

Penggunaan Media Internal Sebagai Sarana Pemenuhan Kebutuhan Informasi

¹Hani Isyabani Fauziyyah, ²Wulan Trigartanti

^{1,2} Prodi Ilmu Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung,
Jl. Tamansari No. 1 Bandung 40116

e-mail: ¹haniisyabani@gmail.com, ²gartanti@yahoo.com

Abstract. Internal media created by the Public Relations (PR), therefore the PR is responsible for the content of information. In an internal media presentation, PR should be concerned to the information that was needed the employees. This research discover that "Media Pembinaan" magazine's use by at the Ministry of Religion Affair for West Java Region, as an information necessary fulfilment facilities for employees. This research uses descriptive quantitative method. The data acquired from distributing 69 questionnaires to the employees, an interview with the West Java Religious of Ministry PR and literature study. This research use media use theory from Rosengren that 3 use indicators, which are usage intensity, content of message and correlation between individual and media content. The findings of these studies indicate that this internal media already fullfil employees necessity with good intensity, news content and correlation between reader and media content.

Keywords: Media Usage, Internal Media, Magazine

Abstrak. Media internal adalah media yang dibuat oleh Public Relations (PR), oleh karena itu PR bertanggung jawab terhadap informasi yang dimuat. Dalam penyajian sebuah media internal, PR harus memperhatikan informasi yang dibutuhkan oleh karyawan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan majalah "Media Pembinaan" di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi bagi karyawan. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode deskriptif kuantitatif dan data diperoleh melalui pembagian kuesioner kepada karyawan sebanyak 69 kuesioner, wawancara dengan PR di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat, dan studi kepustakaan. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori penggunaan media menurut Rosengren, dalam teori tersebut ada 3 indikator yang diteliti yaitu intensitas penggunaan, isi pesan dan hubungan antara individu dengan isi media. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa intensitas majalah, isi berita di dalam majalah dan hubungan antara individu dengan isi media di majalah "Media Pembinaan" tergolong baik dalam memenuhi kebutuhan informasi bagi karyawan.

Kata kunci: Penggunaan Media, Media Internal, Majalah

A. Pendahuluan

Pada kenyataannya bahwa di Indonesia masih banyak yang menganggap bahwa bidang *public relations* (PR) hanyalah sekedar pelengkap dan tidak memiliki peran yang signifikan terhadap sebuah perusahaan atau organisasi. Adapun yang memiliki bidang PR tetapi dalam kenyataannya peran tersebut tidak didukung dan di beri kewenangan yang seharusnya, Sehingga fungsi dan tujuan dari PR tidak bisa berjalan dengan baik. Kegiatan PR sangat berkaitan dengan media, hal tersebut karena media adalah salah satu penunjang kegiatan PR.

Media internal dibuat oleh PR untuk menginformasikan kebijakan-kebijakan yang dimiliki perusahaan, kegiatan perusahaan, dan informasi yang aktual. Karena semua publik internal khususnya karyawan, berhak menerima informasi apapun tentang perusahaannya. Dalam penyajiannya pun sebuah media internal harus memperhatikan informasi apa saja yang dibutuhkan oleh karyawan agar pesan yang disampaikan didalam media internal tersebut dapat berjalan efektif. Sebuah media internal yang

tidak efektif akan melahirkan opini negatif dari karyawan karena memperlihatkan sebuah media yang gagal memenuhi kebutuhan informasi karyawannya. Begitu juga sebaliknya, jika media internal tersebut efektif maka akan melahirkan opini positif dari karyawan dan media mampu memenuhi kebutuhan informasi karyawan yang sesuai dengan apa yang karyawan harapkan.

Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat memiliki PR yang membantu instansinya yang bertanggung jawab untuk menjalin hubungan komunikasi antara instansi dengan publik internal dan eksternalnya. Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai salah satu instansi yang bergerak dibidang keagamaan ini memiliki media internal yang berbentuk majalah untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan perusahaan, informasi-informasi tentang kebijakan tentang kedinasan, pendidikan keagamaan, ilmu pengetahuan, dan berita aktual.

