

## Hubungan Antara Tayangan “Beriman” TransTv dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba

Relation of “Beriman” Trans Tv Programs and The Information Needs

<sup>1</sup>Nelsi Mauliza, <sup>2</sup>Udung Noor Rosyad,

<sup>1,2</sup>Prodi Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,

Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

email: <sup>1</sup>maulizanelsi@gmail.com, <sup>2</sup>udungnoor@yahoo.com

**Abstract.** With the presence of various types of TV shows, audiences often seek the information according to their individual needs. Informative TV shows can provide new knowledge to the public. "Beriman TransTV" is one of the informative shows that presents news about Islamic values. Programs that offer information about Islam can be the needs by various audiences, especially audiences who in their activities disseminate Islamic values, who is Unisba Da'wah Faculty. The purpose of this study was to determine the relationship between "Beriman TransTV" shows and student information needs. TV shows chosen by audiences are largely determined by the type of media, media content, media exposure, and social context. The method used in this study is a quantitative method with a Spearman rank correlation approach, which can test the relationship between two variables, which is "Beriman TransTV" shows with information needs. The researcher is using random sampling. The results of this study indicate that the four elements of the concept of media use are media type, media content, media exposure, and social context related to information needs.

**Keyword:** TV Programs, Tv Shows, Information needs

**Abstrak.** Dengan hadirnya beragam jenis tayangan, khalayak seringkali mencari informasi sesuai dengan kebutuhan mereka masing-masing. Tayangan TV yang bersifat informatif dapat memberikan pengetahuan baru kepada khalayak. Tayangan “Beriman TransTV” merupakan salah satu tayangan informatif yang menyajikan berita mengenai nilai-nilai Islam. Program yang menyuguhkan informasi mengenai Islam dapat menjadi tontonan yang diinginkan oleh berbagai khalayak terutama khalayak yang dalam kegiatannya menyebarkan nilai-nilai Islam yaitu mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara tayangan “Beriman TransTV” dengan kebutuhan informasi mahasiswa. Tayangan TV yang dipilih khalayak sangat ditentukan oleh jenis media, isi media, terpaan media, dan konteks sosial. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan korelasi *rank spearman*, yang dapat menguji hubungan antara dua variabel yaitu Tayangan “Beriman TransTV” dengan kebutuhan informasi. Pengambilan sampel menggunakan *random sampling*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keempat elemen dari konsep penggunaan media yaitu jenis media, isi media, terpaan media, dan konteks sosial berhubungan dengan kebutuhan informasi.

**Kata kunci:** Tayangan, Kebutuhan Informasi

### A. Pendahuluan

Dewasa ini informasi sudah menjadi kebutuhan manusia. Informasi semakin dibutuhkan oleh banyak orang untuk mengembangkan kepribadian pada lingkungan sosialnya otomatis media juga menjadi kebutuhan manusia. Media tersebut adalah media massa. Media massa merupakan alat bantu utama yang digunakan masyarakat untuk mendapatkan informasi tersebut. Media massa diyakini memiliki kekuatan yang maha dahsyat dalam mempengaruhi

pengetahuan, sikap dan perilaku masyarakat. Bahkan media massa dengan mudah dapat mengarahkan masyarakat membentuk opini akan suatu peristiwa yang selanjutnya akan terjadi. Media massa mampu mengarahkan, membimbing, dan mempengaruhi kehidupan di masa kini dan dimasa mendatang (Nurudin, 2009: 255).

Penggunaan media massa bisa dibidang sangat mudah dan efisien, oleh karena itu media massa hampir digunakan oleh berbagai kalangan

untuk mendapatkan informasi. Selain penggunaannya yang mudah, beberapa perusahaan media massa juga menyesuaikan harganya agar bisa dijangkau masyarakat. Namun media massa yang paling berpengaruh dalam kehidupan manusia adalah Televisi dan menjadi media massa yang paling banyak diminati.

Televisi dianggap sebagai media massa yang paling digemari karena memungkinkan penggunanya untuk melihat dan mendengar suatu informasi dengan menyuguhkan audio visual dalam satu waktu yang sama. Televisi memiliki kelebihan yang sangat efektif (*powerful*) dalam menyampaikan informasi secara visual kepada masyarakat. Menurut data Badan Pusat Statistik, pada 2015, sebesar 91,47 persen penduduk berusia di atas 10 tahun masih menggunakan televisi sebagai akses utama untuk memenuhi kebutuhannya terhadap informasi. Namun pada dasarnya televisi hanyalah sebuah media perantara, yang membuat televisi menarik adalah program atau acara yang ditayangkan oleh stasiun tv tersebut. Tayangan televisi dewasa ini telah memiliki banyak perkembangan seiring dengan pemenuhan kebutuhan informasi masyarakat yang beragam.

