

PENGARUH PEMBERITAAN MEDIA DIGITAL TERHADAP SIKAP MAHASISWA

Meisya Najelina¹ Poppy Ruliana²

Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi Interstudi

Program Pasca Sarjana Magister Ilmu Komunikasi STIKOM InterStudi

Korespondensi : ¹meisyanjlina25@gmail.com, ²poppyruliana30@gmail.com

Abstrak : Permasalahan dalam penelitian ini adalah seberapa besar efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui efek pemberitaan media digital terhadap kognitif, afektif, dan behavioral mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Efek Media yang dikemukakan dalam (Rachmat, 2009) seperti kognitif (pendapat dan kepercayaan), afektif (sikap, perasaan, dan kesukaan), behavioral (perilaku) dan Sikap yang dikemukakan dalam (Azwar, 2012) seperti kognitif (kepercayaan), afektif (perasaan), dan konatif (perilaku). Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Teknik sampling dalam penelitian ini menggunakan teknik *nonprobability sampling* melalui data sekunder dan data primer. Penelitian ini menggunakan pengumpulan data seperti survei dan observasi. Peneliti ingin menyebarkan kuesioner secara online dan disebarikan melalui *link* yang akan diisi oleh Mahasiswa Aktif STIKOM InterStudi Jakarta. Penelitian ini menggunakan Teori Jarum Hipodermik karena memiliki pengaruh pada media massa. Paradigma penelitian ini menggunakan paradigma positivistik. Mahasiswa STIKOM InterStudi dijadikan sebagai metode observasi. Hasil penyebaran kuesioner menyatakan hasil efek pemberitaan media digital pada kasus pembullying audrey mempengaruhi perasaan emosi mahasiswa. Hubungan variabel X dan Y dinyatakan signifikan atau terukur jika dilihat dari *Correlations*. Yang artinya jika X meningkat maka Y meningkat. Kesimpulannya adalah adanya pengaruh pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa karena signifikan atau terukur dinilai berdasarkan hasil tabel anova.

Kata Kunci : Berita, Media Digital, Efek, Sikap, Mahasiswa.

Abstract : The problem in this study is how big the effect of digital media coverage on the attitudes of students at STIKOM InterStudi Jakarta. The purpose of this study was to determine the effect of digital media coverage on cognitive, affective, and behavioral students of STIKOM InterStudi Jakarta. The theory used in this study is the Media Effects stated in (Rachmat, 2009) such as cognitive (opinions and beliefs), affective (attitudes, feelings, and preferences), behavioral (behavior) and Attitudes stated in (Azwar, 2012) such as cognitive (belief), affective (feeling), and conative (behavior). This research approach uses a quantitative approach. The sampling technique in this study used a non-probability sampling technique through secondary and primary data. This study uses data collection such as surveys and observations. Researchers want to distribute online questionnaires and distribute them via a link that will be filled out by Active Students of STIKOM InterStudi Jakarta. This study uses Hypodermic Needle Theory because it has an influence on the mass media. The paradigm of this research uses a positivistic paradigm. STIKOM InterStudi students were used as the observation method. The results of the distribution of the questionnaire stated that the effect of digital media coverage on the case of Audrey bullying affected students' emotional feelings. The relationship between variables X and Y is stated to be significant or measurable if it is seen from the correlations. Which means if X increases then Y increases. The conclusion is the influence of digital media coverage on student

attitudes because it is significant or measurable assessed based on the results of the ANOVA table.

Keywords: *News, Digital Media, Effects, Attitudes, Students.*

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Dalam hal ini, peneliti mendeskripsikan gambaran umum aktivitas di kampus STIKOM InterStudi. Dimulai dengan melihat sekelompok mahasiswa yang sedang kuliah di STIKOM InterStudi yang duduk di tengah kafe kampus InterStudi. Ada yang sedang mendengarkan musik *mp3 player*, berdiskusi, mengobrol. Ada juga yang sedang bermain laptop, *handphone* atau *gadget* membalas *chatting* dan juga membuka media sosial. Bahkan ada yang sedang bimbingan skripsi bertemu dengan dosen pembimbingnya. Begitulah gambaran budaya Mahasiswa yang sedang “berteman” dengan teknologi di era digital saat ini yang telah banyak mengubah manusia.

Sistem digital telah merubah banyak hal didalam kehidupan manusia, termasuk didalam industri media. Kata media berasal dari bahasa latin yang mempunyai makna sebagai

penghubung suatu informasi dengan penerima informasi. Media baru diartikan sebagai suatu media yang memiliki interaksi dan mempunyai hubungan antara manusia dengan komputer dan akses internet secara khususnya (Parker dan Nilan, 2013). Dengan adanya teknologi di era digital yang semakin canggih, masyarakat dengan mudah mendapatkan, membaca, dan menyebarkan berita atau informasi. Telah dicermati akhir-akhir ini tentang kekerasan yang terjadi di lingkungan masyarakat yang sangat mengganggu lingkungan sosial dan menumbuhkan kekhawatiran yang tinggi. Pemberitaan yang terjadi berangsur-angsur hampir setiap waktu diputar dan ditayangkan langsung oleh media massa baik cetak maupun elektronik. Perilaku atau sikap menyimpang tersebut bermacam-macam dan diulas dari berbagai sudut pandang dalam (Siti Irene, 2012: 174-175).

Dengan adanya peningkatan internet di Indonesia di era digital

tidak lepas dari pengaruh popularitas media sosial di kalangan para pengguna khususnya kalangan Mahasiswa. Media sosial sebagai tempat komunikasi masyarakat yang dapat dipahami oleh remaja mengingat media sosial juga dapat diakses oleh siapa pun termasuk para pengguna dengan kemampuan yang terbatas. Namun, banyak dari pengguna nya tidak memahami dampak-dampak yang akan terjadi pada dirinya nanti (Khasali, 2017). Salah satu media komunikasi dan informasi yang sering digunakan adalah teknologi informasi salah satunya media sosial. Pesan yang dikirimkan pada satu jenis media dapat langsung terkoneksi dengan media lainnya dan dapat tersebar luas secara hitungan detik. Salah satu contoh pengaruh dalam *social media* dapat menyebar dengan cepat adalah kasus pembullying Audrey yang pernah viral melalui *Twitter*.