Majalah ini bernama “Media Pembinaan” atau biasa disebut MP, yang terbit satu bulan satu kali. Majalah “Media Pembinaan” ini dibuat oleh Departemen Agama yang sekarang telah berganti nama menjadi Kementerian Agama pada tahun 1974 yang bertujuan untuk mensukseskan misi Kementerian Agama dalam hal mutu ilmu, kepribadian dan keterampilan karyawan yang harus selalu bermanfaat dalam melakukan usaha-usaha pembinaan dan pengembangan karyawan. Sehingga komunikasi dua arah melalui “Media Pembinaan” akan dengan mudah dilaksanakan dan setiap masalah yang disampaikan dari atas ke bawah akan dapat diikuti secara dan terbuka.

Untuk sumber di dalam Majalah “Media Pembinaan” ini pun merupakan karyawan dari Kementerian Agama diseluruh Jawa Barat dan guru yang mengajar di Madrasah. Bagi karyawan yang tulisannya dimuat di dalam Majalah “Media Pembinaan” akan mendapatkan angka kredit dari karya ilmiah yang dapat di muat dari Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat yang berpengaruh terhadap penghasilan karyawan tersebut. Agar dapat memberikan apresiasi terhadap karyawan yang dapat menuliskan informasi yang bermanfaat bagi karyawan lain.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang permasalahan diatas, maka dapat dirumuskan masalah penelitiannya, yaitu **“Bagaimana penggunaan Majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan?”**.

Identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana intensitas Majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat memenuhi kebutuhan informasi pada karyawan?
2. Bagaimana isi pesan Majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat memenuhi kebutuhan informasi pada karyawan?
3. Bagaimana hubungan antara karyawan dengan isi media setelah menggunakan Majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama kantor wilayah Provinsi Jawa Barat?

C. Kajian Pustaka

Untuk mendukung penelitian mengenai penggunaan Majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan, maka peneliti menggunakan teori penggunaan media menurut Rosengren dalam Rahkmat (2008:66) landasan penelitian ini.

Menurut Rosengren, penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam media, isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rosengren dalam Rahmat, 2008:66).

Penggunaan suatu media memiliki beberapa indikator penelitian, yakni Intensitas penggunaan media, isi pesan, dan hubungan antara individu konsumen media dengan isi media. Intensitas penggunaan media sendiri merupakan derajat perilaku seseorang dalam mempergunakan suatu media (Rahmat, 2007:69). Intensitas penggunaan majalah ini diukur dengan frekuensi dan durasi penggunaan oleh penggunanya. Frekuensi dapat diartikan dengan kekerapan atau kejarangan kerapnya, frekuensi yang dimaksud adalah seringnya kegiatan itu dilaksanakan dalam periode waktu tertentu dan durasi berkaitan dengan waktu, yakni jumlah menit dalam setiap penggunaan media. Durasi penggunaan dimana menghitung berapa lama khalayak bergabung dengan suatu media (berapa jam sehari), atau berapa lama (menit) khalayak mengikuti suatu program (Ardianto, Elvinaro dan Erdinaya, 2005 : 164).

Isi pesan dalam penelitian ini dimaksudkan dengan isi berita/ informasi dalam majalah. Isi pesan itu sendiri berkaitan dengan bahan dan materi yang disampaikan pada khalayak. Maka peneliti menurunkan variabel isi pesan menjadi beberapa indikator yaitu kejelasan pesan, kelengkapan pesan, dan aktualitas pesan. Kejelasan isi pesan adalah pesan disampaikan tidak berbelit-belit, bukan kalimat yang rumit dan sulit dimengerti juga dicerna, sebaiknya pilihan kata-kata haruslah biasa yang sudah diketahui umum (Soemirat dan Ardianto, 2003:63).

Nitisemito (1982:144) mengatakan bahwa kelengkapan isi pesan maksudnya, komunikasi yang disampaikan haruslah lengkap, sehingga tidak menimbulkan keraguan bagi penerima komunikasi. Kelengkapan isi pesan meliputi kelengkapan informasi yang berarti, suatu informasi yang akan disampaikan haruslah memiliki narasumber dan data pendukung yang lengkap sehingga dapat mendukung kejelasan informasi. Kejelasan informasi didalam majalah pun tergantung sejauhmana seorang sumber mampu menyampaikan intensitas penggunaan sesuai dengan muatan pesan yang ingin disampaikan secara jelas sehingga tidak menimbulkan penafsiran yang berbeda dari komunikasi. Agar pesan mudah dipahami, tidak terlepas dari kemampuan komunikator dalam merumuskan ide atau gagasan kedalam pesan-pesan tersebut sehingga terdapat kesamaan arti.

