emosional.

Vlog edukatif adalah video daring yang di publikasikan melalui internet. Proses produksi vlog edukatif ini diawali dengan penyusunan konsep dan riset terhadap permasalahan yang dihadapi generasi masa kini. Riset dilakukan melalui wawancara dan membaca tulisan di berbagai media sosial untuk menggambarkan suasana atau hal-hal yang dirasakan oleh masyarakat terkhususnya generasi saat ini. Hasilnya, kami menemukan bahwa rasa kehilangan dan krisis identitas menjadi tantangan yang harus diatasi pada masa sekarang.

Sebagai bekal pengembangan cerita, kami menambahkan berbagai elemen di dalamnya, seperti

kondisi krisis identitas saat berbincang di dalam kelas dengan mengambil karakter sekelompok generasi muda, kemudian setting lokasi yang di ambil di area kampus untuk menggambarkan keberagaman budaya dan identitas juga dirasakan di area kampus. Hal inilah yang menggambarkan tantangan yang sedang dihadapi oleh generasi z dan milenial. Proses pengembangan cerita dilakukan oleh 3 orang dalam tim, hal ini dilakukan untuk menentukan konsep dasar dalam vlog edukatif yang nantinya akan dibuat sebelum akan dilakukan pengambilan gambar. Setelah proses pengembangan cerita selesai, draft awal naskah yang akan dijadikan acuan dalam proses produksi dikembangkan.

Dalam penulisan ini, revisi dilakukan beberapa kali untuk menyempurnakan alur cerita agar bisa diterima oleh masyarakat dan sesuai dengan kondisi yang terjadi. Selanjutnya pada tahap pra-produksi, jadwal pengambilan gambar dan pengelolaan dana juga direncanakan agar tidak melebihi anggaran. Selain itu, pada tahap ini juga harus memilih alat produksi yang terdiri dari kamera, microphone, dan pencahayaan juga ditentukan untuk memilih yang paling cocok untuk digunakan. Setelah seluruh proses selesai, proses pengambilan video dapat dilakukan. Proses pengambilan video dilakukan selama beberapa hari. Proses pengambilan video dilakukan dari pagi hingga malam dengan menyesuaikan dengan jadwal yang sudah direncanakan. Dalam proses ini, profesionalisme dan disiplin adalah kunci penting untuk membuat semua jadwal berjalan lancar dan tepat waktu. Dengan semua usaha dan kerja sama tim, proses pengambilan video dapat dilakukan tepat waktu.



(proses pengembangan vlog)



(scene vlog edukatif - 1)

Setelah pengambilan video selesai, berbagai potongan video diproses oleh editor untuk proses pengeditan yang terdiri dari pengeditan offline, seperti pemilihan gambar dan pemotongan adegan. Dalam proses ini, alur vlog dapat terlihat. Tahap selanjutnya adalah menyelesaikan proses menggabungkan video ini dalam bentuk pengeditan online yang terdiri dari sejumlah langkah, seperti menambahkan pewarnaan/gradasi warna, efek, pencampuran audio untuk menyusun vlog yang siap untuk ditonton. Sama seperti proses pengembangan, tahap pengeditan ini juga membutuhkan pematangan dalam bentuk revisi ke berbagai bagian sehingga siap untuk dipublikasikan.

Kesesuaian dengan urutan alur cerita dan perkembangan suasana dan emosi pada tahap ini adalah poin penting sehingga diharapkan bahwa tujuan vlog edukatif serta pesannya dapat tersampaikan dengan baik kepada audiens. Setelah seluruh urutan vlog sesuai dengan tahap pengeditan, distribusi dapat dilakukan di media sosial TikTok.

Dasar untuk seleksi adalah kompatibilitas tujuan dan target pada audiens. Untuk mendapatkan keterlibatan yang baik, kampanye tren ini dilakukan di media sosial dengan cara mengirimkan postingan berupa vlog edukatif dengan tema “Unity in Diversity.” Pada publikasi pertama kali, ada tanggapan yang sangat baik dari audiens terhadap tayangan vlog edukatif. Membuat vlog edukatif ini menghasilkan media yang efektif untuk memberikan hiburan dan menyampaikan pesan, karena media ini dapat dengan mudah diakses oleh target vlog edukatif ini yaitu generasi z dan milenial.

3.2 Hasil yang Dicapai

Vlog edukatif yang di posting di media sosial TikTok dibuat untuk menampung kreativitas sekaligus mengkomunikasikan pesan melalui adegan sinematik dengan elemen emosional.



(scene vlog edukatif – 2)



(scene vlog edukatif – 3)



(scene vlog edukatif – 4)

3.3 Tanggapan penonton terhadap vlog edukatif

Vlog edukatif yang diunggah berisi komentar menyatakan bahwa video tersebut memberikan sudut pandang baru tentang keberagaman dan pentingnya pelestarian budaya. Keterlibatan ini mengindikasikan bahwa pesan vlog edukatif ini diterima dengan baik oleh target audiens. Selain itu, partisipasi dalam lomba vlog internasional memperluas jangkauan kampanye ini, menambah eksposur global terhadap isu keberagaman budaya Indonesia.

Berbagai platform digital telah menunjukkan potensi dalam mengubah sikap dan perilaku individu. Konten vlog yang menggunakan elemen soft selling memungkinkan pesan disampaikan dengan cara yang halus namun efektif, mempengaruhi kesadaran audiens tanpa terasa memaksa. Strategi soft selling ini diterapkan dengan menunjukkan keberagaman budaya melalui kegiatan sehari-hari mahasiswa Universitas Negeri Surabaya, sehingga pesan dapat terasa lebih relevan dan personal bagi penonton.