Munculnya *hashtag* *#JusticeForAudrey* di media sosial *twitter*, salah satu kasus viral yang melakukan pembullying 7 dari 12 siswi SMA di Pontianak pada tanggal 10 April 2019. Kekerasan yang dialami

oleh Audrey bermula dari perkelahian saling kata-kataan satu sama lain akibat saling mengejek antara Audrey dengan siswi SMA di akun media sosial mereka. Salah satu pelajar berinisial Ec (17 tahun) bercerita bahwa perkelahian bermula dari dirinya dengan Audrey karena kekesalannya pada Audrey yang sering mengganggu dirinya di media sosial. Setelah kejadian membully lewat media sosial, Audrey dan siswi SMA tersebut lalu bertemu di Sungai Kapuas pada hari Jumat, 29 Maret 2019 untuk menyelesaikan perkelahian yang terjadi sebelumnya di media sosial. Saat bertemu itulah terjadi keributan. Setelah keributan terjadi, ibu Audrey langsung melapor ke Polresta, Pontianak. Kemudian investigasi dilakukan hingga ditetapkan 3 tersangka yaitu Ar, Ec/NNA, LI (Sumber : DetikNews, 2019).

Fakta lainnya adalah ada yang menjambak atau mengacak rambut, mendorong sampai terjatuh, sampai melempar sandal. Tetapi tidak ada tindakan melalui alat kelamin. Selain di Sungai Kapuas juga dilanjutkan di Taman Akcaya yang berjarak sekitar

500m dari Tepi Kapuas. Tidak ada pengeroyokan tetapi melakukan duel satu per-satu. Kasus ini viral lewat *hashtag #JusticeForAudrey* pada hari Selasa 9 April 2019. *Hashtag* tersebut telah memasuki posisi nomor 1 di Indonesia dan juga di dunia. Audrey saat ini adalah siswi SMPN 17 di kota Pontianak (14 tahun). Salah satu akun yang mendeskripsikan cerita Audrey di Twitter adalah @syarifahmelinda. Tersangka yang sudah membully Audrey itu telah mendapat ancaman hukuman 3,5 tahun penjara. Dijerat Pasal 76C Juncto Pasal 80 Ayat 1 UU Perlindungan Anak tentang Kekerasan Terhadap Anak (Sumber : DetikNews, 2019).

Dalam melakukan penelitian ini, beberapa penelitian terdahulu yang serupa diharapkan dapat memperkuat penelitian ini dalam penulisan dan teori-teori yang ada dalam penulisan ini. Berikut ini adalah penelitian yang peneliti gunakan untuk dapat sebuah acuan : Dampak Teknologi Media Digital Terhadap Perubahan Kebiasaan Penggunaan Media Masyarakat penelitian ini dilakukan oleh Zinggara Hidayat (2015) membahas mengenai dampak pada perkembangan teknologi di media

digital dalam perubahan penggunaan media masyarakat. Disini peneliti sama-sama ingin mengetahui dampak atau efek positif dan negatif teknologi media digital yang semakin berkembang pesat. Teori yang digunakan adalah teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau biasanya disebut teori peluru. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode statistika sedangkan dalam penelitian yang saat ini peneliti sedang teliti menggunakan metode survey. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan teknologi digital salah satunya adalah *smartphone*. Melalui *smartphone* pengguna dapat mengakses media digital dimana saja dan kapan saja. Rata-rata pengguna nya mencapai jumlah 73,72%. Ini membuktikan bahwa media digital membawa pengaruh atau dampak yang kuat terhadap pemakai atau pengguna nya. Bahkan, sekarang hampir tidak pernah orang lain untuk melirik media cetak atau surat kabar. Tampaknya, pengguna hanya menggunakan media digital nya saja tanpa tahu dampak atau pengaruh yang dibawa yaitu positif dan negatifnya. Dalam hal ini,

penelitian yang sedang diteliti ingin mengetahui pengaruh atau efek positif dan negatif terhadap media digital yang sedang berkembang pesat tetapi dari sudut pandang mahasiswa melalui media sosial terutama twitter.

Dalam hal ini peneliti juga ingin membedakan dari sudut pandang penelitian acuan internasional mengenai *New Media and Digital Culture* penelitian ini dilakukan oleh Nicole R. Fleetwood yang di *update* pada 23 Januari (2020). Dalam penelitian tersebut membahas bahwa media baru atau teknologi baru membawa efek yang cukup kuat dan tersebar luas. Melalui komputer milik pribadi yang digunakan sebagai barang konsumen rumah tangga untuk menumbuhkan perkembangan internet pada tahun 1990 lalu. Dalam penelitian tersebut menunjukkan bahwa dampak dari media digital melalui internet merupakan teknologi yang berbeda dari teknologi analog sebelumnya yang menjadikan dampak atau pengaruh tidak berperan besar untuk orang lain mencari tahu. Dengan adanya internet, masyarakat di seluruh dunia dapat dengan mudah mengakses informasi atau pemberitaan tentang

politik, sosial, pendidikan dan lain-lain tanpa terbatas. Dalam hal ini penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa dengan kesenjangan (pengembangan) digital yang semakin tersebar luas, internet membawa dampak atau pengaruh yang mempunyai kekuatan cukup besar. Digital dinilai telah mengubah kehidupan manusia seperti, gaya hidup melalui pemberitaan atau informasi yang diakses. Rata-rata pengguna nya pun juga merasakan efek atau pengaruh positif dan negatif saat menggunakan media digital. Peneliti juga ingin mengetahui seberapa besar efek atau pengaruh positif dan negatif pemberitaan kasus pembullying audrey yang pernah viral di media sosial seperti twitter.

Kemudian penelitian selanjutnya mengenai Pengaruh Kekuatan Media Sosial Dalam Pengembangan Kesenjangan Digital penelitian ini dilakukan oleh Dyah Listianing Tyas, A. Djoko Budiyanto, Alb. Joko Santoso (2015) membahas mengenai pengembangan kesenjangan media digital melalui kekuatan dari media

sosial. Dalam penelitian tersebut menggunakan teori jarum hipodermik (*hypodermic needle theory*) atau biasanya disebut dengan teori peluru. Penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dengan menggunakan metode survey. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa pengaruh kesenjangan (pengembangan) media digital melalui internet serta media sosial membawa efek atau pengaruh yang cukup kuat bahwa internet salah satunya adalah sebagai pemanfaatan yang cukup berpengaruh untuk melakukan penyebaran informasi dan pemberitaan yang dilakukan melalui media sosial. Dinyatakan bahwa sekitar 100 responden mempersepsikan bahwa dengan adanya internet telah merubah gaya hidup sosial. Dalam hal ini, penelitian yang saat ini teliti menemukan perbedaan bahwa peneliti ingin mengetahui efek atau pengaruh positif dan negatif dari media digital melalui media sosial salah satunya adalah twitter. Dengan adanya pemberitaan kasus pembullying audrey peneliti ingin mencari tahu penyebaran informasi atau pemberitaan yang terkait membawa pengaruh yang

positif atau negatif terhadap penggunaanya.