Aktualitas pesan diartikan sebagai kejadian-kejadian dan materi yang dimuat itu baru terjadi, masih ramai dibicarakan dan baru pertama kali menjadi pengetahuan khalayak (Nitisemito, 1982:145). Jadi, untuk dapat dikategorikan sebagai suatu informasi yang baik, maka informasi harus memiliki karakteristik seperti keakuratan dari informasi, informasi harus selalu *update* dan informasi harus mudah untuk dimengerti.

Lalu, hubungan yang terjadi antara individu yang mengkonsumsi media dengan isi media. Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan akan

kepuasan dari media tersebut. Jika kepuasan tersebut sudah didapat, maka orang tersebut akan menggunakan media tersebut dan menggunakan waktunya untuk mengkonsumsi isi media. Setelah menggunakan media tersebut maka akan timbul suatu hubungan antara individu dengan isi media tersebut.

Bila muncul rasa puas setelah menggunakan media tersebut, maka bisa dikatakan bahwa keduanya telah terjalin suatu hubungan yang positif. Dan sebaliknya pun begitu, akan muncul suatu hubungan yang negatif jika merasa tidak puas karena tidak mendapatkan kepuasan akan kebutuhan informasinya.

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif dengan pendekatan kuantitatif sesuai dengan tujuan penelitian ini yaitu menggambarkan penggunaan majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi pada karyawan. Metode deskriptif kuantitatif adalah metode yang hanya memberikan gambaran atau dekripsi tentang variabel dari sebuah fenomena yang diteliti (Ardianto&Elvinaro, 2011: 48)

Populasi dalam penelitian ini adalah 221 orang karyawan tetap dan Jumlah sampel yang diambil sebesar 69 karyawan kementerian agama kantor wilayah provinsi Jawa Barat. Sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki dalam populasi tersebut (Sugiyono, 2009:81). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah teknik *random sampling* yaitu sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elemen terdiri populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel dan menggunakan metode pengambilan sampel acak sederhana dengan cara pengundian responden dalam populasi (Singarimbun, 1995: 155).

E. Temuan Penelitian

1. Intensitas majalah “Media Pembinaan”

Variabel ini menjelaskan mengenai intensitas penggunaan majalah “Media Pembinaan” yang digunakan oleh responden. Ada 3 indikator dalam variabel ini, yaitu indikator intensitas membaca majalah, indikator intensitas penerbitan majalah, indikator lama waktu membaca majalah.

Tabel 1. Intensitas Penggunaan Majalah “Media Pembinaan”

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Tinggi	7	10,1%
2	Sedang	40	58,0%
3	Rendah	22	31,9%
	Jumlah	69	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner, 2014

n= 69

Berdasarkan tabel di atas, terlihat sebagian besar dari responden sebanyak 58% menilai intensitas penggunaan majalah “Media Pembinaan” dalam kategori sedang, sebanyak 31,9% lainnya menilai dalam kategori rendah dan 10,1% sisanya menilai

dalam kategori tinggi. Hal ini berarti intensitas penggunaan majalah “Media Pembinaan” oleh karyawan cukup baik.

Karena mayoritas responden, selalu membaca majalah ketika majalah baru diterbitkan dan merasa bahwa intensitas penerbitannya lebih baik tidak sekali dalam sebulan tetapi perlu ditambahkan lagi. Responden pun menilai bahwa tidak membutuhkan waktu yang lama dalam membaca majalah “Media Pembinaan” karena terbatas oleh jam kerja dan banyaknya pekerjaan yang harus diselesaikan ditempat dan dapat dikatakan bahwa responden hanya membaca bagian-bagian tertentu saja dan tidak selalu membaca keseluruhan dari isinya. Hal ini di perkuat dengan pernyataan dibawah ini :

Setiap majalah terbit maka akan ada informasi baru dan informasi baru akan terlihat cara karyawan membaca informasi tersebut, dalam hal ini informasi yang ada di setiap rubrik yang dipilih bisa dibaca dengan cara yang berbeda. Itu dapat dilihat dari frekuensi atau intensitas komunikasi dalam membacanya (Barung, Herfan, dan Pinurbo, 1998:25).