Tayangan televisi yang bersifat informatif dianggap sangat penting karena memberi nilai edukasi tersendiri kepada khalayak. Tayangan yang bersifat informatif dapat memberikan pengetahuan baru kepada khalayak. Salah satu tayangan informatif yang sedang marak saat ini adalah Berita Islami Masa Kini atau yang lebih dikenal dengan sebutan Beriman. Tayangan ini hadir di Trans Tv setiap Sabtu dan Minggu pukul 14.30-15.30 wib. Program Beriman Trans Tv ini dipandu oleh artis yang cukup terkenal seperti ZeeZee Shahab, Teuku Wisnu, Zaskia Mecca, Sahrul Gunawan, dan David Chalik. Perkembangan dunia

Islam masa kini memang semakin pesat. Oleh karena itu salah satu stasiun televisi swasta di Indonesia mempersembahkan berita perkembangan dunia Islam yang update dan terpercaya. Program ini dibawakan dengan suasana santai dalam balutan nuansa Islam, melalui program ini berita Islami hadir sebagai salah satu oase informasi Islam. Salah satu karakteristik dalam program ini adalah program dikemas dengan nuansa yang modern dan menyesuaikan dengan isu-isu yang tengah dihadapi di kehidupan masyarakat sekarang ini..

Program yang menyuguhkan informasi mengenai islam dapat menjadi tontonan yang diinginkan oleh berbagai khalayak terutama khalayak yang menjunjung tinggi syariat islam, oleh karena itu penelitian ini dilakukan pada mahasiswa mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA. Sebagai badan yang bertugas untuk membina mahasiswa dalam pemberian materi nilai-nilai islam tentunya mahasiswa Fakultas Dakwah tidak lepas dengan informasi islam yang *up to date*. Dipilihnya mahasiswa Fakultas Dakwah sebagai populasi penelitian karena dianggap berhubungan dengan apa yang akan diteliti. Berdasarkan masalah yang telah dijelaskan di atas peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai hubungan antara tayangan beriman Trans Tv dengan kebutuhan pemenuhan informasi keagamaan bagi mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA.

Adapun tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui hubungan antara jenis media tayangan Beriman Trans Tv dengan pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba.
2. Untuk mengetahui hubungan antara isi media tayangan Beriman Trans Tv dengan

- memenuhi kebutuhan informasi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba.
3. Untuk mengetahui hubungan antara terpaan media tayangan Beriman Trans Tv dengan pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba.
  4. Untuk mengetahui hubungan antara konteks sosial tayangan Beriman Trans Tv dengan pemenuhan kebutuhan informasi bagi mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba.

## B. Landasan Teori

Televisi adalah media yang menyampaikan pesan melalui suara dan gambar. Dengan memahami bahwa televisi memiliki suara dan gambar, maka televisi harus menggunakan hal tersebut dengan efektif dan efisien, sehingga pesan yang disampaikan jelas dan dimengerti oleh penonton.

Televisi berasal dari dua kata yang berbeda asalnya, yaitu *tele* (bahasa Yunani) yang berarti jauh, dan *visi* (*videre* – bahasa Latin) berarti Penglihatan. Dengan demikian televisi yang bahasa Inggrisnya *television* diartikan dengan melihat jauh. Melihat jauh disini diartikan dengan gambar dan suara yang diproduksi disuatu tempat (studio televisi) dapat dilihat dari tempat "lain" melalui sebuah perangkat penerima (Jefkins, 2003:43).

Televisi Mempunyai banyak fungsi penting, salah satunya adalah sebagai penyampai informasi. Fungsi ini adalah untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat luas. Yang memungkinkan informasi dari sebuah institusi publik tersampaikan kepada masyarakat secara luas dalam waktu cepat.

Teori *Uses And Gratification* adalah salah satu teori media massa yang populer. Teori ini megemukakan

bahwa bagaimana khalayak memilih media dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses And Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2007: 1992).

