

**TINGKAT KEGUNAAN REPUBLIKA ONLINE DI KANAL  
HIKMAH DALAM MENINGKATKAN PEMAHAMAN ISLAM  
MAHASISWA**



**OLEH:**

**Misyailni Rafidawati, M.Sos  
Dwi Desi Uryatul Jannah, M.Sos.  
Jami'atus Sholeha, M.Sos  
Yogi Pangestu Satrio.  
Ikrima Amanatus Zahro**

**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN MASYARAKAT  
(LP2M)  
INSTITUT AGAMA ISLAM DARUL A'MAL LAMPUNG  
2022**

## HALAMAN PENGESAHAN

- A. Judul Program : *Tingkat Kegunaan Republika Online di Kanal Hikmah Dalam Meningkatkan Pemahaman Islam Mahasiswa*
- B. Jenis program : Penelitian
- C. Sifat kegiatan : Terprogram
- D. Identitas pelaksana
1. Ketua  
Nama : **Misyailni Rafidawati, M.Sos / Ketua**  
NIDN : 21041090003  
Pangkat/ golongan : Tenaga Pengajar  
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
  2. Anggota 1  
Nama : **Dwi Desi Uryatul Jannah, M.Sos.**  
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
  3. Anggota 2  
Nama : **Jami'atus Sholeha, M.Sos**  
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
  4. Anggota 3  
Nama : **Yogi Pangestu Satrio**  
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
  5. Anggota 4  
Nama : **Ikrima Amanatus Zahro.**  
Alamat kantor : Jl. Pesantren Mulyojati 16B Kec. Metro Barat Kota Metro
- E. Biaya yang diperlukan : Rp.10. 000.000 (Sepuluh juta rupiah)
- F. Lama kegiatan : 1 bulan



Mengetahui  
Kepala Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
Kepada Masyarakat

Imroatul Muhawaroh, M. Pd  
NIDN : 2109058901

## PERNYATAAN KEASLIAN DAN KEORISINILAN

Dengan ini saya sebagai ketua peneliti:

Nama : Misyailni Rafidawati, M.Sos.

NIDN : 2102089801

Menyatakan bahwa penelitian ini adalah orisinal yang belum diteliti sebelumnya dan naskah penelitian ini secara keseluruhan adalah asli penelitian/ karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang di rujuk sumbernya.

Metro, 9 Mei 2022

Saya yang menyatakan,



Misyailni Rafidawati, M.Sos.

NIDN. 2102089801

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kami panjatkan ke hadapan Allah swt., yang telah melimpahkan rahmat dan hidayahnya sehingga penelitian kolektif dosen dan mahasiswa tentang *Tingkat Kegunaan Republika Online di Kanal Hikmah Dalam Meningkatkan Pemahaman Islam Mahasiswa* ini berjalan lancar.

Pada kesempatan ini kami mengucapkan terima kasih sebesar-besarnya kepada berbagai pihak yang telah berpartisipasi dan men-support selama penelitian ini dilaksanakan. secara khusus peneliti menyampaikan terima kasih kepada:

1. Kementerian Agama Republik Indonesia
2. Kopertais wilayah XV Lampung
3. Dekan Fakultas Dakwah (FD) IAI Darul A'mal Lampung
4. Kepala Pusat Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung.
5. Semua pihak yang terlibat aktif dalam proses penelitian ini.

Semoga semua dukungan dan kontribusi mereka bermanfaat bagi umat dan mendapatkan balasan yang sesuai dari Allah swt. Kami berharap, kedepan kerja sama dan kontribusi serta dorongan tersebut semakin meningkat, sehingga akan meningkatkan kualitas dan kuantitas penelitian di lingkungan Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung.

Semoga penelitian ini dapat menjadi sumbangan yang bermanfaat bagi pembangunan iklim akademik yang kondusif di Masyarakat IAI Darul A'mal Lampung. Lebih dari itu, penelitian ini kiranya menjadi kontribusi positif bagi terciptanya sumber daya manusia yang mumpuni untuk membangun bangsa dan agama.

Peneliti mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif guna perbaikan dan penyempurnaan untuk penelitian-penelitian berikutnya.

Metro, 9 Mei 2022

Ketua tim peneliti,



**Misyailmi Rafidawati, M.Sos.**

NIDN. 2102089801

## ABSTRAK

Kecepatan informasi disaat ini menandakan bahwa masyarakat membutuhkan informasi di kehidupan sehari-harinya. Media sebagai tempat bagi khalayak untuk mendapatkan informasi memiliki peran penting. Media dengan adanya konvergensi kearah digital menjadi media *online* memudahkan khalayak untuk mendapatkan informasi. Sayangnya media *online* umumnya saat ini hanya memberikan informasi mengenai gaya hidup, politik, ekonomi, olahraga dan lainlain tanpa memasukkan unsur keagamaan. Informasi mengenai Islam memiliki banyak manfaat bagi umat muslim khususnya, karena bukan hanya mendapatkan pengetahuan tetapi bisa menambah keimanan seseorang. Republika *Online* salah satunya yang memiliki perbedaan dengan media *online* lainnya, yaitu dengan adanya kanal atau rubrik Islam. Kanal tersebut adalah kanal Hikmah, dimana dalamnya terdapat informasi mengenai Islam seperti tentang Islam dikehidupan sehari-hari, fiqh dan teladan rasul. Apa sajakah faktor-faktor yang memengaruhi keefektivitasan Kanal Hikmah pada Republika *Online* untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung?. Efektifkah kanal Hikmah pada Republika *Online* untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah?. Suatu hal dikatakan efektif apabila hal tersebut sudah tercapai tujuannya. Tercapainya suatu tujuan dapat dilihat bagaimana media menyampaikan berita atau informasi nya kepada khalayak dan bagaimana efek dari berita atau informasinya tersebut yang dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan konatif. Penelitian ini dilakukan di Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung, untuk mengetahui keefektivitasan kanal Hikmah mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi dijadikan responden. Penelitian ini menggunakan metode survei dengan desain deskriptif. Penelitian ini menggunakan metodologi dengan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*. Pengumpulan data menggunakan instrumen berbentuk kuesioner. Untuk menganalisis data, peneliti menggunakan teknik kuantitatif dengan rumus rata-rata atau *mean*, *standar deviasi*, dan pengkategoriannya. Penelitian ini didahului dengan melakukan uji validitas dan uji realibilitas. Berdasarkan hasil penelitian yang didapat bahwa faktor-faktor keefektivitasan Republika *Online* dilihat dari tata bahasa, isi berita, gaya tampilan, dan gaya penulisan. Mahasiswa FD menilai keefektivitasan kanal Hikmah dengan nilai *mean* 119,56 dan *standar deviasi* 12,81. Dan kategori efektivitas kanal Hikmah termasuk kedalam kategori sedang dengan frekuensi 37 dan presentase 74%.

**Kata Kunci** : Efektivitas, Online , Mahasiswa

## DAFTAR ISI

Halaman Sampul .....	i
Halaman Pengesahan .....	ii
Pernyataan Keaslian .....	iii
Kata Pengantar .....	iv
Abstrak .....	v
Daftar Isi .....	vi
A. Pendahuluan .....	114
B. Tinjauan Pustaka .....	117
C. Metode Penelitian .....	128
D. Hasil Penelitian .....	137
E. Penutup .....	148
Daftar Pustaka	

## A. Latar Belakang

Kehadiran teknologi tidak memberikan pengaruh sangat besar dalam kehidupan manusia. Manusia menggunakan teknologi dan dikelilingi teknologi hampir dalam setiap gerak kehidupannya. Pada pagi hari, banyak orang ketika bangun tidur hal yang utama dia lakukan adalah menyalakan handphone atau komputer untuk memeriksa pesan yang masuk. Manusia menggunakan teknologi ketika melakukan aktivitasnya sepanjang hari dan bahkan menjelang tidur.

