

Hubungan antara Tayangan Youtube Sorabel dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi Warganet

Dena Delaeni*, Neni Yulianita

Prodi Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Indonesia.

*dena.delaeni@gmail.com, yulianita.neni@gmail.com

Abstract. Social media is an online media that is used by users to represent themselves or interact, cooperate, communicate, share with other users, thus forming social bonds virtually. One of the social media that still has many visitors today is Youtube. Youtube is one of the sites that is widely used by audiences to find various kinds of information, especially in terms of fashion. One of the YouTube channels that discusses fashion is Sorabel. The purpose of this study is to find and analyze whether there is a relationship between the type of media, media content, and the exposure of Sorabel's Youtube show media with the fulfillment of netizens' information needs. The theory used in this study is the theory of uses and gratifications. The method used in this study is the correlational method. The sampling technique used in this study was simple random sampling. The population and samples taken by the researchers were netizens who watched and commented in one of Sorabel's Youtube shows entitled "Tips for Accurately Matching Clothes Colors" which totaled 83 people. The results of the study found that the entire hypothesis tested got the results of H_0 rejected which means that there is a relationship between the type of media, media content and the exposure of Sorabel's Youtube show media with the fulfillment of netizens' information needs.

Keywords: Media Types, Media Content, Media Exposure

Abstrak. Media sosial adalah sebuah media online yang digunakan pengguna sebagai merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berkomunikasi, berbagi dengan pengguna lain, sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual. Salah satu media sosial yang hingga kini masih memiliki banyak pengunjung adalah *youtube*. *Youtube* merupakan salah satu situs yang banyak digunakan khalayak untuk mencari berbagai macam informasi, terutama dalam hal *fashion*. Salah satu *channel youtube* yang membahas mengenai *fashion* adalah *Sorabel*. Tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan menganalisis apakah terdapat hubungan antara jenis media, isi media, dan terpaan media tayangan *Youtube Sorabel* dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional. Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Populasi dan sampel yang diambil oleh peneliti adalah warganet yang menonton dan berkomentar dalam salah satu tayangan *Youtube Sorabel* yang berjudul "Tips Jitu Padu Padan Warna Pakaian" yang berjumlah 83 orang. Hasil penelitian diketahui bahwa keseluruhan hipotesis yang diuji mendapatkan hasil H_0 ditolak yang berarti terdapat hubungan antara jenis media, isi media dan terpaan media tayangan *Youtube Sorabel* dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet.

Kata Kunci: Jenis Media, Isi Media, Terpaan Media

A. Pendahuluan

Kehadiran media sosial memberikan fakta yang menarik bagaimana kekuatan internet untuk hidup di zaman yang serba canggih ini, terutama jumlah penggunaannya naik terus tiap harinya. Menurut Yulianita, *et al.*, (2022: 381), “*Social media is one of the online media where users can participate in finding information, communicating, and making friends, with all the facilities and applications it has*”.

Artinya, media sosial merupakan salah satu media online dimana penggunaannya dapat ikut dalam mencari informasi, berkomunikasi, dan juga menjalin pertemanan, dengan segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya. Dengan hadirnya media sosial inilah telah membawa pengaruh tersendiri terhadap aktivitas yang dilakukan oleh manusia saat ini.

WeAreSocial.net dan Hootsuite membuat laporan tahunan mengenai data pengguna internet dan media sosial di seluruh dunia. Di Indonesia, 191,4 juta orang adalah pengguna aktif media sosial dari total populasi 277,7 juta orang. Angka pemakai media sosial yang aktif di Indonesia itu meningkat jadi 21 juta (12,6%) dalam kurun waktu satu tahun.

Perkembangan media sosial memunculkan lahirnya pemikiran, inovasi dan karya-karya baru atau menggabungkan rencana-rencana lama untuk mendapatkan kebutuhan informasi yang lebih banyak. Sekarang ini, masyarakat pada umumnya terutama remaja, berlomba-lomba untuk menunjukkan dampak inovasinya melalui media online, khususnya dalam bidang *fashion*. Pada *fashion* kita dapat memahami komunikasi sebagai non verbal karena tidak berbentuk tulisan maupun lisan sehingga pengiriman pesan dan beragam budaya juga menjadi faktor penentu suatu *fashion*.