Teori ini mengajukan gagasan bahwa perbedaan individu menyebabkan audien mencari, menggunakan dan memberikan tanggapan terhadap isi media secara berbeda-beda, yang disebabkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda diantara individu audien. (Morissan, Wardhani, Hamid, 2010: 77)

Teori Penggunaan dan Pemenuhan Kepuasan dapat dilihat sebagai kecenderungan yang lebih luas dari pihak media untuk memberikan kepuasan kepada khalayak. Teori ini juga menentukan fungsi komunikasi massa dalam melayani khalayak. Sebagaimana fungsi komunikasi massa sebelumnya. Setiap orang tentunya memiliki kebutuhan yang berbeda-beda hal ini juga membuat media berusaha mencari tahu seperti apa kebutuhan audience agar menjadi media yang terkemuka. ini merupakan kebalikan dari teori peluru dimana dalam teori peluru media sangat aktif dan *all powerful*, sementara *audience* berada dipihak yang pasif. Jadi teori ini mengasumsikan bahwa khalayak tidak pasif dan bebas memilih media mana, sehingga apa yang dianggap penting oleh media belum tentu dianggap penting juga oleh khalayak.

Penggunaan media tersebut sesuai dengan kebutuhan masyarakat berbeda-beda terhadap media jenis apa yang mereka pilih. Model *Uses And Gratification* berdasarkan penggunaan

media menurut Katz, Gurevitz, dan Haaz dapat adalah sebagai berikut:

1. Jenis-jenis media
2. Isi media
3. Terpaan media
4. Konteks social

### C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Setiap manusia mempunyai kebutuhannya masing-masing yang harus dipenuhi, salah satunya adalah kebutuhan akan informasi. Informasi sudah merupakan kebutuhan utama manusia dalam menjalani hidup. Namun informasi yang dibutuhkan manusia berbeda-beda pula. Informasi bisa didapat darimanasaja salah satunya adalah TV. TV adalah salah satu media massa yang dalam penggunaannya sangat efisien dan mudah sehingga membuat TV menjadi media yang paling tinggi tingkat konsumsinya oleh masyarakat Indonesia. TV hadir dengan berbagai program yang variatif. Sesuai dengan fungsinya sendiri, TV mempunyai banyak fungsi, salah satunya adalah *to inform*. *To inform* adalah TV merupakan media yang berfungsi untuk menyebarkan suatu informasi kepada khalayak. Saat ini tayangan informatif di TV hadir dalam berbagai macam jenis, salah satunya dalam memberikan informasi mengenai nilai-nilai islam. Salah satu tayangan tersebut adalah “Beriman TransTV”

Mahasiswa fakultas Dakwah adalah mahasiswa yang dalam kegiatannya melakukan kegiatan yang bersifat menyeru, mengajak dan memanggil orang untuk beriman dan taat kepada Allah sesuai dengan garis aqidah, syari'at dan akhlak Islam. Tayangan “Beriman TransTV” bisa menjadi salah satu sumber informasi yang dipilih oleh mahasiswa fakultas dakwah tersebut. Namun kebutuhan mahasiswa tersebut juga bergantung pada penggunaan media seperti yang

dijelaskan oleh teori *uses and gratification*. Teori ini megemukakan bahwa bagaimana khalayak memilih media dalam rangka memenuhi kebutuhannya. Pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *Uses And Gratification* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya. (Nurudin, 2007: 1992).

Khalayak memilih tayangan tertentu ditentukan oleh konsep penggunaan media yang dijelaskan oleh Nuruddin dalam teori *Uses and Gratification*, yaitu Jenis Media, Isi Media, Terpaan Media, dan konteks sosial. 4 variabel ini mempengaruhi apakah khalayak akan memilih tayangan tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka.

#### Pembahasan Subhipotesis pertama

Penggunaan media oleh khalayak sangat ditentukan dari jenis media. Berkaitan dengan teori *Uses and Gratification*, khalayak yang akan mengkonsumsi media massa akan melihat terlebih dahulu kebutuhan seperti apa yang mereka inginkan untuk memenuhi kebutuhan mereka. Media terdiri dari berbagai jenis. Media massa sendiri adalah media yang paling banyak digunakan dalam usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia yaitu mencari informasi. Media massa mempunyai *power* yang kuat adalah TV. TV bersifat audio visual. Artinya televisi dapat memadukan suara dan gambar yang bergerak sehingga dapat menarik perhatian audiens. Itulah yang membuat TV sangat diminati oleh masyarakat. TV sendiri memiliki banyak program yang hadir untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Tayangan “Beriman TransTV” sendiri hadir dalam media TV.