2. Isi Pesan majalah “Media Pembinaan”

Variabel ini menjelaskan mengenai isi pesan majalah “Media Pembinaan” yang digunakan oleh responden. Ada 11 indikator dalam variabel ini, yaitu indikator pemahaman terhadap isi pesan, indikator bahasa isi pesan, indikator kejelasan sumber pesan, indikator kesesuaian isi pesan dengan fakta yang ada, indikator tidak mengandung unsur profokasi, indikator kelengkapan isi pesan, indikator kandungan isi pesan, indikator informasi yang selalu *up to date*, indikator cakupan informasi yang luas, indikator menambah wawasan dan pengetahuan, dan indikator isi pesan dapat dijadikan media pembinaan mental dan rohani.

Tabel 2. Isi Pesan Majalah “Media Pembinaan”

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Baik	11	15,9%
2	Cukup	41	59,4%
3	Kurang	17	24,6%
	Jumlah	69	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner, 2014

n= 69

Berdasarkan tabel di atas, terlihat sebagian besar dari responden sebanyak 59,4% menilai isi pesan majalah “Media Pembinaan” dalam kategori cukup, sebanyak 24,6% lainnya menilai dalam kategori kurang dan 15,9% sisanya menilai dalam kategori baik. Hal ini berarti isi pesan dalam majalah “Media Pembinaan” oleh karyawan cukup baik.

Karena majalah “Media Pembinaan” memberikan informasi yang bermanfaat bagi responden dan disajikan secara aktual serta mendidik para karyawan Kementerian Agama wilayah Provinsi Jawa Barat. Dilihat dari segi bahasa, majalah ini menggunakan bahasa yang mudah dipahami pembaca. Narasumbernya pun jelas, karena narasumber dalam majalah ini biasanya dari karyawan Kementerian Agama. Hal ini diperkuat dengan Astrid S. Susanto yang menyatakan bahwa :

Dalam memberikan informasi kepada publik maka harus benar, lengkap, terarah, pada waktunya dan tersaji dengan baik. Dalam arti jelas dan tidak menimbulkan penafsiran yang bermacam – macam (Susanto, 1986 : 15).

3. Hubungan antara Individu dengan Isi Media

Variabel ini menjelaskan mengenai hubungan antara individu dengan isi media majalah “Media Pembinaan” yang digunakan oleh responden. Ada 6 indikator dalam variabel ini, yaitu indikator Kepuasan Atas Informasi yang Diberikan, indikator Kecocokan Untuk Dikonsumsi Karyawan Internal di Kementerian Agama, indikator Mengurangi Rasa Bosan, indikator Sarana Komunikasi yang Efektif, indikator Mampu Memenuhi Kebutuhan Informasi, dan indikator Kepercayaan atas Informasi yang Diberikan.

Tabel 3. Hubungan antara Individu dengan Isi Media Majalah “Media Pembinaan”

No.	Kategori	Frekuensi	Persentase
1	Baik	11	15,9%
2	Cukup	47	68,1%
3	Kurang	11	15,9%
	Jumlah	69	100%

Sumber : Hasil pengolahan data kuesioner, 2014

n= 69

Berdasarkan tabel di atas, terlihat sebagian besar dari responden sebanyak 68,1% menilai hubungan antara individu dengan isi media dalam kategori cukup dan sebanyak 15,9% masing-masing sisanya menilai hubungan antara individu dengan isi media dalam kategori baik dan kurang. Hal ini berarti hubungan dengan isi media majalah “Media Pembinaan” oleh karyawan cukup baik.

Karena responden merasa puas terhadap isi informasi majalah ini. Majalah “Media Pembinaan” dapat dijadikan media komunikasi yang efektif bagi karyawan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang disajikannya pun cukup menarik sehingga para responden tidak merasa bosan saat membaca majalah ini. Seperti hal yang diungkapkan oleh Jalaludin Rakhmat bahwa “ Agar menarik, sebaiknya pilihlah kata-kata yang menyentuh langsung dari khalayak, gunakan kata berona, gunakan bahasa yang *figurative*, dan gunakan kata-kata tindak (*action words*)” (Rakhmat, 2007: 50).

F. Diskusi

Temuan-temuan penelitian memperlihatkan bahwa di lingkungan Kementerian Agama Kantor wilayah Provinsi Jawa Barat, penggunaan majalah “Media Pembinaan” oleh karyawan dapat memenuhi informasi yang dibutuhkan. Hal ini mengindikasikan berlakunya teori Penggunaan Media menurut Rosengren. Menurut Rosengren, penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam media, isi media yang dikonsumsi dan berbagai hubungan antara individu konsumen media dengan isi media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (Rahmat, 2008:66). Dalam penelitian ini, bahwa PR di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat yang membuat majalah “Media Pembinaan” telah memberikan informasi yang baik, tidak hanya mengenai keagamaan tetapi informasi yang aktual seperti pendidikan,

politik, dan ekonomi dan narasumbernya pun dipilih dengan kredibilitas yang baik, sehingga menghasilkan tulisan yang baik untuk dibaca.