Pemanfaatan media dilakukan oleh salah satu channel Youtube yang membahas mengenai *fashion* saat ini adalah channel youtube Sorabel. Dalam *YouTube* Sorabel telah memiliki 148.000 subscriber dimana setiap tayangannya memiliki banyak penonton. Sorabel memiliki tayangan berjumlah 199 video dimana setiap tayangannya menjelaskan tentang *fashion*. Salah satu tayangan pada *YouTube* Sorabel yang memiliki penonton dan yang berkomentar paling banyak ialah tayangan berjudul “Tips Jitu Padu Padan Warna Pakaian”.

Dalam tayangan tersebut penonton *YouTube* Sorabel memberikan komentar positif yang menyatakan bahwa tayangan Sorabel tersebut masih bermanfaat dan berguna hingga kini dimana *fashion* ataupun pemilihan *outfit* masih menjadi pembicaraan teratas pada masa kini. Beberapa penonton tayangan Sorabel ini juga menyatakan bahwa tayangan yang disediakan Sorabel memberikan informasi bagi pemula yang akan memulai *beroutfit* atau mengikuti *trend fashion* terkini dalam menggunakan pakaian. Dengan pemanfaatan *YouTube* sebagai media pencarian informasi inilah mnjadikan peneliti ingin mengkaji lebih lanjut mengenai pemenuhan kebutuhan informasi pada warganet.

Peneliti memilih tayangan *YouTube* Sorabel sebagai bahan untuk diteliti karena di era digital saat ini *YouTube* sedang menjadi media sosial paling aktif ketiga di dunia yang digunakan masyarakat Indonesia untuk menggali informasi, dan karena dalam dunia *fashion* saat ini sedang *trend* di kalangan wanita, maka peneliti tertarik untuk menjadikan Sorabel sebagai penelitian karena dalam salah satu konten tayangan Sorabel yang memiliki penonton paling banyak dan memberikan manfaat hingga masa kini dalam menentukan *fashion* yang sudah banyak dikenal kalangan wanita.

B. Metodologi Penelitian

Menurut Bungin (2017) pada bukunya yang berjudul "Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi" menjelaskan “Paradigma positivisme merupakan paradigma yang bebas nilai serta miliki penilaian yang subjektif yang mana melihat suatu fenomena sesuai hal yang tampak”. Karena itu, sesuai dari tujuan penelitian ini yaitu mencari hubungan sebab-akibat maka paradigma positivisme dipakai di studi ini.

Peneliti memakai metode korelasional, yaitu suatu metode guna mengkaji serta memeriksa sejauh mana variasi suatu faktor berhubungan bersama faktor lainnya (Rakhmat, 2016: 70). Metode ini digunakan peneliti guna melihat kaitan diantara variabel bebas (X) serta variabel terikat (Y) pada studi ini, yaitu variabel X: tayangan *YouTube* Sorabel dengan variabel Y: pemenuhan kebutuhan informasi warganet.

Populasi pada studi ini ialah warganet yang menonton dan berkomentar pada tayangan *YouTube* Sorabel yang berjudul "Tips Jitu Padu Padan Warna Pakaian" yang berjumlah 500 orang. Peneliti meneliti apakah ada hubungan antara hubungan tayangan *YouTube* Sorabel dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet.

Dalam penelitian ini tidak memungkinkan untuk mendapatkan hasil 100% sempurna maka tingkat kebenaran pada sampel yakni sebesar 90%. Untuk mengetahui berapa banyak jumlah sampel yang dibutuhkan maka pada penelitian ini peneliti memakai Rumus Slovin:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

n = Jumlah elemen/anggota sampel

N = Jumlah elemen/anggota populasi

e = *Error level* (tingkat kesalahan)

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tingkat kesalahan sebesar 10%. Apabila dilakukan perhitungan menggunakan rumus, maka jumlah sampel yang diperoleh adalah:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 \times (0.1)^2}$$

$$n = \frac{500}{1 + 500 \times 0.01} = \frac{500}{6} \quad n = 83,33$$

$$n = 83$$

Dari perhitungan Rumus Slovin diatas maka dapat disimpulkan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini sebanyak 83,33 responden yang peneliti bulatkan menjadi 83 responden.

Pada studi ini, teknik pengumpulan data yang dipakai ialah:

1. Kuesioner

Teknik pengumpulan data yang dilaksanakan lewat cara memberikan sekumpulan pertanyaan atau penjelasan yang tersusun pada responden guna mendapatkan jawaban. "Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang efektif bila peneliti mengetahui secara pasti variabel apa yang sedang diukur dan apa yang secara umum dapat diharapkan oleh responden" (Iskandar, 2008:77).