Lalu, penelitian selanjutnya mengenai *Social Change and The Media* penelitian ini dilakukan oleh Marwan M. Kraidy yang di update pada tanggal 19 Januari (2020). Dalam penelitian tersebut menjelaskan bahwa pengaruh media dalam teknologi digital telah mempengaruhi perubahan sosial. Pengaruh perubahan sosial ini juga berlaku pada media sosial ketika orang lain berinteraksi lewat *direct message* instagram, *chatting* facebook, komentar twitter karena bertemu nya dengan teman baru. Dalam penelitian tersebut menggunakan pendekatan kuantitatif dan metode survey. Dalam hal ini penelitian tersebut menjelaskan bahwa media dinilai mempunyai kekuatan atau sebagai *role model* sebagai perantara komunikasi. Perubahan sosial yang partisipatif dalam masyarakat dimaksudkan untuk mewujudkan baik sosial maupun materi dan kemajuan. Perubahan sosial terjadi karena adanya pengaruh yang masuk seperti teknologi digital. Ketika manusia sudah kenalan dengan teknologi manusia tersebut akan lupa pada dirinya dan kehidupannya karena

sudah kecanduan. Dengan adanya pengaruh dari teknologi digital tersebut manusia harus memahami juga efek positif dan negatif dari penggunaannya.

Tinjauan Pustaka

2.1 Komunikasi Massa

Komunikasi massa (*mass communication*) yaitu suatu koneksi yang dilakukan lewat perantara media massa modern, terdiri dari surat kabar dan memiliki peredaran yang tersebar luas, siaran radio dan televisi yang dikhususkan kepada umum dan film yang diperlihatkan di teater bioskop. Media massa modern menyuguhkan beberapa struktur di mana pesan-pesan diproduksi, dipilih, disiarkan lalu diterima dan ditanggapi dalam (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

Komunikasi massa berarti menyebarkan seputar berita, tanggapan, dan sikap pada komunikan yang beraneka ragam pada kuantitas yang tidak terbatas dalam menggunakan media. Dalam melancarkan aktivitas komunikasi massa akan jauh lebih langka

Berdasarkan latar belakang yang sudah diuraikan diatas, dapat dinyatakan permasalahan sebagai berikut : **“Seberapa besar efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa?”**

dibandingkan komunikasi antarpribadi. Seorang komunikator yang menyalurkan suatu catatan atau informasi pada ribuan komunikan yang bertentangan pada saat yang sama, tidak bisa menepatkan harapannya untuk menerima tanggapan mereka secara pribadi. Suatu pendekatan yang bisa menjauhi kelompok yang lainnya. Simpulan dari semua terdiri dari dua tugas komunikator di dalam komunikasi massa yaitu untuk memahami apa yang ingin dituangkan untuk dikomunikasikan dan untuk menangkap bagaimana seseorang itu memberitahu pesannya agar dapat dimengerti kepada pikiran komunikan (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

2.1.1 Model Komunikasi Massa

1) Model Jarum Hipodermik (

Hypodermic Needle Model

Media massa sebagai jarum hipodermik raksasa artinya mengambil alih massa untuk komunikasi yang pasif. Menurut Eilhu Katz bahwa model tersebut terdiri dari :

- a. Media sebagai wadah paling efektif untuk menanamkan ide-ide cemerlang yang ada di dalam logika;
- b. Massa komunikasi yang terpecah-pecah, terhubung dengan media massa, tetapi sebaiknya komunikasi tidak terhubung satu dengan yang lainnya dalam (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

2) Model Komunikasi Satu Tahap (*One Step Flow Model*)

Komunikasi pada satu tahap ini berarti suatu metode dimana media massa dapat berkomunikasi secara

spontan dengan massa komunikasi untuk memberitahu suatu pesan tanpa perantara orang lain, tetapi isi informasi tersebut tidak bisa menjalar ke semua komunikasi dan tidak memunculkan efek yang ditimbulkan pada setiap komunikasi dalam (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

3) Model Komunikasi Dua Tahap (*Two Step Flow Model*)

Model dua tahap ini membawa dampak pada kita untuk memberi minat lebih kepada peranan media massa dan komunikasi antarpribadi. Bedanya dengan model jarum hipodermik bahwa massa adalah salah satu *impact* besar yang diantaranya merupakan orang-orang yang tidak berkaitan tetapi terhubung dengan media. Model pada dua tahap ini melihat massa sebagai perorangan

yang berinteraksi dalam (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

4) Model Komunikasi Tahap Ganda (*Multi Step Flow Model*)

Model ini adalah menghimpun seluruh model yang telah disebutkan diatas. Model banyak tahap ini dikhususkan pada fungsi penyebaran berurutan yang terjadi pada sebuah situasi komunikasi. Model ini adalah jalan lajunya dari sebuah komunikasi dari komunikator kepada komunikan terdapat jumlah “relay” yang berganti-ganti.

2.2 Berita

Kata “*news*” bermula dari bahasa inggris yang memiliki makna “berita”, berasal dari kata “*new*” (baru) atau suatu kasus yang baru. Definisi dari keseluruhan yang baru bahwa suatu informasi dapat berpengaruh untuk publik. Dengan kata lain, semua hal atau kejadian-kejadian yang baru menjadikan materi informasi yang dapat disalurkan

kepada orang lain dalam bentuk berita (news) untuk disiarkan atau disebarluaskan dalam (Tamburaka, 2012). Menurut J.B. Wahyudi: Berita adalah liputan atau cetakan tentang kejadian atau gagasan yang memiliki nilai aktual, atraktif bagi sebagian masyarakat, masih baru, dan ditonton oleh seluruh massa melalui media massa periodik. Simpulan secara keseluruhan dalam berita bahwa berita adalah sesuatu hal yang baru berupa informasi dan kejadian-kejadian baru atau baru terjadi yang ada di dalam kehidupan sehari-hari.