Media sebagai wadah untuk masyarakat baik mendapatkan atau menyalurkan informasi berkembang dengan adanya teknologi. Menurut McLuhan, teknologi media telah menciptakan revolusi di tengah masyarakat karena masyarakat sudah sangat bergantung kepada teknologi dan tatanan masyarakat terbentuk berdasarkan pada kemampuan masyarakat menggunakan teknologi

Banyak media massa yang kita kenal sekarang ini sedang mengalami konvergensi ke format digital. Hal tersebut dikarenakan adanya teknologi baru yang disebut internet. Internet sebagai teknologi baru yang membawa kemudahan dan kecepatan dalam membantu manusia dalam kegiatan sehari-hari. Internet adalah jaringan kabel dan telepon satelit yang menghubungkan komputer. Konvergensi teknologi ini dipicu oleh percepatan miniaturisasi peralatan canggih dan kemampuan untuk mengompres data menjadi bit digital yang kecil hingga mudah disimpan dan ditransmisikan .

Dengan adanya teknologi berupa internet telah membawa perubahan pada media menjadi media online. Media online menjadikan individu lebih cepat dan mudah untuk mendapatkan informasi. Hanya dengan mengklik informasi yang kita inginkan maka seketika itulah kita mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Kemudahan yang diberikan media online seperti mengakses berita dimana saja, kecepatan berita yang didapat, dan lebih praktis dalam hal biaya membuat masyarakat mulai berpindah dari media konvensional seperti koran atau majalah ke media-media online.

Media massa saat ini khususnya media online lebih cenderung kepada informasi-informasi yang lebih kepada gaya hidup, entertainment, politik dan ekonomi tanpa memasukan unsur keagamaan. Sedangkan Indonesia merupakan negara Islam terbesar di dunia, perlu adanya informasi mengenai dunia Islam untuk menambah pengetahuan mengenai Islam. Sebagai media dengan ideologi Islam Republika Online membuat suatu perbedaan dan sekaligus menjadi kelebihan dari media online lainnya yaitu terdapatnya kanal atau rubrik Islam dengan nama kanal Hikmah.

Kanal Hikmah yang menyajikan berbagai informasi khususnya informasi mengenai Islam membuat masyarakat khususnya mahasiswa dapat lebih mengetahui tentang dunia Islam. Baik tentang teladan rasul, makna di balik Al-Qur'an ataupun Sunnah yang dapat berguna bagi kehidupan bermasyarakat. Contohnya jika seseorang yang membaca mengenai teladan rasul-Nya saat di beri berbagai macam cobaan dari Allah SWT dan dengan begitu sabarnya beliau mampu untuk tetap sabar dan ikhlas dalam menjalani cobaan tersebut. Hal tersebut dapat menjadi contoh bagi mahasiswa yang tengah mengalami berbagai cobaan untuk terus berusaha sabar dan ikhlas seperti rasulullah.

Masyarakat Indonesia yang sebagian besarnya adalah umat Islam memerlukan informasi lebih tentang dunia Islam, media online yang memberikan banyak kemudahan banyak di pilih untuk memuaskan kebutuhan akan informasi Islam khususnya. Republika Online di pilih karena dalam kanalnya terdapat kanal mengenai Islam yang tidak ada di media online lainnya. Pilihan tersebut didasarkan akan kebutuhan khalayak untuk memenuhi kepuasaannya akan informasi mengenai Islam.

## **1. Pembatasan dan Perumusan Masalah**

### **a. Pembatasan Masalah**

Pada penelitian ini, penulis memberikan batasan permasalahan yang akan dipaparkan dengan tujuan agar terhindar dari terjadinya perluasan materi yang akan dibahas dan mengingat keterbatasan penulis dalam hal ilmu pengetahuan, waktu, dana, dan tenaga serta demi terfokusnya pikiran. Maka penulis perlu untuk memberikan batasan masalah yaitu pada efektivitas Republika Online pada kanal Hikmah yang dibatasi pada edisi bulan April 2014 karena pada edisi ini lebih banyak menampilkan berita-berita mengenai Islam yaitu sekitar 25 artikel dibandingkan dengan edisi bulan-bulan sebelumnya ditahun 2014. Dan yang akan penulis teliti adalah mahasiswa Fakultas Dakwah tahun angkatan 2022, mahasiswa FD dipilih karena selain mahasiswa FD merupakan bagian dari akademis yang sedang mempelajari komunikasi, mahasiswa FD juga mudah untuk ditemui, karena masih berada dalam ruang lingkup lingkungan penelitian.

### **b. Perumusan Masalah**

Dari pembatasan masalah diatas, maka peneliti merumuskan masalah sebagai berikut:

- 1) Apa sajakah faktor-faktor yang memengaruhi keefektivitasan Kanal Hikmah pada Republika Online untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung ?
- 2) Efektifkah kanal Hikmah pada Republika Online untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah?

## **2. Tujuan Penelitian dan Manfaat penelitian**

### **a. Tujuan penelitian**

- 1) Untuk mengetahui apa saja faktor-faktor yang memengaruhi keefektivitasan Kanal Hikmah pada Republika Online untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung
- 2) Untuk mengetahui efektifkah kanal Hikmah pada Republika Online untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah.

### **b. Manfaat penelitian**

- 1) Manfaat Akademis



Untuk menambah khazanah keilmuan bagi mahasiswa Fakultas Dakwah mengenai efektivitas new media.

2) Manfaat Praktis

Untuk menjadi bahan masukan bagi perusahaan media online khususnya Republika Online, untuk meningkatkan pengelolaannya dalam menyampaikan berita kepada khalayak.

## B. Kajian Pustaka

### 1. Konsep Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer mendefinisikan efektivitas sebagai ketetapan penggunaan, hasil guna atau menunjang tujuan. Efektivitas adalah suatu ukuran yang menyatakan seberapa jauh target (kuantitas, kualitas dan waktu) telah tercapai. Dimana makin besar presentase target yang di capai, makin tinggi efektivitasnya .

Efektivitas merupakan gambaran tingkat keberhasilan atau keunggulan dalam mencapai sasaran yang lebih ditetapkan dan adanya keterkaitan antara nilai-nilai yang bervariasi. Efektivitas berkaitan dengan kepentingan orang banyak, Efektivitas merupakan penilaian hasil pengukuran dalam arti tercapainya tujuan yang telah di tetapkan sebelumnya. Efektivitas perlu di perhatikan sebab mempunyai efek yang besar terhadap kepentingan orang banyak .

Mengukur efektivitas media bukanlah suatu hal yang sederhana, karena efektivitas dapat dikaji dari berbagai sudut pandang dan tergantung pada siapa yang menilai serta menginterpretasikannya. Adapun yang perlu diperhatikan untuk tercapainya suatu tujuan bagi media massa antara lain:

#### a. Isi Berita

Berita adalah informasi atau laporan yang menarik perhatian masyarakat konsumen, berdasarkan fakta, berupa kejadian atau ide (pendapat), disusun sedemikian rupa dan disebarakan media massa dalam waktu secepatnya . Dari ketentuan yang ditetapkan oleh Kode Etik Jurnalistik yaitu wartawan Indonesia menyajikan berita secara berimbang dan adil, mengutamakan kecermatan dan ketepatan, serta tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri. Tulisan berisi interpretasi dan opini wartawan agar disajikan dengan menggunakan nama jelas penulisnya. Ketentuan itu menjadi jelas bahwa berita pertama-tama harus cermat dan tepat atau dalam bahasa jurnalistik harus akurat. Selain cermat dan tepat, berita juga harus lengkap (*complete*), adil (*fair*) dan berimbang (*balanced*). Kemudian berita pun harus tidak mencampurkan fakta dan opini sendiri atau dalam bahasa akademis disebut objektif. Dan yang merupakan syarat praktis tentang penulisan berita, tentu saja berita itu harus ringkas (*concise*), jelas (*clear*) dan hangat (*current*) .

Sifat-sifat istimewa berita ini sudah terbentuk sedemikian kuatnya sehingga sifat-sifat ini bukan saja menentukan bentuk-bentuk khas praktik pemberitaan tetapi juga berlaku sebagai pedoman dalam menyajikan dan menilai layak tidaknya suatu berita untuk dimuat .