2. Studi Kepustakaan

"Studi kepustakaan yang berkaitan dengan penelitian teoritis dan berbagai referensi yang mengenai nilai, budaya, dan norma yang terbentuk dalam konteks sosial yang diteliti, studi kepustakaan ini sangat penting untuk dijadikan pedoman penelitian karena penelitian tidak dapat dipisahkan dari kepustakaan ilmiah" (Sugiyono, 2014 : 291).

3. Internet

Dalam kaitannya dengan bidang penelitian, Internet sudah jadi sarana guna memperoleh dan menyimpan data atau informasi yang didistribusikan pada server di seluruh dunia, dan bisa terakses serta dibaca oleh pengunjung Internet (*netter*) dengan cepat dan efisien tanpa hambatan. Pada akhirnya, "Internet adalah tempat yang penting bagi peneliti untuk memperoleh data tambahan sebanyak-banyaknya" (Umar, 2002).

Pada studi ini, peneliti menggunakan *YouTube* sebagai suatu media guna mencari informasi dan data yang diperlukan di penelitian ini.

Teknik analisis data disini dilakukan secara kuantitatif. Pemahaman teknik analisis data meliputi pengelolaan dan pengupasan data dari hasil survei untuk mendapatkan data guna melengkapi hasil survei. Dalam penelitian ini pengolahan data dengan *Coding*, atau pengkodean buku (*Coding Book*) dan lembaran (*Coding Sheet*) merupakan teknik yang dipakai guna menganalisis data.

Data dari penelitian ini kemudian dikumpulkan dan disusun secara sistematis dan dianalisis menggunakan Teknik Analisis Statistik Inferensial (Korelasi Pangkan *Spearman*).

Uji validitas untuk penelitian ini menggunakan teknik Rank *Spearman*. Menurut Sugiyono (2010), "Korelasi Rank *Spearman* dipakai guna temukan hubungan atau menguji signifikansi hipotesis asosiatif saat semua variabel terkait adalah ordinal dan sumber data antar variabel tidak harus sama".

Kriteria keputusan uji validitas yakni:

- Bila $r_s \geq 0,30$, maka setiap item pada pertanyaan dari kuesioner ialah valid.
- Bila $r_s < 0,30$, maka setiap item pada pertanyaan dari kuesioner ialah tidak valid.

Pengujian dilaksanakan lewat korelasikan skor item di tiap butir pernyataan dengan skor total kemudian menginterpretasikan koefisien korelasi yang diperoleh. Jika hubungan antara masing-masing elemen positif dan ukurannya lebih dari sama dengan 0,3 maka simpulannya instrumen memiliki validitas konstruksi yang baik.

Kegunaan uji reliabilitas oleh peneliti ialah guna memeriksa konsistensi objek dan data, dan untuk melihat apakah instrumen yang dipakai guna ukur objek serupa pada kesempatan yang berbeda hasilkan data yang serupa. Peneliti akan memakai metode koefisien Cronbach's Alpha yakni:

$$r = \frac{k}{(k-1)} \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_{t^2}} \right]$$

Keterangan :

a = kuadrat total jawaban per responden

b = kuadrat jawaban responden

c = total penjumlahan hasil dari a

r = Reliabilitas Instrumen

k = Jumlah Pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = Jumlah Varians Butir

Cara menghitung jumlah varians butir :

$$\sum \sigma_b^2 = \frac{b - \frac{\text{jumlah jawaban responden}^2}{\sum \text{responden}}}{\sum \text{responden}}$$

σ_{t^2} = total varians

Cara menghitung total varians :

$$\sigma_{t^2} = \frac{c - \frac{\text{total jumlah jawaban responden}^2}{\sum \text{responden}}}{\sum \text{responden}}$$

Kriteria keputusan uji reliabilitas sebagai berikut :

Jika $r > 0,60$, maka instrumen tersebut bersifat reliabel.

Jika $r < 0,60$, maka instrumen tersebut bersifat tidak reliabel.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hubungan antara Penggunaan Media (X) dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yang diuji menggunakan koefisien korelasi rank spearman.

Tabel 3.1 Hubungan Antara Penggunaan Media (X) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
Jenis Media dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0.553	5.973	1.990	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Tabel 3.1 menunjukkan angka koefisien $r = 0.553$. kemudian dari tabel tersebut dapat juga diketahui hasil pengujian signifikansi r, yaitu t_{hitung} = 5.973 yang lebih besar dari t_{tabel} = 1.990. hal ini berarti H₀ ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara tayangan youtube sorabel dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet.