2.3 Instagram

Media sosial telah melahirkan sejumlah akun-akun dimana akun-akun tersebut dapat berinteraksi dan berteman satu sama lain. Media sosial melahirkan aplikasi-aplikasi berbasis digital yang bisa diakses gratis tanpa bayar hanya dengan mengunduh melalui *smartphone* yang bisa diunduh dimana saja dan kapan saja aplikasi tersebut diantaranya adalah *twitter*, *facebook*, *skype* dan salah satunya adalah *instagram* yang akan dibahas. Instagram termasuk salah satu aplikasi atau *platform* media sosial yang banyak melahirkan *influencer* yaitu

munculnya selebgram yang membuat *influencer* tersebut menjadi populer. Instagram merupakan sosial media berbasis gambar yang memberikan layanan untuk berbagi foto dan video pribadi secara online yang dapat dibagikan ke publik atau *followers* (pengikut) dalam (Zein, 2019).

2.4 Media Massa

Media massa merupakan saluran pemberitahuan komunikasi melalui pesan dan informasi untuk menyebarkan suatu informasi secara massal dan dapat diakses oleh masyarakat secara serentak. McLuhan menyatakan bahwa media massa merupakan perpanjangan alat indera kita. Dengan adanya media massa kita dapat menerima pesan tentang suatu benda, orang, atau tempat yang tidak kita alami secara langsung. Dunia ini terlalu luas untuk menelusuri semuanya dalam (Tamburaka, 2012).

2.5 Media

Dari ahli Asnawir dan dan M. Basyiruddin Usman mengungkapkan media disebut sebagai "sesuatu yang bersifat menyalurkan pesan dan dapat merangsang pikiran, perasaan, dan kemauan audiens...". *Association of*

Educational and Communiation Technology dalam Azhar Arsyad (2013:3) bahwa media telah mengulurkan batasan pada media yaitu sebuah saluran yang dapat dipakai untuk memberikan pesan atau informasi. Arti lain diungkapkan oleh Hamidjojo dalam Azhar Arsyad (2013:4) bahwa "media sebagai perantara yang digunakan kepada pengguna untuk menyampaikan pendapat kepada penerima yang dituju". Dari pendapat tersebut dapat dinyatakan bahwa media adalah saluran atau media yang dapat dijadikan wadah untuk menyampaikan pesan sebagai sarana komunikasi. Jadi, media dan komunikasi adalah dua hal yang tidak bisa dipisahkan dan akan selalu terhubung.

2.6 Efek Media

Menurut Donald F. Robert (Schramm dan Roberts: 1990 dalam (Efendi, Astuti, & Rahayu, 2015) efek hanya berfokus pada suatu pesan, efek harus berhubungan dengan suatu keterangan atau catatan yang dikirimkan dari media massa. Efek media dapat dikatakan sebagai akibat atau imbas nya dari kehadiran sosial yang dimiliki oleh media yang

menyebabkan perubahan pengetahuan (ilmu), sikap dan perbuatan manusia akibat terpaan media.

Komunikasi massa mempunyai efek yang tidak bisa terbantahkan. Wujud efek bisa berwujud tiga hal: efek kognitif (pengetahuan atau ilmu), efek afektif (emosional dan perasaan), dan efek behavioral (perubahan pada perilaku). Semakin berkembangnya komunikasi saat ini, adanya proses pada efek (munculnya efek kognitif, afektif, dan behavioral) tidak bisa berdiri sendiri. Ada beberapa faktor yang ikut memengaruhi proses penerimaan pesan. Jadi, pesan itu sendiri tidak langsung berpengaruh terhadap individu, tetapi “disaring”, dipikirkan, dan dipertimbangkan, apakah seseorang mau menampung pesan-pesan media massa itu atau tidak dalam (Nurudin, 2016).

Berbicara tentang suatu efek pada teknologi dengan hal ini lebih terfokus kepada salah satunya adalah orang-orang yang menggunakan media sosial, tentu memiliki efek positif dan negatif dari perkembangannya tersebut. Yang terjadi pada pertumbuhan digital saat ini sangat

jelas bahwa banyak efek yang dirasakan, baik efek positif maupun negatif. Efek positif pada era digital antara lain menurut (Carlin, 2010:230) dalam (I N. Laba, 2018) yang berarti informasi yang dibutuhkan untuk masyarakat didapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengakses suatu informasi yang diinginkan hanya dengan menggunakan alat elektronik seperti laptop tanpa ribet dengan menggunakan layanan internet. Antara lain, dengan munculnya berbagai *platform* belajar *online* seperti perpustakaan online (Misalnya: Perpustakaan Nasional Republik Indonesia yang dapat memudahkan mahasiswa maupun pelajar untuk mendapatkan informasi dari buku atau jurnal) sebagai media pendidikan *online* atau diskusi *online* yang dapat mengembangkan taraf pendidikan, dan munculnya e-bisnis seperti toko online yang sedang *happening* (seperti shopee, tokopedia, bukalapak, dan lain-lain) *platform* belanja *online* yang menyediakan berbagai barang untuk kebutuhan sehari-hari dengan mudah dicari dan didapatkan.

Ada juga dampak negatif yang harus diketahui pada era digital saat

ini yang harus diantisipasi dan dicari jalan keluar bersama-sama dalam menghindari kerugian atau bahaya, antara lain menurut (Carlin, 2010: 230) dalam (I N. Laba, 2018) yaitu maraknya kejahatan dan kriminal di dunia maya (*cyber crime*) diantaranya, *cracking*, *hacking*, *carding*, *phising*, dan *spamming* seperti contohnya pada Kasus Pembullying Audrey yang berawal dari pertikaian di media sosial, kecaman yang terjadi karena mempunyai pemikiran sempit dimana anak-anak seperti terlatih untuk punya pemikiran yang pendek dan kurang fokus. Anak-anak sekarang sangat mudah terpengaruh oleh teknologi apalagi dengan pintarnya memainkan internet membuat anak-anak cenderung menjadi malas belajar dan tidak menggunakan teknologi sebagai suatu wadah atau fasilitas belajar yang bermanfaat, misalnya selain mengunduh buku elektronik atau buku yang diakses di internet secara gratis dan juga ber-bayar, bisa juga dengan mengunjungi perpustakaan digital atau *online* pada *website*, tetapi masih ada juga yang mengunjungi gedung perpustakaan untuk mencari buku secara langsung lebih luas.