#### 1) Berita harus akurat

Kehati-hatian dimulai dari kecermatan terhadap ejaan nama, angka, tanggal dan usia, keterangan dan fakta yang ditemui. Tidak hanya itu, akurasi juga berarti benar dalam memberikan kesan umum, benar dalam sudut pandang pemberitaan yang dicapai oleh penyajian detail-detail fakta dan oleh tekanan yang diberikan kepada fakta-faktanya.

2) Berita harus lengkap, adil dan berimbang

Yang dimaksudkan dengan sikap adil dan berimbang adalah bahwa seorang wartawan harus melaporkan apa sesungguhnya yang terjadi. Unsur adil dan berimbang dalam berita mungkin sama sulitnya untuk dicapai seperti juga keakuratan dalam menyajikan fakta. Selaku wakil dari pembaca atau pendengar berita, seorang wartawan harus senantiasa berusaha untuk menempatkan setiap fakta atau kumpulan fakta-fakta menurut proporsinya yang wajar, untuk mengaitkannya secara berarti dengan unsur-unsur lain, dan untuk membangun segi pentingnya dengan berita secara keseluruhan.

3) Berita harus objektif

Berita yang objektif artinya berita yang dibuat itu selaras dengan kenyataan, tidak berat sebelah, dan bebas dari prasangka. Dalam pengertian objektif ini, termasuk pula keharusan wartawan menulis dalam konteks peristiwa secara keseluruhan, tidak dipotong-potong oleh kecenderungan subjektif.

4) Berita harus ringkas dan jelas

Berita yang disajikan haruslah dapat dicerna dengan cepat. Ini artinya suatu tulisan yang ringkas, jelas dan sederhana. Tulisan berita harus tidak banyak menggunakan kata-kata, harus langsung dan padu.

5) Berita harus hangat

Berita adalah padanan kata News dalam bahasa Inggris. Kata News itu sendiri menunjukkan adanya unsur waktu, apa yang new, apa yang baru, yaitu lawan dari lama. Berita memang selalu baru dan selalu hangat.

Sebuah berita juga harus mengandung nilai-nilai seperti kedekatan (Proximity), orang penting dan ketertarikan manusiawi) .

1) Kedekatan (Proximity)

News is nearby. Berita adalah kedekatan. Kedekatan mengandung dua arti, kedekatan geografis dan kedekatan psikologis. Kedekatan geografis menunjuk pada suatu peristiwa atau berita yang terjadi disekitar tempat tinggal kita. Semakin dekat suatu peristiwa yang terjadi dengan domisili kita, maka akan semakin tertarik kita untuk menyimak atau mengikutinya. Kedekatan psikologis lebih banyak ditentukan oleh tingkat keterikatan pikiran, perasaan atau kejiwaan seseorang dengan suatu objek peristiwa atau berita.

2) Orang penting

News is about people. Berita adalah tentang orang-orang penting, orang-orang ternama, pesohor, atau figur publik. Orang-orang penting, orang-orang terkemuka, dimanapun selalu membuat berita. Jangankan ucapan dan tingkah lakunya, namanya saja sudah membuat berita.

3) Ketertarikan manusiawi

News is interesting. Apa saja yang dinilai mengundang minat insan, menimbulkan ketertarikan manusiawi, mengembangkan hasrat dan naluri ingin tahu dapat digolongkan kedalam cerita human interest.

#### b. Gaya Tampilan

Sebagaimana pengemudi butuh peta saat melakukan perjalanan panjang, demikian pula pembaca perlu petunjuk untuk memahami informasi yang disajikan di koran. Jika cara penyajian isi koran tidak dibuat dengan baik, maka tidak akan banyak pembaca yang tertarik membaca isi koran. Gaya tampilan atau layout adalah mitra yang tak terpisahkan bagi penulis, editor dan fotografer. Tulisan yang bagus perlu dibaca, foto yang bagus pantas dilihat. Maka dari itu diperlukan tampilan yang menarik bagi khalayak untuk dapat dibaca.

Gaya tampilan harus memiliki keseimbangan yaitu segala sesuatunya tampil dengan ukuran yang sama, hal ini menciptakan desain yang membuat tampilan dari setiap elemen desain menjadi tidak mengganggu. Jika semua gambar diletakkan dibagian atas, maka halaman akan tampak berat di atas. Masalah yang sama juga muncul jika semua gambar berada dibagian bawah, kiri atau kanan halaman. Visual atau gambar yang besar di atas harus diseimbangkan dengan visual dibagian bawah. Tifografi yang teratur dan rapih serta ukuran-ukuran headline yang pas dengan keseluruhan desain halaman .

#### c. Gaya Penulisan

Unsur-unsur tercapainya penulisan yang efektif adalah sebagai berikut :

##### 1) Kecermatan dalam pemberitaan

Suatu berita berisikan mengenai suatu fakta yang berhubungan dengan berita yang ditulis. Suatu berita juga tidak mengabaikan objektivitas dalam merancang efek-efek apa yang ingin dihasilkan oleh beritanya terhadap keadaan jiwa dan emosi pembaca. Tetapi, dalam konsep tentang objektivitas sangatlah penting terlebih dahulu di tetapkan apa yang sebenarnya dinyatakan oleh fakta-fakta dalam suatu berita.

##### 2) Organisasi dalam berita

Tanpa organisasi, tanpa susunan yang teratur, berita tidak akan efektif. Rancangan berita merumuskan hakekat dan sifat berita, dan selanjutnya menuntun pembaca mengikuti keteraturan susunannya.

##### 3) Hemat kata

Hemat kata sudah merupakan hukum dalam kehidupan jurnalistik, terlebih dalam masyarakat yang sudah semakin rumit seperti sekarang yang sudah kekurangan waktu untuk membaca berita-berita panjang. Tetapi tulisan yang ramping, hemat kata dan ringkas yang mencerminkan penulisan jurnalistik yang baik, tidak lah datang begitu saja. Hal ini memerlukan waktu, pikiran dan kemauan keras. Jadi, yang dimaksudkan dengan prinsip hemat dalam penulisan berita yaitu: katakanlah dengan

singkat, katakanlah dengan utuh dan jelas, buang lemaknya yang berlebihan, buang hiasan-hiasannya yang mengaburkan ketimbang menjelaskan, kemukakan maksud anda dan berhenti.

#### 4) Daya hidup, warna dan imajinasi

Dalam hal ini harus dihindari ketergesa-gesaan, ungkapan-ungkapan yang sudah sering digunakan, kurang tepatan dalam memilih kata, dan pemaparan yang bertele-tele. Sebaliknya harus digunakan semua seni menulis dengan maksud memberikan warna, gerak dan tenaga pada tulisan. Penggunaan kalimat aktif akan lebih mencerminkan gerak pada suatu tulisan dalam berita. Cara lain untuk menghidupkan tulisan adalah dengan jangan memilih suatu istilah hanya karena istilah tersebut berbeda atau menarik, carilah kata-kata yang sederhana, yang sudah biasa dipakai, jangan pergunakan kata-kata yang akademis, indah atau hanya diketahui oleh kalangan terbatas, ganti frasa dengan kata-kata, anak kalimat dengan frasa, jagalah agar kalimat tetap pendek, sederhana dan langsung serta carilah kata-kata kiasan yang memperjelas, tetapi jangan biarkan kalimat terlalu panjang dan janggal.

#### d. Tata bahasa

Tata bahasa adalah ketentuan-ketentuan dalam menyusun kata-kata dan kalimat-kalimat secara bersama-sama dalam suatu pola yang teratur dan dikenal. Aturan tata bahasa boleh disebut sebagai aturan lalulintas di Jalur Komunikasi. Bayangkanlah lalulintas di jalur jalan yang tidak diatur oleh peraturan lalulintas. Demikianlah keadaanya jika bahasa tidak diatur oleh tata bahasa. Dengan menggunakan Ejaan Bahasa Indonesia Yang

Disempurnakan dan penggunaan Kamus bahasa Indonesia. Dalam pedoman Ejaan Bahasa Indonesia Yang Disempurnakan, misalnya praktek atau praktik, analisa atau analisis, jadual atau jadwal, kualitas atau kualitas, kuantitas atau kuantitas dan sebagainya. Dan penggunaan Kamus bahasa Indonesia untuk mengetahui ejaan atau arti sebuah kata karena ejaan yang baku adalah ejaan yang ditulis sesuai yang ada di dalam kamus .