Peranan institusi pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan informasi, bagi masyarakat di perkotaan dan pedesaan, umumnya menganggap kebutuhan informasi tentang politik, ekonomi, dan sosial budaya sudah sangat terpenuhi. Masuknya era keterbukaan di bidang pers, menjadikan arus informasi berlangsung deras dari ketersediaan media massa yang bervariasi, sehingga akses informasi bagi masyarakat lebih tinggi.

Hasil penelitian ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Rachmiatie (2000), menunjukkan bahwa Peranan institusi pemerintah dalam pemenuhan kebutuhan informasi, bagi masyarakat di perkotaan dan pedesaan, umumnya menganggap kebutuhan informasi tentang politik, ekonomi, dan sosial budaya sudah sangat terpenuhi. Masuknya era keterbukaan di bidang pers, menjadikan arus informasi berlangsung deras dari ketersediaan media massa yang bervariasi, sehingga akses informasi bagi masyarakat lebih tinggi. Dan hasil penelitian Zulfebriges (2002), menunjukkan bahwa organisasi modern perlu menyusun sumber-sumber informasi agar bisa mendukung proses pengambilan keputusan secara efektif. Untuk menyusun sistem administrasi *database*, terdapat dua komponen yang sangat menentukan, yaitu komponen administrasi (komponen manusiawi) dan komponen teknik.

G. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, maka penulis memperoleh kesimpulan mengenai penggunaan majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama Kantor Wilayah Provinsi Jawa Barat sebagai sarana pemenuhan kebutuhan informasi karyawan sebagai berikut :

1. Intensitas penggunaan majalah “Media Pembinaan” oleh karyawan Kementerian Agama wilayah Provinsi Jawa Barat tergolong cukup memenuhi kebutuhan informasi pada karyawan. Hasil menunjukkan bahwa karyawan selalu membaca ketika majalah ini diterbitkan dan merasa kurang mengenai intensitas penerbitannya kepada karyawannya.
2. Isi pesan majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama wilayah Provinsi Jawa Barat tergolong cukup memenuhi kebutuhan informasi pada karyawan. Hasil menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan majalah ini cukup jelas, akurat dan lengkap sehingga dapat memenuhi kebutuhan para karyawan untuk mendapatkan informasi mengenai kementerian agama wilayah provinsi Jawa Barat.
3. Hubungan yang cukup baik antara karyawan dengan isi media setelah menggunakan majalah “Media Pembinaan” di Kementerian Agama wilayah Provinsi Jawa Barat. Hasil menunjukkan bahwa majalah ini telah memberikan rasa puas, percaya, dan mejadi media yang efektif untuk lingkungan kementerian agama wilayah provinsi Jawa Barat.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro & Erdinaya Lukiati Komala. 2005. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung. Simbiosis Rekatama Media
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Metode Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Barung, Kanis, Djony Herfan, Joko Pinurbo.1998. *Dasar- Dasar Penerbitan Majalah*. Jakarta. PT Grasindo
- Effendy, Onong Uchyana, 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Nitisemito, Alex S. 1982. *Manajemen Personalia*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Rahmat, Jalaluddin. 2008. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2007. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Singarimbun, Effendi. 1995. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta : Lembaga Penelitian, Pendidikan & Penerangan Ekonomi & Sosial.
- Soemirat, Soleh & Ardianto, Elvinaro. 2003. *Dasar- Dasar Public Relations*. Bandung. Rosdakarya
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Susanto, Astrid S. 1986. *Komunikasi Massa*. Bandung. Bina Cipta

Sumber Lain :

- Rachmiatie, Atie. 2000. *Sistem Komunikasi Dan Informasi Di Indonesia: Suatu Perubahan Dan Tantangan Masa Depan*. MediaTor, Vol. 1.
 [<http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/701/362>]
- Zulfebriges. *Informasi dan Organisasi : Perspektif Sistem Informasi Manajemen*. MediaTor, Vol.3. [<http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mediator/article/view/750/417>]