2.7 Sikap

Sikap adalah tindakan seseorang terhadap suatu objek dengan adanya perasaan mendukung dan tidak mempunyai perasaan tidak mendukung pada objek tersebut. Dalam (Rakhmat, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik Cetakan Ke 16, 2009) sikap adalah kecenderungan untuk bertindak bebas, berpersepsi, berpikir, dan mengekspresikan diri. Sikap dapat dituai bukan terhadap suatu perilaku melainkan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu dalam objek sikap. Kemudian, sikap juga dapat diartikan memiliki suatu dorongan di dalam diri atau acuan semangat. Sikap bukan sekedar dari memori masa lalu melainkan juga ikut menentukan apakah orang tersebut harus pro dan kontra terhadap objek yang dihadapi, disenangi, dan diharapkan. Selanjutnya, sikap juga diartikan memiliki sudut pandang evaluatif artinya memiliki nilai-nilai yang menyenangkan atau tidak menyenangkan. Sikap itu sendiri timbul dari pengalaman yang berarti sikap tidak dibawa sejak lahir, tetapi bawaan dari hasil belajar mencintai diri sendiri. Karena, sikap itu sendiri

dapat berubah asal ada kemauan didalam dirinya dalam (Rakhmat, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik Cetakan Ke 16, 2009).

Kesimpulan dari penjelasan diatas bahwa sikap adalah suatu kondisi didalam diri manusia itu sendiri untuk bergerak, beraksi, atau melaksanakan kegiatan sosial dengan perasaan tertentu dalam menanggapi objek dalam suatu kondisi atau lingkungan di sekitarnya. Berikut komponen-komponen yang harus dicerna dalam sikap dalam (Rakhmat, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik Cetakan Ke 16, 2009) sebagai berikut :

2.8 Mahasiswa

Mahasiswa adalah seorang individu yang sedang memperoleh ilmu dari dosen dan terdaftar dalam kampus yang sedang menjalani pendidikan di salah satu Perguruan Tinggi baik di Politeknik, Sekolah Tinggi, Institut dan Universitas dalam (Nuraini, 2014:18). Seorang

sintesis, dan evaluasi yang akan menghasilkan nilai-nilai baru untuk disalurkan ke dalam pengetahuan logika manusia. Nilai-nilai ini diyakini akurat, karena pada akhirnya membawa pengaruh emosi atau komponen afektif dari sikap individu. 2.) komponen afektif, sudut pandang afektif ini diungkapkan sebagai perasaan emosi individu terhadap objek atau subjek yang sejalan dengan hasil penilaiannya. 3.) komponen behavioral atau kecenderungan bertindak, sudut pandang ini berhubungan dengan kemauan dari individu untuk melakukan suatu tindakan yang sesuai dengan keyakinan dan dorongan dari diri sendiri dalam (Rakhmat, Dilengkapi Contoh Analisis Statistik Cetakan Ke 16, 2009).

mahasiswa dikategorikan pada tahap perkembangan menuju dewasa yang usianya 18 sampai 23 tahun. Pada tahap penelitian ini, subjek yang akan digunakan adalah Mahasiswa STIKOM InterStudi yang berusia 18-23 tahun dan juga tertulis sebagai

mahasiswa aktif yang diambil dari semua jurusan.

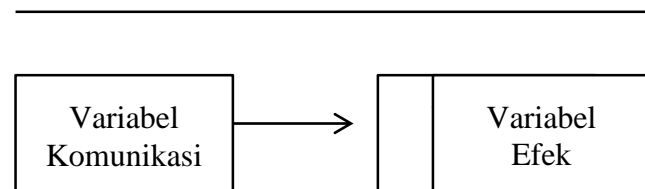
Kata “*hypodermic*” diperoleh dari bahasa Inggris yang berarti “di bawah kulit”. Berkaitan dengan komunikasi massa yang sedang dibahas dalam penelitian bahwa istilah dari *hypodermic needle model* yaitu memuat sudut pandang bahwa media massa mempunyai efek yang berpengaruh, fokus, dan langsung itu sejalan dengan pemahaman “perangsang tanggapan (*stimulus-response*)” yang mulai dikenal sejak penelitian ilmu jiwa pada tahun 1930-an dalam (Ruliana & Puji Lestari, Teori Komunikasi, 2019).

Intinya adalah model jarum hipodermik sebagaimana dinyatakan oleh Jason dan Anne Hill (1997) dalam (Nurudin, 2016), media massa didalam Teori Jarum Hipodermik mempunyai efek yang secara terus tepat “disuntikkan” dalam ketidaksadaran *audience*. Model ini memiliki elemen-elemen dari komunikasi yaitu (komunikator, pesan, media) yang menjadi satu sama lain terhubung untuk mempengaruhi komunikasi. Disebut model jarum hipodermik karena dalam model ini

2.9 Teori Jarum Hipodermik

dibuat seolah-olah komunikasi “disuntikkan” secara tepat pada jiwa komunikan. Apabila seseorang menerapkan komunikator dengan tepat kemudian pesan yang baik, atau media yang benar, maka komunikan dapat menjadi petunjuk sesuai keinginan kita. Karena behaviorisme sangat membawa pengaruh pada model ini, DeFleur juga menyebutnya sebagai “*the mechanistic S – R theory*” menurut (DeFleur, 1970) dalam (Nurudin, 2016).

Gambar. Model Jarum Hipodermik



- *Variabel*
 - *perhatian
 - *perubahan kognitif
- Komunikator*
 - *pengertian
 - *perubahan afektif
- kredibilitas
 - *penerimaan
 - *perubahan

- daya tarik

behavioral

- kekuasaan
- *Variabel Pesan*
- struktur
- gaya

Penelitian ini mengenai pengaruh pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa tentang kasus pembullying audrey. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah positivistik. Dalam hal ini pengertian paradigma positivistik adalah peneliti harus menjaga jarak dengan objek yang akan diamati, sikap yang berjarak tersebut harus menghadapi objek yang diamati dengan “fakta netral” yaitu dengan data yang bersih dan akurat dari segala nilai subjektif, maka dapat diperjelas kembali bahwa ilmu pengetahuan harus bebas nilai (*free values*). Lalu, positivis memecahkan objeknya dengan hukum sebab akibat, dan teori yang digunakan harus bersifat *universal* dengan kata lain bebas atau umum atau yang bisa digunakan oleh siapa saja dalam (Vardiansyah & Febriani, 2018). Berdasarkan penjelasan diatas maka Peneliti ingin menggunakan kawasan STIKOM InterStudi yang bertempat di