## 2. Efek kehadiran Media Massa

Efek yang disebabkan oleh kehadiran media massa kepada khalayak sebagai akibat dari perubahan psikologis. Efek-efek tersebut antara lain, yaitu efek kognitif, efek afektif dan efek konatif yang sering disebut juga efek behavioral.

#### a. Efek kognitif media massa

Informasi sebagai sesuatu yang mengurangi ketidakpastian atau mengurangi jumlah kemungkinan alternatif dalam situasi. Informasi yang didapatkan telah menstruktur atau mnegorganisasikan realitas, realitas adalah gambaran yang mempunyai makna . Gambaran tersebut lazim disebut dengan citra. Media massa bekerja untuk menyampaikan informasi. Bagi khalayak, informasi itu dapat membentuk, mempertahankan atau mendefinisikan citra. Dengan media massa kita memperoleh informasi tentang benda, orang atau tempat yang tidak kita alami secara langsung.

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga dengan informasi yang diberikan oleh media massa membuat khalayak yang semula tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi lebih jelas .

b. Efek afektif media massa

Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton acara televisi atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa itu bermacam-macam, senang sehingga tertawa terbahakbahak, sedih sehingga mencururkan air mata, takut sampai merinding, dan lain-lain misalnya: perasaan marah, benci, kesal, kecewa, penasaran, dan lain sebagainya .

Faktor-faktor yang memengaruhi rangsangan emosional pesan media antara lain, suasana emosional (mood), skema kognitif, suasana terpaan, predisposisi individual dan tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media massa .

1) Suasana emosional

Suasana emosional yang mendahului terpaan stimuli mewarnai respon khalayak pada stimuli itu. Dapat dikatakan bahwa respon khalayak pada film, sandiwara televis, atau surat kabar akan dipengaruhi oleh suasana emosional khalayak. Film-film sedih akan sangat mengharukan, setelah khalayak itu sendiri mengalami kekecewaan sebelumnya. Adegan-adegan lucu menyebabkan tertawa terbahakbahak bila khalayak menontonnya setelah mendapat keuntungan yang tidak disangka-sangka.

2) Skema kognitif

Ini adalah semacam naskah pada pikiran yang menjelaskan alur peristiwa. Dalam film tentang superhero kita mengetahui bahwa dalam film tersebut pemeran superhero akan menang pada akhirnya. Kesadaran bahwa sang pahlawan dalam kebanyakan cerita akan tetap hidup pada akhir cerita, cenderung memoderatkan goncangan emosional ketika sang pahlawan ditempatkan dalam situasi berbahaya dan menakutkan. Karena alasan inilah, kita mungkin sangat kecewa ketika kita mengetahui akhir cerita seorang pahlawan kalah oleh para penjahat.

3) Suasana terpaan

Anda akan sangat ketakutan menonton film horror bila Anda menontonnya sendirian di sebuah rumah tua, ketika hujan lebat, dan tiang-tiang rumah berderik. Begitu pula reaksi orang lain pada saat menonton akan memengaruhi emosi pada waktu memberikan respon. Ketakutan, juga emosi lainnya memang mudah menular.

4) Predisposisi individual

Mengacu pada karakteristik khas individu. Orang yang melankolis cenderung menanggapi tragedi lebih terharu daripada orang periang.

Sebaliknya orang periang akan lebih terhibur oleh adegan lucu. Misalnya, drama televisi yang melukiskan keluarga yang penuh sayang dan kehangatan terasa sangat menyakitkan bagi anak-anak yang tinggal di panti asuhan.

#### 5) Identifikasi khalayak

Dengan identifikasi penonton, pembaca atau pendengar menempatkan dirinya dalam posisi tokoh. Ia ikut merasakan apa yang dirasakan tokoh. Karena itu, ketika tokoh identifikasi itu kalah, ia juga kecewa, ketika tokoh identifikasi berhasil, ia ikut gembira. Mungkin juga kita menganggap seorang tokoh dalam televisi atau film sebagai lawan kita. Yang terjadi sekarang ialah disidentifikasi. Dalam posisi ini kita gembira bila tokoh disidentifikasi celaka dan jengkel bila ia berhasil. Semuanya ini menunjukkan bahwa makin tinggi identifikasi atau disidentifikasi kita dengan tokoh yang disajikan, makin besar intensitas emosional pada diri kita akibat terpaan pesan media massa.

#### c. Efek konatif media massa

Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka sebagaimana disinggung efek konatif sering disebut juga efek behavioral .

Efek konatif tidak langsung timbul sebagai akibat dari terpaan media massa, melainkan didahului oleh efek kognitif dan efek afektif. Dengan lain perkataan, timbulnya efek konatif setelah muncul kognitif dan efek afektif. Misalnya, seorang suami yang bertekad untuk berkeluarga dua anak saja merupakan efek konatif setelah ia menyaksikan fragmen TVRI, betapa bahagianya beranak dua, dan sebaliknya betapa repotnya beranak banyak.

### 3. Media Massa

#### a. Pengertian Media Massa

Kamus Besar Indonesia menjelaskan bahwa arti media adalah alat (sarana) komunikasi seperti Koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Kemudian, media massa merupakan sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas.

Istilah media massa memberikan gambaran mengenai alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, mulai dari skala terbatas hingga dapat mencapai dan melibatkan siapa saja dimasyarakat, dengan skala yang sangat luas. Istilah media massa mengacu kepada sejumlah media yang telah ada sejak puluhan tahun yang lalu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet dan lainlain .

Media massa kini tidak bisa lagi dipisahkan dari kehidupan masyarakat karena media massa, baik cetak maupun elektronik sudah menjadi kebutuhan hidup. Mulai dari kota hingga pedesaan, masyarakat memanfaatkan media massa untuk berbagai keperluan, sesuai dengan fungsi pers. Melalui media massa, masyarakat minimal mendapatkan beragam hiburan dan informasi

terbaru tentang berbagai hal yang terjadi diberbagai belahan dunia. Kalaupun terjadi pengecualian, ada masyarakat yang belum menikmati media massa mungkin hanya bagi masyarakat suku terasing saja.

Media massa yang kini digunakan masyarakat semakin beragam. Bila kita bicara media cetak, bisa berarti surat kabar, tabloid atau majalah. Bila kita bicara media elektronik, bisa berarti radio, televisi dan internet. Perkembangan teknologi sekarang ini sudah sedemikian maju. Bila dulu media massa hanya berbentuk media cetak, kini muncul media elektronik, baik radio, televisi maupun internet.

#### b. Peran Media Massa

Scramn menyebutkan, peran media massa dalam pembangunan nasional merupakan agen pembaharu. Peran yang dapat dilakukannya berupa pembentukan pendapat msyarakat (umum) dalam mempercepat proses peralihan kearah lebih baik. Utamanya, peralihan dari kebiasaan yang dapat menghambat pembangunan kesikap baru yang tanggap pada pembaharuan. Media massa merupakan salah satu sarana penyampaian informasi dan difusi inofasi .

Perkembangan media massa sebenarnya tidak terlepas dari ilmu komunikasi yang intinya menyampaikan pesan karena pada dasarnya, media massa berfungsi menyampaikan pesan kepada masyarakat luas. Lebih jauh dijelaskan, informasi yang disampaikan media massa lebih bersifat massal sehingga hanya dapat meningkatkan pengetahuan. Bila ingin mencapai tingkat dari itu, perlu ada lembaga atau orang-orang yang menindaklanjuti informasi media masa tersebut.