Mahasiswa fakultas dakwah UNISBA menggunakan media massa

dan memilih tayangan "Beriman TransTV" sebagai pemuas kebutuhan informasi keagamaan mereka masing-masing. Tayangan "Beriman TransTV" sendiri hadir di TV sehingga mahasiswa fakultas dakwah UNISBA tidak susah menontonnya, dikarenakan TV merupakan media yang paling gampang didapat. Dengan adanya tayangan "Beriman TransTV" di stasiun TV membuat mahasiswa fakultas dakwah dapat dengan mudah menyebarkan dakwah melalui informasi yang mereka dapat melalui tayangan "Beriman TransTV". TransTV sendiri merupakan salah satu stasiun TV swasta yang dipercaya mahasiswa fakultas dakwah UNISBA sebagai stasiun yang memberikan tayangan informatif.

Dari hasil pengujian menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman, dapat disimpulkan bahwa jenis media yang dipilih oleh mahasiswa fakultas dakwah UNISBA memiliki hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Yaitu dengan hasil yang cukup berarti.

### **Pembahasan Subhipotesis kedua**

Isi media juga menentukan apakah khalayak akan memilih tayangan tersebut untuk memenuhi kebutuhan mereka. Isi media adalah konten-konten yang terdapat dalam tayangan "Beriman TransTV". Karena berhubungan dengan informasi, jadi konten yang dibahas adalah mengenai informasi yang ada dalam tayangan "Beriman TransTV" tersebut. Informasi yang ditayangkan dalam tayangan "Beriman TransTV" menyangkut seberapa akuratnya informasi tersebut. karena salah satu ciri-ciri berita dan informasi yang baik adalah berita yang memberikan informasi secara valid dan benar. Isi media sangat mempengaruhi tindakan khalayak dalam mencari informasi guna memenuhi kebutuhan mereka. jika isi media tidak mengandung konten-konten yang

menarik, pasti tayangan "Beriman TransTV" sudah mengalami kemunduran. Apalagi informasi yang diberikan oleh tayangan "Beriman TransTV" merupakan informasi yang menyangkut norma dan ajaran-ajaran dalam agama islam. Jika terjadi kesalahan sedikit saja akan menyebabkan permasalahan yang sangat serius.

Hal ini sejalan dengan teori *Uses and Gratification*, karena isi media tayangan "Beriman TransTV" sesuai dengan harapan khalayak, maka khalayak pun akan memilih program TV tersebut untuk memenuhi kebutuhan informasinya.

Hal ini dibuktikan melalui pengujian menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara isi media dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Dakwah UNISBA.

### **Pembahasan Subhipotesis ketiga**

Yang ketiga adalah terpaan media. Terpaan media adalah sebagai kegiatan mendengar, melihat, dan membaca pesan-pesan media atau pun mempunyai pengalaman dan perhatian terhadap pesan tersebut yang dapat terjadi pada individu atau kelompok. Terpaan media berusaha mencari data khalayak tentang penggunaan media baik jenis media, frekuensi penggunaan maupun durasi penggunaan. Ketika diterpa oleh media, itu berarti khalayak sedang menyaksikan tayangan tersebut.

Tayangan "Beriman TransTV" hadir hari Sabtu dan Minggu pada pukul 14.30 dengan durasi 45 menit. Lama atau tidaknya durasi tayangan "Beriman TransTV" menentukan apakah khalayak ingin menontonnya atau tidak sebagai usaha untuk memenuhi kebutuhan informasi. Namun balik lagi sesuai dengan teori *Uses and Gratification*, khalayak lah yang menentukan seberapa lama mereka

ingin diterpa oleh media sesuai dengan kebutuhan masing-masing. Setelah durasi, informasi yang diserap oleh khalayak juga ditentukan oleh seberapa besar perhatian yang mereka letakkan pada tayangan “Beriman TransTV” tersebut. Jika mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba menginginkan informasi yang banyak dan lengkap melalui tayangan “Beriman TransTV” maka mereka sendiri yang menentukan sikap mereka terhadap terpaan media dan bagaimana menafsirkan informasi tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa terpaan media memiliki hubungan yang cukup berarti dengan pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba, dibuktikan melalui koefisien korelasi Rank Spearman.

#### **Pembahasan Subhipotesis keempat**

Konteks sosial merupakan hal yang berhubungan dengan keadaan sosial masyarakat disuatu daerah. Konteks sosial terbagi dalam berbagai macam bentuk, salah satunya adalah konteks sosial yang berkenaan dengan agama. Konteks sosial agama di Indonesia adalah, masyarakat dengan mayoritas muslim. Masyarakat muslim di Indonesia adalah masyarakat muslim yang hidup berdampingan. Dalam hidup berdampingan umat muslim tidak lupa mengingatkan satu sama lain mengenai pentingnya hidup dalam arah yang benar sesuai dengan ajaran islam. Banyak orang mengajak satu sama lain berbondong-bondong untuk berada dijalan yang benar dengan cara menyebarkan informasi maupun berita mengenai ajaran islam. Informasi tersebut dapat diperoleh dari media massa melalui tayangan “Beriman TransTV”. Dengan adanya tayangan “Beriman TransTV” ini masyarakat Indonesia bisa lebih mudah mendapatkan informasi mengenai nilai-nilai islam.