- appeals

- *Variabel Media*

Metodologi Penelitian

dapat dipahami bentuk-bentuk paradigma atau model penelitian kuantitatif khususnya untuk penelitian survey. Peneliti ingin mencari tau Seberapa Besar Efek Pemberitaan Media Digital Terhadap Sikap Mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta. Pendekatan penelitian yang dilakukan menggunakan pendekatan kuantitatif, dimana peneliti ingin melakukan pengukuran berdasarkan analisa data kuantitatif (numerik) menggunakan strategi survey dan eksperimen pada Efek Pemberitaan Media Digital Terhadap Sikap Mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta. Penelitian ini menggunakan penelitian survey bertujuan untuk meneliti apakah terdapat Efek Pemberitaan Media Digital Terhadap Sikap Mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta.

Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru Jakarta Selatan yang akan dijadikan

unit analisis dimana *questionnaire* akan disebar kepada mahasiswa aktif selanjutnya akan diambil datanya dalam bentuk angka. Unit observasi merupakan sumber informasi tempat kita mendapatkan informasi dalam (Martono, 2011). Peneliti akan menjadikan Mahasiswa/I STIKOM InterStudi yang bertempat di Jl. Wijaya II No. 62 Kebayoran Baru Jakarta Selatan sebagai unit observasi. Populasi yang akan diambil adalah 88 Mahasiswa/I aktif di STIKOM InterStudi Jakarta. Dari data yang kami telah peroleh, jumlah keseluruhan populasi Mahasiswa/I Rumus Taro Yamane :

$$n = \frac{n}{nd^2 + 1}$$

Keterangan :

n = Jumlah Populasi

n = Jumlah Sampel

d^2 = Batas kesalahan yang ditetapkan 10%

Sumber : (Kriyantono P. , 2016)

$$n = \frac{n}{nd^2 + 1}$$

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan teknik *nonprobability sampling*. Berikut adalah populasi yang diambil peneliti dari data

STIKOM InterStudi yang masih aktif di semua jurusan komunikasi saat ini berjumlah 710 yang akan diambil datanya dibagi 10% yang terdiri dari penyiaran (*broadcast*), periklanan (*advertising*), komunikasi bisnis (*business communication*), dan humas yang akan disebar luaskan kuesioner secara *online* menggunakan *link* yang dapat diakses oleh Mahasiswa Aktif STIKOM InterStudi di semua jurusan dimulai dari angkatan 2014-2018. Jadi, setelah dibagi 10% responden yang akan diambil berjumlah 88 responden dengan menggunakan Rumus Taro Yamane dibawah ini.

$$nd^2 + 1$$

$$n = \frac{710}{710 \times (0,10)^2 + 1}$$

$$n = \frac{710}{8,1}$$

n = 87,654321 dibulatkan menjadi 88.

Sumber dari : (STIKOM InterStudi, 2019)

Mahasiswa/I STIKOM InterStudi yang masih aktif tahun ajaran 2018/2019 :

**Data Mahasiswa/I
Aktif Tahun Ajaran**

Genap 2018/2019

Jurusan	Angkatan	Jumlah
HUMAS	2013	1
	2014	7
	2015	23
	2016	55
	2017	36
	2018	65
PENYIARAN	2012	4
	2013	12
	2014	48
	2015	90
	2016	85
	2017	100
	2018	118
KOMUNIKASI BISNIS	2012	1
	2013	2
	2014	3
	2015	5
	2016	7
	2017	7
	2018	10
PERIKLANAN	2012	1
	2013	1
	2014	2
	2015	8
	2016	5
	2017	8
	2018	6
TOTAL		710
Sumber : (STIKOM InterStudi, 2019)		

Riset kuantitatif memiliki beberapa metode pemungutan data seperti survey lewat telepon, lewat surat, dan juga lewat internet. Pada tahap metode ini, pertanyaan yang diajukan bersifat tetap (statis), sudah unggul dan tidak ada pengajuan pertanyaan susulan dalam (Morissan, 2012). Dalam penelitian ini peneliti ingin memperoleh jawaban bersih dan

3.1 Hipotesis Penelitian

Hipotesis yang digunakan dalam penelitian ini bersifat tanggapan sementara terhadap rumusan masalah penelitian, rumusan masalah penelitian tersebut dapat diubah dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan Dalam (Martono, 2011) peneliti menggunakan Hipotesis Statistik Kausalitas untuk menghubungkan sebab akibat dimana rumusnya yaitu :

- $H_0: \beta = 0$
- $H_1: \beta \neq 0$

Hipotesis dalam penelitian ini adalah?

“ada efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa, studi eksplanasi pemberitaan kasus pembullying audrey terhadap sikap mahasiswa

akurat yang diperoleh dari data berupa angket dan kuesioner secara *online* dari 88 responden yaitu Mahasiswa/I aktif di semua jurusan STIKOM InterStudi Jakarta. Dalam penelitian ini data sekunder didapat dari para responden Mahasiswa/I STIKOM InterStudi Jakarta atau pihak-pihak yang berkaitan dengan penelitian.

sementara, karena tanggapan tersebut akan dikaitkan dengan teori yang relevan, tetapi belum didasari dengan fakta-fakta empiris didapat melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2012).

STIKOM InterStudi
Jakarta Selatan”

Dapat ditarik melalui hipotesis penelitian yaitu:

- Hipotesis (H1 dan H0) dalam uraian kalimat:
H0 : Tidak ada efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta
H1: Ada efek pemberitaan media digital terhadap sikap

- mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta
- Hipotesis (H1 dan H0) model statistik :
 - H0: $\beta=0$: Tidak ada efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta
 - H1: $\beta \neq 0$: Ada efek pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta

Hipotesis (H1 dan H0) :
 $H_a \neq 0$, yang artinya ada efek pemberitaan media digital (X) terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta (Y)

$H_0 = 0$, yang artinya tidak ada efek pemberitaan media digital (X) terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta (Y)

Ketika data sudah terkumpul semua selanjutnya lakukan pengolahan data lalu dijabarkan. Peneliti ingin mengaplikasikan ke dalam uji statistik untuk mengevaluasi variabel X dan variabel Y, maka penjabaran yang dipakai berdasarkan rata-rata (*mean*) dari masing-masing variabel. Nilai rata-rata (*mean*) ini didapat dari penjumlahan seluruh data dalam setiap variabel nya, kemudian dibagi dengan jumlah seluruh responden.