Media massa merupakan institusi yang berperan sebagai agent of change yang menjadi lembaga pelopor perubahan. Ini merupakan paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigma tersebut, media massa berperan sebagai berikut :

- 1) Institusi pencerahan masyarakat: melalui perannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dan menjadi masyarakat maju.
- 2) Media massa juga menjadi media informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka, jujur dan benar yang disampaikan media massa kepada masyarakat, akan menjadikan masyarakat kaya terhadap informasi, masyarakat menjadi dengan informasi. Sebaliknya pula masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat yang dapat menyampaikan informasi dengan jujur kepada media massa. Selain itu, dengan banyaknya informasi yang dimiliki masyarakat, menjadikan mereka sebagai masyarakat dunia yang dapat berpartisipasi dengan berbagai kemampuannya.
- 3) Media massa sebagai media hiburan. Sebagai agent of change, media massa juga menjadi institusi budaya: merupakan institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan dan kalatisator perkembangan budaya



masyarakat. Sebagai agen perubahan itu, media massa juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi kepentingan manusia bermoral dan masyarakat madani. Dengan demikian, media massa juga berperan mencegah berkembangnya budaya-budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakat.

#### 4. Media Online

##### a. Teknologi Di Media Massa

Teknologi pada dasarnya memiliki kontribusi dalam menciptakan keberagaman media. Inilah salah satu ciri dalam lingkungan media baru menurut Mc Namus bahwa ada pergeseran dari ketersediaan media yang dulu langka dengan akses yang juga terbatas menuju media yang melimpah. Teknologi juga memungkinkan industri media untuk memproduksi media yang lebih beragam, setidaknya kondisi ini bisa dilihat dari konvergensi media yang tidak hanya berada dalam bentuk cetak semata, tetapi juga khalayak bisa menemukan media yang sama dalam bentuk elektronik. Artinya, media saat ini tidak hanya banyak dari sisi jumlah, melainkan khalayak juga diberikan pilihan untuk

mengonsumsi melalui jenis-jenis medianya mulai dari cetak, audio, visual, audio-visual hingga online .

Perkembangan media online sejalan dengan makin merambahnya internet disetiap pelosok Indonesia, serta merebaknya handphone yang bisa dengan mudah mengakses internet. Beberapa perusahaan media massa yang mulai merambah online diantaranya kompas.com, vivanews.com, republika online dan masih banyak lagi, baik yang berupa forum online atau berformat seperti koran online. Televisi, radio dan media cetak dianggap sebagai media tradisional karena munculnya new media. Kemunculannya tidak bisa sama formatnya seperti media sebelumnya, karena formatnya menyesuaikan dengan template khas internet. Perpindahan kecenderungan minat baca media konvensional ke online ini memunculkan ciri khas yang baru dalam beberapa hal, seperti dalam penulisan, kecepatan up date berita, otoritas redaktur maupun editor, rutinitas penerbitan berita, maupun dalam hal interaksi dengan pembacanya. Sedangkan isu-isu yang di angkat dimedia online justru cenderung menjadi leader bagi media konvensional karena sifat up to date yang dimiliki oleh media online.

##### b. Perkembangan Media Online Di Indonesia

Catatan tentang media pertama yang hadir di internet jauh lebih pasti yaitu Republika Online ([www.Republika.co.id](http://www.Republika.co.id)) yang tayang perdana pada 17 Agustus 1994, satu tahun setelah Harian Republika terbit. Berikutnya, pada 1996 awak tempo yang “menganggur” karena majalah mereka dibredel rezim orde baru pada 1994 mendirikan tempointeraktif.com (sekarang [www.tempo.com](http://www.tempo.com)). Bisnis Indonesia juga meluncurkan situsnya pada 2 September 1996. Selanjutnya jauh dari Jakarta, pada 11 Juli 1997,

Harian Waspada di Sumatera Utara meluncurkan Waspada Online

([www.waspada.co.id](http://www.waspada.co.id)) . tak lama setelah Waspada Online, muncul Kompas Online ([www.kompas.com](http://www.kompas.com)) pada 22 Agustus 1997. Merekalah generasi pertama media online di Indonesia. Kontennya hanya memindahkan halaman edisi cetak ke internet, kecuali tempo interaktif yang tidak lagi memiliki edisi cetak. Pada tahun-tahun ini berita yang tayang di situs-situs media online itu bersifat statis. Internet pun belum begitu populer di tanah air. Selain itu, situs-situs berita itu belum beroreintasi bisnis .

Akhir 1990-an, dunia dilanda booming dotcom. Indonesia tak lepas dari pengaruh gelombang baru ini. Situs-situs lokal bermunculan satu per satu termasuk situs-situs berita. Beberapa situs berita yang lahir pada era ini antara lain [astaga.com](http://astaga.com), [satunet.com](http://satunet.com), [lippostar.com](http://lippostar.com), [kopitime.com](http://kopitime.com) dan [berpolitik.com](http://berpolitik.com). Diluar nama-nama itu, satu persatu media online terus bermunculan .

Euforia online di tanah air tidak bertahan lama. Kegairahan mediamedia online baru dengan kucuran dana besar dari para investornya rupanya tidak diimbangi dengan pertumbuhan bisnis yang baik. Memasuki tahun 2002, satu per satu media berguguran, tak mampu mengongkosi biaya operasional. Kopitime pun tak lama menikmati lantai bursa. Meski dilanda krisis, detik.com tetap bertahan meski harus melakukan pemutusan hubungan kerja terhadap sejumlah karyawannya. Dua media online lain yang juga bertahan dari krisis ialah [kompas.com](http://kompas.com) dan [tempointeraktif.com](http://tempointeraktif.com). dua terakhir ini tidak gugur karena ditopang kokoh oleh media induknya yang berbasis cetak.

Namun masalah dotcom kala itu belumlah dianggap sebagai kiamat. Masih ada sebersit optimise dari para pelaku media cetak untuk mempertahankan bahkan memunculkan versi online mereka. Kompas.com yang kala itu di branding sebagai Kompas Cyber Media atau KCM terus dipertahankan meski roda bisnis terasa berat berputar. [Republika.co.id](http://Republika.co.id) juga bertahan bahkan memperbaiki penampilannya pada 2003. Meski belum memiliki prospek bisnis, sejumlah media cetak pun masih mempertahankan situs mereka seperti [suarapembaruan.com](http://suarapembaruan.com),

[mediaindonesia.com](http://mediaindonesia.com) dan [bisnis.com](http://bisnis.com).

Prahara di sepanjang 2002 dan 2003 tak mengikis semangat juang para pemilik modal. Awal 2003, muncul [www.kapanlagi.com](http://www.kapanlagi.com) yang mengonsep sebuah situs hiburan yang tujuh tahun kemudian berkembang menjadi media hiburan terpopuler dijagat internet Indonesia .

Menjelang tahun 2004, prahara yang nyaris meluluhlantahkan bisnis dotcom di tanah air seperti terlupakan. Memasuki tahun 2006, grup PT Media Nisantara Citra (MNC) yang memiliki tiga stasiun televisi yaitu RCTI, Global TV, dan TPI yang kemudian berubah menjadi MNC menyiapkan situs [www.okezone.com](http://www.okezone.com) secara resmi diluncurkan pada 1 Maret 2007. Okezone menjadi penanda bangkitnya lagi kegairahan pada media online di Indonesia. Tak lama setelah okezone grup Bakrie tertarik untuk membuat media online dengan nama [vivanews.com](http://vivanews.com).

Selepas 2003, situs-situs berita yang mewarnai jagad maya tanah air tampil lebih atraktif. Seiring perkembangan teknologi internet yang hadir dengan web, situs-situs itu mulai membuka ruang terjadinya interaksi antar pembaca di situs mereka. Pembaca dapat memberikan komentar pada berita. Disediakan pula ruang diskusi dalam forum. Partisipasi pembaca diberi ruang lebih luas dalam layanan blogging .

## 5. Pengertian Kanal

Kanal atau biasa disebut di media cetak adalah rubrik. Perbedaannya hanya pada medianya saja. Jika kanal terdapat pada media online, sedangkan rubrik biasanya terdapat pada media cetak seperti koran atau majalah. Tetapi dalam pengertian tetap sama artinya. Rubrik adalah “Pers: kelompok karangan, tulisan atau berita yang digolongkan atas dasar aspek atau tema tertentu. Rubrik merupakan istilah Belanda yang berarti ruangan pada surat kabar, majalah, atau media cetak lainnya mengenai suatu aspek atau kegiatan dalam kehidupan dalam kehidupan masyarakat, misalnya rubrik wanita, rubrik olah raga, rubrik pendapat, rubrik pembaca, dan sebagainya.