Teori *uses and gratifications* milik Blumer dan Katz ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya, yang artinya, teori *uses and gratifications* ini mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2015:192).

Berdasarkan penjelasan teori diatas, dapat disimpulkan bahwa warganet memilih youtube sebagai media yang digunakan untuk mencari informasi. Karena khalayak atau warganet aktif memilih media mana yang mereka gunakan untuk mencari informasi seputar *fashion* dan media yang digunakan warganet adalah youtube. Dan channel youtube yang dipilih oleh warganet adalah channel youtube sorabel. Karena sorabel merupakan salah satu channel youtube yang memiliki kualitas dalam segi informasi dan cukup dipercaya oleh para wanita untuk memenuhi kebutuhan informasi mereka mengenai *fashion*.

Hubungan Antara Jenis Media (X1) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)
Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara jenis media dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yang diuji menggunakan koefisien korelasi rank spearman.

Tabel 3.2 Hubungan Antara Jenis Media (X1) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
Jenis Media dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0.418	4.141	1.990	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Tabel 3.2 menunjukkan angka koefisien $r = 0.418$. kemudian dari tabel tersebut dapat juga diketahui hasil pengujian signifikansi r , yaitu t hitung = 4.141 yang lebih besar dari t tabel = 1.990. hal ini berarti H_0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara jenis media dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif.

Jenis media tersebut diambil dari turunan dari teori *uses and gratifications* yang mana teori ini lebih mendekati manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai kebebasan otonomi wewenang untuk memperlakukan media. Menurut teori ini konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan media mana dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya. Jenis media yang digunakan warganet dalam memenuhi kebutuhan informasi mereka yaitu jenis media *audio visual*.

Dalam jenis media yang dipilih warganet ialah media *audio visual* youtube dengan channel youtube sorabel, karena media *audio visual* menggunakan dua indera yaitu penglihatan dan pendengaran sehingga lebih menarik untuk dilihat juga di dengar dan juga mudah dipahami oleh warganet yang menontonnya. Dengan alasan tersebut maka pemenuhan kebutuhan informasi warganet dapat terpenuhi.

Hubungan Antara Isi Media (X2) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara isi media dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yang diuji menggunakan koefisien korelasi rank spearman.

Tabel 3.3 Hubungan Antara Isi Media (X2) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
Isi Media dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0.452	4.560	1.990	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Tabel 3.3 menunjukkan angka koefisien $r = 0.452$. kemudian dari tabel tersebut dapat juga diketahui hasil pengujian signifikansi r , yaitu t hitung = 4.560 yang lebih besar dari t tabel = 1.990. hal ini berarti H_0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara isi media dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif.

Isi media tersebut diambil dari turunan teori *uses and gratifications* yang mana teori ini lebih mendekati manusiawi dalam melihat media massa. Artinya manusia mempunyai kebebasan otonomi wewenang untuk memperlakukan media. Menurut teori ini konsumen media mempunyai kebebasan untuk memutuskan media mana dan bagaimana media itu akan berdampak pada dirinya.

Dalam penelitian ini isi media merupakan komponen dari berita dan opini. Menurut Kusumaningrat (2005) karakteristik berita yaitu aktual, faktual, penting, menarik, impact, konflik. Setiap opini mencerminkan suatu organisasi yang kompleks dari tiga komponen, yaitu pengharapan (ekspektasi), keyakinan, dan nilai-nilai (Riswandi, 2009). Warganet berpendapat bahwa tayangan youtube sorabel cukup aktual, faktual, penting, menarik dan terdapat impact dalam memberikan informasi. Menurut warganet, tayangan youtube sorabel juga sesuai dengan ekspektasi, keyakinan, dan nilai-nilai warganet dalam memenuhi kebutuhannya.

Hubungan Antara Terpaan Media (X3) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara terpaan media dengan pemenuhan kebutuhan informasi, yang diuji menggunakan koefisien korelasi rank spearman.

Tabel 3.4 Hubungan Antara Terpaan Media (X3) Dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Variabel	Rs	t _{hitung}	t _{tabel}	Kesimpulan	Keterangan	Tingkat Keeratan
Terpaan Media dengan Pemenuhan Kebutuhan Informasi	0.569	6.227	1.990	H ₀ ditolak	Signifikan	Hubungan yang cukup berarti

Sumber : Hasil Pengolahan Data Penelitian

Tabel 3.4 menunjukkan angka koefisien $r = 0.569$. kemudian dari tabel tersebut dapat juga diketahui hasil pengujian signifikansi r , yaitu t hitung = 6.227 yang lebih besar dari t tabel = 1.990. hal ini berarti H_0 ditolak.