Penelitian ini telah dilakukan sesuai dengan prosedur ilmiah, tetapi

peneliti masih memiliki keterbatasan diantaranya:

1. Memiliki kesalahan dalam pemilihan responden yang tidak sesuai dengan apa yang diharapkan oleh penelitian.
2. Memiliki keterbatasan penelitian dengan menggunakan kuesioner yaitu terkadang tanggapan yang diberikan oleh sampel tidak sesuai dengan tanggapan yang dibutuhkan peneliti.
3. Keterbatasan penelitian dalam menggunakan konsep

pemberitaan media digital, sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta.

Hasil Penelitian

Uji Validitas

Hasil Uji Validitas Variabel X (Efek Media)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.	
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square
	Df
	Sig.

(Sumber Data : Hasil SPSS, 2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pada nilai *KMO* dari Variabel X adalah 0,924 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil perhitungan tersebut membuktikan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat ($KMO > 0,5$ dan signifikansi $> 0,5$). Yang berarti variabel tersebut dapat diteruskan ke tahap selanjutnya dan tabel dibawah akan menggambarkan bagaimana fungsi *Anti-image Correlation* mereduksi indikator yang layak dianalisis.

Dari hasil perhitungan melalui *Anti-image Correlation* membuktikan bahwa semua indikator pada Variabel X sebanyak 28 pertanyaan mempunyai nilai *MSA* lebih dari 0,5. Yang berarti secara keseluruhan indikator Variabel X dinyatakan valid dan dapat diteruskan pada analisis faktor selanjutnya. Kesimpulan yang dapat diambil adalah indikator variabel X yaitu efek media dinyatakan signifikan yang berarti variabel X efek media mempunyai pengaruh yang kuat terhadap media dan dilanjutkan dengan indikator variabel Y apakah mempunyai hubungan terikat variabel X terhadap variabel Y yaitu efek media dan sikap.

Pada bagian ini peneliti membahas validitas Variabel Y. Berikut penjelasannya.

Hasil Uji Validitas Variabel Y (Sikap)

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		.912
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	705.897
	Df	66
	Sig.	.000

(Sumber Data : Hasil SPSS, 2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pada nilai *KMO* yang dapat dilihat dari Variabel Y adalah 0,912 dengan tingkat signifikansi 0,000. Hasil perhitungan membuktikan bahwa variabel tersebut memiliki tingkat validitas yang memenuhi syarat ($KMO > 0,5$ dan signifikansi $< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa variabel dapat diteruskan ke tahap selanjutnya dan tabel di bawah ini akan menggambarkan bagaimana fungsi dari *Anti-image Correlation* dan indikator mana saja yang layak untuk dianalisis.

Hasil perhitungan melalui *Anti-image Correlation*, membuktikan bahwa indikator pada variabel Y mempunyai nilai *MSA* lebih dari 0,5. Yang menunjukkan bahwa keseluruhan indikator dinyatakan valid dan dapat diteruskan ke tingkat penjabaran faktor selanjutnya.

Dari beberapa analisis di atas dapat disimpulkan bahwa secara garis besar, kedua variabel serta indikator-indikator di dalam variabel tersebut mempunyai tingkat validitas yang melengkapi persyaratan sebagai instrumen penelitian. Kesimpulannya

adalah indikator variabel Y yaitu sikap mempunyai nilai indikator yang valid atau signifikan. Seperti yang sudah dijelaskan diatas bahwa variabel X juga dinyatakan valid dan berpengaruh terhadap indikator variabel Y yaitu sikap. Peneliti ingin mencari tahu seberapa besar efek pemberitaan media digital dalam kasus pembullying audrey terhadap sikap mahasiswa yang disebarkan kepada 88 responden mahasiswa STIKOM InterStudi. Maka, dapat diambil kesimpulan bahwa efek media memiliki dampak atau pengaruh yang kuat terhadap sikap mahasiswa di STIKOM InterStudi pada pemberitaan kasus pembullying audrey yang pernah viral 2019 lalu. Karena, rata-rata mahasiswa menunjukkan perhatian dan menaruh perasaan emosional terhadap pemberitaan kasus pembullying audrey.

Uji Reliabilitas

Hasil uji reliabilitas menggunakan perhitungan *Alpha Cronbach* karena skala yang digunakan berupa *interval* yang memperlihatkan bahwa indikator yang digunakan untuk mengukur konsep dalam penelitian yaitu reliable. Nilai standar minimum *alpha* yang dapat

diterima sebagai indikator *reliable* adalah 0,6. Hal tersebut membuktikan bahwa pernyataan berstruktur sebagai indikator penelitian memiliki konsistensi yang baik.

**Hasil Uji Realibilitas Efek Media
(Variabel X)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.720	.726	4

(Sumber Data : Hasil SPSS, 2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pada nilai *Alpha Cronbach* Variabel X adalah 0,720 dengan 28 pertanyaan dalam mengukur variabel X. Angka tersebut > 0,6, yang berarti variabel tersebut adalah *reliable*.

**Hasil Uji Realibilitas Sikap
(Variabel Y)**

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.778	.787	4

(Sumber Data : Hasil SPSS, 2020)

Tabel diatas menunjukkan bahwa hasil pada nilai *Alpha Cronbach* Variabel Y adalah 0,778 dengan pernyataan sebanyak 12 pertanyaan.

Angka tersebut > 0,6, yang berarti variabel tersebut *reliable*.

4.1 Pembahasan

A. Efek Media (Variabel X)

Dalam variabel Efek Media, hasil rata-rata tertinggi terdapat pada nilai 53,4 ada pada dimensi afektif pada indikator perasaan dengan pernyataan mahasiswa merasa perihatin terhadap pemberitaan “Kasus Pembullying Audrey” di media. Hasil rata-rata terendah terdapat pada nilai 2,3 pada dimensi afektif pada indikator perasaan dengan pernyataan mahasiswa memiliki persepsi sendiri pada pemberitaan “Kasus Pembullying Audrey” di media.