## 6. Informasi Islam

Menurut sudut pandang dunia kepustakaan dan perpustakaan, informasi adalah suatu rekaman fenomena yang diamati, atau bisa juga berupa putusanputusan yang dibuat seseorang . Hasil kesaksian atau rekaman dari suatu peristiwa yang dilihat dan disaksikan adalah yang dimaksud dengan informasi. Jika suatu peristiwa atau fenomena tidak ada yang melihat dan menyaksikannya maka hal tersebut bukanlah sebuah informasi. Informasi itu sangat beragam, baik dalam jenis, tingkatan, maupun bentuknya. Dengan demikian fungsinya pun akan beragam pula karena akan bergantung pada manfaatnya bagi setiap orang yang kebutuhannya berbeda-beda.

Dengan banyaknya informasi yang kita ketahui maka semakin banyak juga ilmu pengetahuan yang kita miliki. Dengan adanya ilmu yang kita miliki maka makin tinggi pula derajat kita sebagai hamba Allah di mata –Nya. Sejak awal turunnya wahyu kepada Muhammad SAW (Al Qur’an), masalah ilmu merupakan pangkal perintah Allah kepada manusia. Perintah membaca merupakan kunci mencari dan mengulas ilmu pengetahuan.

أَقْرَأْ بِأَسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝ ۱ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۝ ۲ اقْرَأْ وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝ ۳

“ Bacalah dengan nama Tuhanmu yang menciptakan. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah. Bacalah dan Tuhanmu adalah Yang Maha Mulia.” (QS. 96:1-3)

Islam tidak mengenal sampai dimana batas ilmu pengetahuan yang dapat dicapai oleh seseorang, karena itu perintah untuk mencari ilmu pengetahuan pun tidak terbatas baik mengenai waktu maupun tempatnya.

Informasi khususnya mengenai Islam memiliki manfaat bagi umat muslim khususnya Mahasiswa. Di era modern saat ini dengan mengetahui informasi-informasi umum belumlah cukup tanpa mengetahui informasi tentang

agama. Dengan mengetahui tentang kisah-kisah perjuangan Nabi-nabi dalam menegakkan agama Allah, mengetahui tentang fiqh, keteladanan Nabi-nabi

## C. Metode Penelitian

### 1. Pendekatan Penelitian

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini berdasarkan pada pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian ini metode riset yang digunakan adalah metode survei. Penelitian metode survei adalah penelitian yang mengambil sampel dari satu populasi dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpulan data yang pokok

### 2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian survei deskriptif. Jenis survei deskriptif dimaksudkan untuk mengukur dengan cermat fenomena sosial tertentu. Adapun tahap-tahap dalam melakukan penelitian survei antara lain :

#### a. Planning Tahap 1:

- 1) Mengembangkan atau membuat hipotesa
- 2) Menetapkan jenis survei (Interview, telepon atau email)
- 3) Menulis pertanyaan atau questioner
- 4) Tentukan kategori jawaban

#### Tahap 2:

- 1) Merekam data
- 2) Pre-test instrument

#### Tahap 3:

- 1) Menetapkan target populasi
- 2) Kerangka sampel
- 3) Jumlah sampel
- 4) Memilih sampel

#### b. Data Collection:

- 1) Menghubungi responden
- 2) Interview langsung, lewat telepon atau dengan questioner
- 3) Recording

#### c. Data Analysis:

- 1) Entry data
- 2) Cek and ricek data
- 3) Analisis statistik data

#### d. Interpretasi Data

### 3. Ruang Lingkup Penelitian

Ruang lingkup penelitian mencakup dua objek kajian, adapun antara lain yaitu:

#### a. Subjek dan Objek Penelitian

Yang menjadi subjek penelitian ini adalah orang-orang yang menjadi sumber informasi yang relevan dengan objek yang diteliti, yakni mahasiswa Fakultas Dakwah tahun akademik 2022. Bagi peneliti, mahasiswa FD dijadikan sebagai subjek dalam penelitian, karena selain mahasiswa FD merupakan bagian dari akademis yang sedang mempelajari komunikasi, mahasiswa FD juga mudah untuk ditemui, karena masih berada dalam ruang lingkup lingkungan penelitian. Sedangkan objek penelitian adalah kanal Hikmah pada Republika Online untuk meningkatkan informasi mengenai Islam edisi April 2021 karena pada edisi ini lebih banyak menampilkan berita-beritanya yaitu sekitar 25 artikel dibandingkan dengan edisi bulan-bulan sebelumnya ditahun 2020.

#### b. Waktu dan Lokasi Penelitian

Penelitian dilaksanakan pada 2022-2023. Sebelum penelitian dimulai, penulis mengawali dengan observasi untuk menemukan permasalahan yang dihadapi.

**Tabel 1. Waktu Penelitian**

No	Keterangan	Bulan
1	Obervasi awal	Januari
2	Penyusunan skripsi	Februari-Mei
3	Penyusunan kuesioner	Mei
4	Penyebaran kuesioner	Juni
5	Analisis data	Juni
6	Penyusunan laporan penelitian	Juli

Penelitian ini dilaksanakan di Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung. Tempat penelitian ini di pilih karena subjek penelitian adalah mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung.

### 4. Populasi Dan Sampel

#### a. Populasi Penelitian

Populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit atau individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti .

Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa IAI Darul A'mal Lampung Fakultas Dakwah (FD) tahun akademik 2022-2023.

FD terdiri dari lima program studi yaitu Komunikasi Penyiaran Islam, .Dengan jumlah mahasiswa 1.321 orang .

## b. Sampel Penelitian

Sampel merupakan bagian dari populasi yang memiliki ciri-ciri atau keadaan tertentu yang akan diteliti. Atau, sampel dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi .

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan teknik simple random sampling, artinya sebuah sampel yang diambil sedemikian rupa sehingga tiap unit penelitian atau satuan elementer dari populasi mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel .

Penentuan sampel penelitian ini menggunakan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan: n = jumlah sampel yang dicari N= jumlah populasi e = nilai presisi (14%)

Berdasarkan rumus di atas kemudian diperoleh jumlah sampel sebagai berikut:

$$n = \frac{1.321}{1 + 1321(0,14)^2}$$

$$n = \frac{1.321}{1 + 25,8916}$$

$$n = \frac{1.321}{26,8916}$$

$$n = 49,1231 \text{ mendekati } 50$$

Jadi sampel yang akan digunakan oleh peneliti adalah 50 orang.

## 5. Variabel Penelitian

Dalam kaitannya dengan penelitian ini variabel yang digunakan adalah efektifitas Republika Online pada kanal Hikmah untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung.

### a. Definisi Operasional Variabel Penelitian

Dalam menentukan variabel penelitian, peneliti membagi menjadi dua yaitu:

#### 1) Variabel Independen

Variabel independen merupakan variabel yang memengaruhi variabel lain atau menghasilkan akibat pada variabel yang lain, yang pada umumnya berada dalam urutan tata waktu yang terjadi lebih dulu. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif merupakan variabel yang menjelaskan terjadinya fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya dilambangkan dengan variabel "X" . Dalam penelitian ini, yang menjadi variabel independenya yaitu efektifitas Republika Online pada

kanal Hikmah untuk meningkatkan informasi, faktor keefektivitasan dilihat dari:

- a. Isi berita
- b) Gaya tampilan
- c) Tata bahasa
- d) Gaya penulisan

## 2) Variabel Dependen

Variabel dependen merupakan variabel yang diakibatkan atau dipengaruhi oleh variabel independen. Keberadaan variabel ini dalam penelitian kuantitatif adalah sebagai variabel yang dijelaskan dalam fokus atau topik penelitian. Variabel ini biasanya dilambangkan dengan variabel “Y” . Dalam penelitian ini, variabel dependennya adalah meningkatnya informasi mengenai Islam bagi mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung, dengan sub variabel:

- a. Dari segi kognitif (pengetahuan).
- b. Dari segi afektif (perasaan).
- c. Dari segi konatif (tindakan).