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang cukup berarti antara terpaan media dengan pemenuhan kebutuhan informasi kognitif.

Menurut Rosengren (1974) penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media, media yang dikonsumsi atau dengan media secara keseluruhan (dalam Rakhmat, 2016: 66). Selain itu, terpaan media dapat diukur melalui

frekuensi, durasi, dan atensi dari individu. Frekuensi yang digunakan dalam penelitian ini seberapa sering warganet menggunakan *YouTube* dan seberapa sering warganet menonton tayangan *YouTube* Sorabel. Durasi dalam penelitian ini seberapa lama warganet menonton tayangan youtube sorabel. Sedangkan maksud atensi atau perhatian dalam penelitian ini adalah proses penalaran informasi yang didapatkan setelah menonton tayangan tersebut dengan panca indera.

Terpaan media diturunkan meliputi frekuensi, durasi dan atensi. Frekuensi maksudnya seberapa sering responden menonton tayangan youtube sorabel, beberapa warganet menonton tayangan youtube sorabel 2-4 kali dalam sehari, dan sebagian lagi kurang dari 2-4 kali sehari atau lebih dari 2-4 kali sehari. Durasi yaitu seberapa lama responden menonton tayangan youtube sorabel, beberapa warganet menonton tayangan youtube sorabel selama 30-60 menit dan sebagian lagi kurang atau lebih dari 30-60 menit. Dan atensi maksudnya proses penalaran responden melalui panca indera yaitu keseriusan responden dalam menonton tayangan youtube sorabel. Beberapa warganet cukup serius dan konsentrasi ketika menonton tayangan youtube sorabel dan sebagian lagi tidak.

D. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara jenis media pada tayangan *YouTube* Sorabel dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet, artinya warganet memilih media *audio visual* youtube yaitu channel youtube sorabel sebagai pemenuh kebutuhan informasi kognitifnya karena media *audio visual* menggunakan dua indera yaitu penglihatan dan pendengaran sehingga lebih menarik untuk dilihat juga di dengar serta mudah dipahami oleh warganet yang menontonnya.
2. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara isi media pada tayangan *YouTube* Sorabel dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet, yang artinya warganet setuju bahwa isi media dalam tayangan youtube sorabel termasuk ke dalam penurunan karakteristik berita dan opini yaitu aktual, faktual, penting, menarik, memiliki *impact*, ekspektasi, keyakinan, dan nilai-nilai yang dapat memenuhi kebutuhan kognitif warganet.
3. Terdapat hubungan yang cukup berarti antara terpaan media pada tayangan *YouTube* Sorabel dengan pemenuhan kebutuhan informasi warganet, artinya terpaan media dalam tayangan youtube sorabel yang meliputi frekuensi, durasi, dan atensi dapat memenuhi kebutuhan kognitif warganet.

Acknowledge

Penulis memberikan ucapan terimakasih kepada dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan artikel ilmiah ini dan terimakasih kepada Universitas Islam Bandung Fakultas Ilmu Komunikasi Bidang Kajian Public Relations atas pelaksanaan kegiatan ini sebagai syarat kelulusan.

Daftar Pustaka

- [1] Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya. Edisi Kedua. Jakarta: Kencana.
- [2] Iskandar. 2008. Metodologi Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif). Jakarta: GP Press.
- [3] Kusumaningrat, Hikmat. 2005. Jurnalistik: Teori dan Praktik. Bandung: Remaja Rosya Karya.
- [4] Nurudin. 2015. Pengantar Komunikasi Massa. Jakarta: Rajawali Pers.
- [5] Rakhmat, Jalaluddin. 2016. Metode Penelitian Komunikasi. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- [6] Riswandi, 2009. Ilmu Komunikasi. Jakarta: Graha Ilmu.
- [7] Sugiyono. 2010. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

- [8] Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- [9] Umar, Husein. 2002. *Metodologi Riset Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama.
- [10] Althafariq Ramadhan, Muhammad, Chatamallah, Maman. (2022). Strategi Komunikasi Pemasaran X. *Jurnal Riset Public Relations*, 2(1), 19 - 22
- [11] Yulianita, N., Wiwitan, T., Kurniadi, O., & Setiawan, E. (2022, April). Social Media in the Context of Online Business Communication. In *4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021)* (pp. 380-384). Atlantis Press.
- [12] "Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2022", <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022>. Tanggal akses 10 Mei 2022, pk. 13.32 WIB.