B. Sikap (Variabel Y)

Dalam variabel sikap, hasil rata-rata tertinggi terdapat pada nilai 48,9 ada pada dimensi konatif dengan indikator dengan pernyataan mahasiswa berperilaku mengamati keadaan lingkungan sekitar agar terhindar dari kasus kekerasan seperti yang dialami “Kasus Pembullying Audrey”. Hasil rata-rata terendah terdapat pada nilai 1,1 pada dimensi

afektif yang paling rendah adalah indikator perasaan dengan pernyataan pemberitaan “Kasus Pembullying

Kesimpulan dan Saran

Kesimpulan

Adapun kesimpulan dalam penelitian yang berjudul Pengaruh Pemberitaan Media Digital Terhadap Sikap Mahasiswa (Studi Eksplanasi Pemberitaan Kasus Pembullying Audrey Pada Mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta). Kesimpulannya

1. Variabel efek media dalam dimensi kognitif, mengenai pernyataan mahasiswa ingin memahami pemberitaan “Kasus Pembullying Audrey” di media sebanyak 27,3%
2. Variabel efek media dalam dimensi afektif, mengenai pernyataan tindakan yang dilakukan pelaku terhadap korban dalam “Kasus Pembullying Audrey” tidak bermanusiawi sebanyak 31,9% atau sekitar 28 responden memilih jawaban Ragu-Ragu (R). Ternyata

Audrey” di media adalah salah satu kekerasan yang mempengaruhi emosi.

adalah adanya pengaruh pemberitaan media digital terhadap sikap mahasiswa STIKOM InterStudi Jakarta. Yang berarti variabel X dan Y terukur atau signifikan. Artinya, jika X meningkat maka Y meningkat.

Saran

atau sekitar 24 responden memilih jawaban Ragu-Ragu (R). Ternyata tidak semua mahasiswa paham atau mengerti kasus kekerasan yang dialami oleh Audrey. sebagian mahasiswa menganggap bahwa kasus kekerasan yang terjadi pada Audrey adalah kasus kekerasan yang dianggap manusiawi, bisa dilakukan oleh siapa saja dan sering terjadi di lingkungan sekitar.

Daftar Pustaka

- Cahyono, A. S. (2016). *Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia*. *jurnal-unita.org* .
- I N. Laba, I. M. (2018). *Dampak Terpaan Informasi Media Digital Terhadap Perilaku Masyarakat Bali*. *Jurnal unud.ac.id Vol. 8 No. 2* , 181.
- Efendi, A., Astuti, P. I., & Rahayu, N. T. (2015). *Analisis Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Pola Interaksi Sosial Anak Di*

Kabupaten Sukoharjo.
Journals.ums.id , 15.

Karman. (2014). *Pola Penggunaan Media Digital Di Kalangan Anak dan Remaja*. *Jurnal.kominfo.go.id* , 38.

Hidayat, Z. (2015). *Dampak Teknologi Media Digital Terhadap Perubahan Kebiasaan Penggunaan Media Masyarakat*. *Ojs.digilib.ac.id* , 30.

Tyas, D. L., Budiyo, D., & Santoso, A. (2015). *Pengaruh Kekuatan Media Sosial Dalam Pengembangan Kesenjangan Digital*. *Journal of Informatics Communication Vol. 2, 2015* , 150.

Fleetwood, N. R. (2020, January 23). *New Media and Digital Culture* .

Kraidy, M. M. (2020, January 19). *Social Change and The Media* .

Nurudin. (2016). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta, Indonesia: PT. GRAFINDO PERSADA.

Severin, W., & Tankard, J. (2011). *Teori Komunikasi* (Edisi Ke-5 ed.). Jakarta, Indonesia: KENCANA, PRENADA MEDIA GROUP.

Vardiansyah, D., & Febriani, E. (2018). *Filsafat Ilmu Komunikasi* . (B. Sarwiji, Ed.) Indonesia: Indeks Jakarata.

Martono, N. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Morissan. (2012). *Metode Penelitian Survei* (Edisi Ke-1 ed.). (A. C. Wardhani, & F. Hamid, Eds.) Jakarta,

Indonesia: KENCANA, PRENADA MEDIA GROUP.

Sugiyono, P. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Indonesia: ALFABETA, cv.

Tamburaka, A. (2012). *Agenda Setting Media Massa*. Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Ruliana, P., & Puji Lestari, S. M. (2019). *Teori Komunikasi*. Depok, Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Zein, M. F. (2019). *Panduan Menggunakan Media Sosial Untuk Generasi Emas Milenial*. Indonesia.

Rakhmat, J. (2009). *Metode Penelitian Komunikasi*. Indonesia.

Ruliana, P. (2018). *Komunikasi Organisasi*. Depok, Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Rakhmat, J. (2009). *Psikologi Komunikasi*. (T. Surjaman, Ed.) Indonesia.

Romli, K. (2016). *Komunikasi Massa*. Indonesia: Gramedia Widiasarana Indonesia.

Effendy, O. U. (2009). *Ilmu, Teori, Dan Filsafat Komunikasi*. Indonesia.

Azwar, S. (2011). *Sikap Manusia*. Yogyakarta, Indonesia: PUSTAKA PELAJAR.

Cangara, H. (2009). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, Indonesia: PT. RAJA GRAFINDO PERSADA.

Rohim, S. (2009). *Teori Komunikasi*. Indonesia.

Rakhmat, J. (2014). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung, Indonesia: PT. REMAJA ROSDAKARYA.

Sukendar, M. U. (2017). *Psikologi Komunikasi*. Indonesia.

Alyusi, S. D. (2016). *Media Sosial Interaksi, Identitas, dan Modal Sosial*. Indonesia.

Tambaruka, A. (2013). *Literasi Media*. Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Fiske, J. (2014). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta, Indonesia: PT. RAJAGRAFINDO PERSADA.

Morissan. (2013). *Teori Komunikasi*. (R. Sikumbang, Ed.) Ciawi, Bogor, Indonesia: Ghalia Indonesia.

Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial*. (N. S. Nurbaya, Ed.) Bandung, Indonesia: Simbiosis Rekatama Media.

Azwar, S. (2012). *Sikap Manusia* (Edisi Ke-3 ed.). Yogyakarta, Indonesia: LIBERTY, PUSTAKA PELAJAR.

Kriyantono, P. (2016). *Teknik Praktis Riset Komunikasi* (Edisi Pertama ed.). Jakarta, Indonesia: KENCANA PRENADA MEDIA GROUP.