## b. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian

Definisi operasional adalah definisi yang didasarkan atas sifat-sifat variabel yang di amati. Definisi operasional mencakup hal-hal penting dalam penelitian yang memerlukan penjelasan. Definisi operasional bersifat spesifik, rinci, tegas dan pasti yang menggambarkan karakteristik variabel-variabel penelitian . Sedangkan indikator digunakan untuk mengukur dari setiap dimensi-dimensi yang ada.

**Tabel 2. Definisi Operasional dan Indikator Penelitian**

<b>Variabel</b>	<b>Dimensi</b>	<b>Indikator-indikator</b>
Efektivitas Republika <i>Online</i> pada kanal Hikmah	Ketepatan kanal Hikmah dalam memberikan informasi.	a. Isi berita b. Tampilan c. Tata bahasa d. Gaya penulisan
Meningkatnya informasi mengenai Islam	Tercapainya tujuan.	a. Kognitif (Pengetahuan) b. Afektif (Perasaan) c. Konatif (Tindakan)

## 6. Macam dan Sumber Data

Untuk mendapat data yang akurat, peneliti menggunakan dua sumber data yaitu data primer dan data sekunder sebagai berikut:



a. Data Primer

Data primer adalah yang langsung diperoleh dari sumber data pertama penelitian atau objek penelitian . Yang menjadi data primer peneliti dalam penelitian ini adalah angket atau kuesioner. Angket merupakan daftar pertanyaan yang diberikan kepada orang lain dengan maksud agar orang yang diberi angket tersebut bersedia memberikan respon sesuai dengan permintaan. Dalam penelitian ini jenis angket yang digunakan adalah angket tertutup yaitu angket yang disajikan dengan serangkaian alternatif, sedangkan responden cukup memberi tanda silang . Angket akan disebar pada sampel penelitian yaitu mahasiswa FIDKOM tahun akademik 2010, 2011 dan 2012 yang mengakses kanal Hikmah yang berjumlah 50 orang.

b. Data Sekunder

Data dan sumber data sekunder adalah data yang diperoleh dari sumber kedua atau sumber sekunder dari data yang kita butuhkan . Yaitu data yang diperoleh dari sumber-sumber tertulis dikumpulkan melalui penelitian kepustakaan, untuk mencari konsep dan teori-teori yang berhubungan dengan masalah data pendukung skripsi ini seperti buku-buku, artikel, internet dan literatur yang berkaitan dengan judul penelitian.

## 7. Teknik Pengumpulan Data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan penulis dalam rangka mengumpulkan data yang kemudian di analisis dan diuji kebenarannya adalah dengan menggunakan metode survei langsung dan library research sebagai tambahan informasi data. Dalam menggunakan teknik pengumpulan data, peneliti mengambil langkah-langkah sebagai berikut:

a. Observasi

Observasi atau pengamatan adalah kegiatan keseharian manusia dengan menggunakan pancaindra mata sebagai alat bantu utamanya selain seperti telinga, penciuman, mulut dan kulit. Oleh karena itu, observasi adalah kemampuan seseorang untuk menggunakan pengamatannya melalui hasil kerja pancaindra mata serta dibantu dengan pancaindra lainnya . Peneliti mengamati bagaimana efektivitas kanal Hikmah bagi mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung dalam meningkatkan informasi mengenai Islam.

b. Angket

Angket merupakan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian dikirim untuk diisi oleh responden . Setelah diisi, angket dikirim kembali atau dikembalikan kepada peneliti. Angket ini diberikan kepada mahasiswa FD yang mengakses kanal Hikmah sebagai responden penelitian.

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah informasi yang disimpan atau didokumentasikan sebagai bahan dokumenter. Seperti mengumpulkan buku-buku, internet dan lain sebagainya.

## 8. Uji Instrumen

### a. Uji Validitas

Validitas alat ukur adalah akurasi alat ukur terhadap yang diukur walaupun dilakukan berkali-kali dan dimana-mana. Ini artinya bahwa alat ukur haruslah memiliki akurasi yang baik terutama apabila alat ukur tersebut digunakan sehingga validitas akan meningkatkan bobot kebenaran data yang akan diteliti Suatu Instrumen dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang seharusnya diukur .

Uji kualitas terhadap instrumen yang dipakai untuk mengukur variabel penelitian dilakukan sebelum menganalisis pokok masalah. Validitas adalah suatu ukuran yang mengajukkan tingkat keandalan atau kesahihan alat ukur.

Rumus yang digunakan untuk mengukur validitas instrument penelitian ini adalah rumus pearson product moment.

$$r = \frac{n (\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N \sum X^2 - (\sum X)^2][N \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

- r = korelasi Person Product Moment
- N = banyaknya responden
- X = sikap tiap item pertanyaan
- Y = skor total responden
- XY = skor tiap item pertanyaan dikali skor total responden
- $\sum XY$  = jumlah hasil perkalian skor tiap item dengan skor total responden
- $\sum X$  = jumlah seluruh skor tiap item pertanyaan
- $\sum Y$  = jumlah seluruh skor total responden

Berdasarkan hasil uji validitas yang telah dilakukan pada 30 orang responden, maka diperoleh skor sebesar 0,361 pada taraf signifikansi sebesar 5%, yang artinya apabila korelasi pada butir-butir pernyataan positif dan besarnya mencapai 0,361 ke atas, maka butir-butir pertanyaan tersebut merupakan konstruk yang kuat . Jadi berdasarkan analisis butir-butir pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa instrumen tersebut memiliki validitas konstruksi yang baik. Hasil yang didapat setelah melakukan uji validitas yaitu 18 butir pertanyaan tidak valid dan 32 butir pertanyaan dikatakan valid dari 50 butir pertanyaan, selanjutnya 32 butir pertanyaan tersebutlah yang digunakan untuk tahap penyebaran angket selanjutnya.

### b. Uji Reliabilitas

Reliabilitas adalah ketepatan atau tingkat presisi suatu ukuran atau alat pengukur. Suatu alat ukur disebut mempunyai reliabilitas tinggi atau dapat dipercaya, jika alat ukur itu mantap, dalam pengertian bahwa alat ukur tersebut stabil, dapat diandalkan dan dapat diramalkan. Suatu alat ukur yang mantap tidak berubah-ubah pengukurannya dan dapat di andalkan karena penggunaan alat ukur tersebut berkali-kali akan memberika hasil yang

serupa . Peneliti menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data. Jika alat ukur dinyatakan valid, selanjutnya reliabilitas alat ukur tersebut diuji reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa suatu instrumen cukup dapat dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpul data yang tidak bersifat tendesius atau mengarahkan responden untuk memilih jawaban-jawaban tertentu .

Instrumen dikatakan realible apabila terdapat kesamaan data dalam waktu yang berbeda, suatu kuesioner dikatakan realible atau handal jika jawaban seseorang terhadap pertanyaan adalah konsisten meskipun diuji berkali-kali.

Jika hasil dari cronbach alpha  $> 0,60$  maka data tersebut mempunyai kehandalan yang tinggi .

## 9. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah metode deskriptif yang bertujuan untuk menggambarkan efektivitas Republika Online pada kanal Hikmah untuk meningkatkan infromasi mengenai Islam bagi mahasiswa .

Untuk menggambarkan efektivitas Republika Online pada kanal Hikmah untuk meningkatkan infromasi mengenai Islam bagi mahasiswa dilakukan dengan cara skala likert, yaitu mengembangkan prosedur pengukuran dengan skala. Adapun skala likert ini menggunakan lima kategori penilaian yang masing-masing kategori tersebut diberi bobot nilai atau skor.