Tayangan ini dinilai cocok untuk semua gender, karena membahas islam dalam berbagai aspek. Misalnya terkadang membahas tentang hal yang bersifat kewanitaan, terkadang membahas hal yang berhubungan dengan laki-laki. Namun dapat dikatakan tayangan ini membahas nilai-nilai Islam secara umum. karena dalam islam sendiri, semua informasi yang mengandung nilai-nilai islam merupakan informasi buat siapa saja. Misalnya tayangan “Beriman TransTV” pernah membahas tentang ciri-ciri wanita yang mendatangkan rezeki, walaupun membahas mengenai wanita, episode ini bisa bermanfaat juga buat kalangan laki-laki. Jadi tayangan “Beriman TransTV” ini cocok untuk semua jenis kelamin. Hal ini menjelaskan bahwa tayangan “Beriman TransTV” cocok dengan konteks sosial masyarakat Indonesia, maka dari itu mahasiswa Fakultas Dakwah Unisba mau memilih program ini sebagai sarana untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka. Konteks sosial juga menjadi bukti yang mempunyai hubungan dengan pemenuhan kebutuhan informasi. Jika di Amerika dihadirkan tayangan dengan aliran seperti ini, maka akan timbul permasalahan yang serius. Hal ini sejalan dengan teori *Uses And Gratification*.

Dapat dibuktikan menggunakan koefisien korelasi Rank Spearman bahwa terdapat hubungan antara konteks sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi, hal ini menunjukkan bahwa hubungan antara konteks sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi merupakan hubungan yang cukup berarti.

#### **D. Kesimpulan dan Saran**

##### **Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian

yang telah diuraikan dan di analisa, maka diperoleh hasil kesimpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa Pemenuhan Kebutuhan informasi mahasiswa pada tayangan "Beriman TransTV" ditentukan oleh jenis media.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa Pemenuhan Kebutuhan informasi mahasiswa pada tayangan "Beriman TransTV" ditentukan oleh isi media.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa Pemenuhan Kebutuhan informasi mahasiswa pada tayangan "Beriman TransTV" ditentukan oleh terpaan media.
4. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan dapat terlihat bahwa Pemenuhan Kebutuhan informasi mahasiswa pada tayangan "Beriman TransTV" ditentukan oleh konteks sosial.

### Saran Praktis

Dengan memperhatikan hasil yang diperoleh dalam penelitian yang telah dilakukan, maka saran- saran yang penulis berikan sebagai berikut:

1. Untuk tim program tayangan "Beriman TransTV" agar mencari hal-hal baru yang menarik sebagai konten tayangan sehingga memiliki perkembangan dari waktu ke waktu.

Untuk tim tayangan "Beriman TransTV" agar membuat ciri khas dari tayangan "Beriman TransTV" sehingga unik dan berbeda

dengan tayangan TV lainnya yang bergenre sama

### Daftar Pustaka

- Aaker, A. David. 2002. *Ekuitas Merek*
- Ardianto, Evinaro dkk. 2004. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosia Rekatama Media
- Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik Ed Revisi*. Jakarta : Rineka
- Azwar, S. 1986. *Validitas dan Reliabilitas*. Jakarta: Rineka Cipta
- Cangara, Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada
- Effendy, Uchjana Onong. *Ilmu komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Rosda
- Effendy, Onong Uchjana. 1993. *Televisi Siaran Teori dan Praktek*. Bandung, Mandar Maju
- Martono, Nanang. 2010. *Statistik Sosial: Teori dan Aplikasi Program SPSS*. Yogyakarta: Gava Media
- Martono, Nanang. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: PT Raya Grafindo Persada.
- McQuail, Denis. 2011. *Teori Komunikasi Massa* McQuail, Edisi 6 Buku 1. Jakarta: Salemba Humanika
- Sugiono, Prof. Dr. 2004. *Statistik Nonparametrik Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit CV ALFABETA
- Mulyana, Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nurudin. 2015. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Peterson, Theodore dkk. 2003. *Media Massa dan Masyarakat Modern*.

- Jakarta : Kencana
- Rakhmat, Jalaludin. 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja RosdaKarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Wiasarana Indonesia.
- <https://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/156/pdf>