KESIMPULAN

Pembuatan vlog edukatif *Unity in Diversity* berhasil meningkatkan kesadaran audiens, khususnya Generasi Z dan milenial, tentang pentingnya keberagaman budaya dalam menjaga identitas nasional di era globalisasi. Melalui pendekatan sinematik dan emosional, vlog ini

dapat menyampaikan pesan dengan efektif, terbukti dari tingginya interaksi audiens di media sosial. TikTok sebagai platform utama memberikan ruang yang luas untuk penyebaran pesan-pesan edukatif ini. Ke depan, strategi serupa dapat diterapkan untuk mengkampanyekan isu-isu sosial lain dengan menggunakan platform digital yang familiar bagi generasi muda.

Dalam proses pembuatan vlog ini, dibutuhkan fokus dan hati-hati dalam melakukan penelitian secara optimal, mengingat pesan yang disampaikan dapat mempunyai pengaruh baik atau buruk bagi penonton. Begitu dilakukan, pembuatan vlog edukatif ini bisa sesuai dengan tujuan awal, untuk meningkatkan kesadaran dan mempengaruhi perilaku dan tindakan audiens untuk mengikuti anjuran yang disampaikan dalam vlog edukatif. Kami ingin mengucapkan terima kasih kepada Universitas Negeri Surabaya tempat para peneliti melakukan penelitian, dan semua pihak yang sudah membantu melaksanakan penelitian ini sehingga penelitian dapat diselesaikan. Terima kasih kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik yang sudah memfasilitasi penelitian kami sehingga dapat terwadahi dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Batubara, H. and Batubara, D. (2020). Penggunaan video tutorial untuk mendukung pembelajaran daring di masa pandemi virus corona. *Muallimuna Jurnal Madrasah Ibtidaiyah*, 5(2), 21. <https://doi.org/10.31602/muallimuna.v5i2.2950>
- Damayanti, S., Herawati, D., & Syahri, A. (2021). The effect of education using video blog (vlog) on the female adolescents' knowledge, attitudes and behaviors on the prevention of Sains iron deficiency anemia (ppagb) in Bandung.. *Best Journal (Biology Education and Technology)*, 4(2), 221-225. <https://doi.org/10.30743/best.v4i2.4496>
- Fitria, Y. and Juwita, J. (2018). Utilization of video blogs (vlogs) in character learning in early childhood. *Jurnal Obsesi Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini*, 2(2), 211. <https://doi.org/10.31004/obsesi.v2i2.87>
- Hidayah, N. and Rahmatika, A. (2022). Sidemen: pemberdayaan kader posyandu lansia dalam pencegahan demensia. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*. <https://doi.org/10.18196/ppm.43.618>
- Iqbal, M., Latifah, S., & Irwandani, I. (2019). Pengembangan video blog (vlog) channel

- youtube dengan pendekatan stem sebagai media alternatif pembelajaran daring. *Inovasi Pembangunan Jurnal Kelitbangan*, 7(2), 135. <https://doi.org/10.35450/jip.v7i2.140>
- Kasmarini, F. (2022). Pengaruh pemanfaatan media edukasi gizi untuk meningkatkan pengetahuan terkait anemia pada remaja putri : literature review. *Media Publikasi Promosi Kesehatan Indonesia (Mppki)*, 5(11), 1329-1335. <https://doi.org/10.56338/mppki.v5i11.2291>
- Lestari, A., Nuratiqah, N., & Ihsan, M. (2022). Vlog matematika materi himpunan untuk meningkatkan minat belajar siswa smp kelas vii. *Kadikma*, 13(2), 128. <https://doi.org/10.19184/kdma.v13i2.38748>
- Muliadi, E. (2023). Future-oriented education: the contribution of educational philosophy in facing global challenges. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 8(4), 2420-2427. <https://doi.org/10.29303/jipp.v8i4.1807>
- Putra, A. and Andriani, M. (2021). Systematic literature review: media video blog (vlog) pada pembelajaran matematika. *Alauddin Journal of Mathematics Education*, <https://doi.org/10.24252/ajme.v3i1.17528> 3(1), 111.
- Rahayu, V. (2022). Dampak edukasi kesehatan secara online dalam meningkatkan pengetahuan tentang bahaya merokok di kalangan mahasiswa. *jfki*, 2(2), 37-46. <https://doi.org/10.61179/jfki.v2i2.352>
- Syawanodya, I., Rohayati, E., & Suhartini, T. (2020). Kemampuan siswa sekolah dasar dalam menggunakan video blogging sebagai media pembelajaran. *Jurnal Instek (Informatika Sains Dan Teknologi)*, 6(1), 27. <https://doi.org/10.24252/instek.v6i1.16590>
- Triputra, D. and Kurniawan, P. (2019). Implementasi media pembelajaran vlog materi dakwah pada mahasiswa berdasarkan aspek keterampilan berbahasa. *Jurnal Ilmiah Kontekstual*, 1(01), 18-25. <https://doi.org/10.46772/kontekstual.v1i01.54>
- Widyaningsih, N. (2019). Keefektifan penggunaan media vlog (video blogging) dalam keterampilan menulis teks narasi siswa kelas vii smp negeri 2 gamping tahun ajaran 2018/2019. *Jurnal Skripta*, 5(1). <https://doi.org/10.31316/skripta.v5i1.123>