**Tabel 3. Skala Likert**

<b>Kategori</b>	<b>Singkatan</b>	<b>Skor</b>
Sangat Setuju	SS	5
Setuju	S	4
Ragu-Ragu/Netral	CS	3
Tidak Setuju	TS	2
Tidak Sangat Setuju	STS	1

Keuntungan penggunaan skala likert dari tingkat kepentingan dan tingkat pelaksanaan yaitu adanya keragaman skor (Variability Of Scorer) sebagai akibat penggunaan skala 1-5 dengan dimensi mutu tercermin dalam daftar pertanyaan, memungkinkan responden (mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung) mengekspresikan tingkat pendapat mereka mengenai efektivitas kanal Hikmah yang ada di Republika online. Dari segi pandangan statistik, skala dengan lima tingkatan (1-5) lebih tinggi kendalanya dibandingkan dengan dua tingkatan yaitu antara "YA" atau "TIDAK".

Penelitian deskriptif ini menggunakan pernyataan secara terstruktur atau sistematis kepada banyak orang untuk kemudian seluruh jawaban yang diperoleh penulis dengan menggunakan analisis statistik deskriptif yaitu metode analisi yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mengolah, menyajikan, dan menganalisis data yang berwujud angka. Analisis ini meliputi perhitungan skoring, perhitungan mean (menghitung rata-rata), dan standar deviasi.

Dalam melakukan perhitungan data hasil angket, digunakan pengujian dengan perhitungan melalui mean yaitu menghitung rata-rata, dan standar deviasi. Berikut rumusnya:

a. Menghitung Rata-Rata atau Mean

Mean merupakan nilai rata-rata dari beberapa data. Mean ini dapat diperoleh dengan cara menjumlahkan seluruh nilai dari data yang ada, yang kemudian dibagi dengan banyaknya data. yang kemudian dibagi dengan banyaknya data.

$$\text{Rumus } \bar{x} = \frac{\sum f_i x_i}{\sum f_i}$$

Keterangan:

$\bar{x}$  = rata-rata

$x_i$  = pengamatan

$f_i$  = jumlah pengamatan

Atau dengan rumus berikut ini:

Rumus *Mean*:

$$\frac{x_1 + x_2 + x_3 + \dots \dots x_n}{n}$$

b. Standar Deviasi

Rumus Standar Deviasi (SD) <sup>1</sup>:

$$SD = \frac{\sqrt{\sum x^2}}{N}$$

Keterangan:

SD = Standar Deviasi

$\sum x^2$  = Adalah Jumlah deviasi dari rata-rata kuadrat

N = Jumlah Individu

c. Mengkategorisasikan hasil yang didapat

Jika tinggi (T) =  $\bar{x} + SD$  atau hasil yang didapat berada diatas *standar deviasi*. Jika sedang (S) = atau hasil yang didapat berada diantara standar nilai tinggi dan rendah dari Standar Deviasi. Jika rendah (R) =  $\bar{x} - SD$  atau hasil yang didapat berada dibawah standar deviasi.

## 10. Hipotesis Penelitian

Untuk melakukan uji hipotesis, ada beberapa ketentuan yang perlu diperhatikan yaitu merumuskan hipotesis nol ( $H_0$ ) yang menyatakan tidak ada hubungan antara variabel X dan variabel Y yang diteliti, atau variabel independen tidak

---

<sup>1</sup> Bungin. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*, h. 179.

memengaruhi variabel dependen dan harus disertai pula dengan hipotesis alternative ( $H_a$ ), hipotesis ini menyatakan ada hubungan, yang berarti signifikansi hubungan antara variabel independen dan variabel dependen . Adapun hipotesis penelitian ini adalah :

$H_0: \beta_0 = 0$  Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara efektifitas Republika Online pada kanal Hikmah terhadap meningkatkannya informasi mengenai Islam bagi mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung yang mengaksesnya.

$H_a : \beta_0 \neq 0$  Terdapat pengaruh yang signifikan antara efektifitas Republika

Online pada kanal Hikmah terhadap meningkatkannya informasi mengenai Islam bagi mahasiswa FD IAI Darul A'mal Lampung yang mengaksesnya.

## D. Hasil dan Pembahasan

### 1. Deskripsi Responden

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada 50 responden yang berisikan 32 butir pertanyaan mengenai efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah untuk meningkatkan informasi mengenai Islam.

Pada penelitian ini, responden adalah mahasiswa Fakultas Dakwah tahun akademik 2022-2023 yang berjumlah 50 orang.

Dari 50 kuesioner yang telah terkumpul, peneliti mendapatkan data mengenai identitas responden dan akan mengklasifikasikannya berdasarkan usia, angkatan dan pendidikan terakhir. Karena peneliti ingin mencari perbedaan dari tingkat usia, angkatan dan latar belakang pendidikan sebelumnya.

**Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Frekuensi	Presentase
1	18-20 Tahun	20	40 %
2	21-22 Tahun	30	60%

Berdasarkan tabel 4, diketahui karakteristik responden berdasarkan usia. Responden yang berusia berkisar 18-20 tahun sebanyak 20 responden dengan presentase 40 %, sedangkan responden yang berusia berkisar antara 21-22 tahun sebanyak 30 responden dengan presentase 60 %. Dari hasil tersebut didapat bahwa responden berusia 21-22 tahun lebih banyak dengan presentase 60 %.

**Tabel 5. Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Terakhir**

No	Pendidikan	Frekuensi	Presentase
1	MA/Pesantren	20	40%
2	SMA/SMK	30	60%

Hasil tabel diatas menunjukkan sebagian besar responden yang berlatarbelakang SMA/SMK dengan presentase 60% dan responden yang berlatarbelakang MA/Pseantren sebesar 40%. Dapat diketahui bahwa mayoritas yang menggunakan *Republika Online* adalah berlatar belakang SMA/SMK..

Dalam melaksanakan penelitian di Fakultas Dakwah dan, penulis mendapat beberapa data yang menjadi temuan dilapangan, untuk mengetahui efektifitas *Republika Online* pada kanal Hikmah untuk meningkatkan informasi Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung dengan tahun akademik 2010, 2011 dan 2012 sebagai responden yang berjumlah 50 orang.

Penulis menyebarkan kuesioner kepada responden mengenai efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah untuk meningkatkan informasi mengenai Islam di Fakultas Dakwah. Dari hasil kuesioner yang sudah disebar kepada para

responden, kemudian data hasil kuesioner tersebut peneliti akan menjelaskan analisisnya dalam bentuk tabel yang diklasifikasikan menjadi dua bagian. Bagian pertama mengenai efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah yang dilihat dari segi gaya tampilan, isi berita, gaya bahasa dan cara penulisan dan bagian kedua tentang meningkatnya informasi yang dilihat dari segi kognitif, afektif dan konatif responden. Penulis akan mendeskripsikan setiap bagian dari masing-masing tersebut.

## 2. Faktor-Faktor Efektivitas *Republika Online* pada Kanal Hikmah

### a. Isi berita

**Tabel 5. Efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah berdasarkan isi berita**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Berita yang disampaikan berkenaan dengan kehidupan sehari-hari.	6	31	21	1	-	193	2
2	Berita yang disampaikan seputar masalah fiqh.	4	21	17	8	-	172	6
3	Berita yang disampaikan seputar teladan rasul.	7	21	14	8	-	176	5
4	Berita yang disampaikan seputar. Pengetahuan agama Islam	12	30	7	1	-	204	1
5	Berita yang disampaikan jelas sumbernya.	7	30	10	3	-	192	3
6	Berita yang disampaikan padat	1	21	24	4	-	171	7
7	Berita yang disampaikan faktual	7	25	17	1	-	186	4
<b>Jumlah</b>							<b>1.294</b>	
<b>Mean</b>							<b>184.8</b>	

- 1) Variabel 4 yaitu tentang berita yang disampaikan seputar pengetahuan agama Islam menempati rangking pertama dengan skor 204.
- 2) Variabel 1 yaitu tentang berita yang disampaikan berkenaan dengan kehidupan sehari-hari menempati rangking kedua dengan skor 193.
- 3) Variabel 5 yaitu tentang berita yang disampaikan jelas sumbernya menempati rangking 3 dengan skor 192.

Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa kanal Islam di *Republika Online* yaitu kanal Hikmah bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung berisi kan berita mengenai pengetahuan seputar agama Islam. Kanal Hikmah juga berisikan berita mengenai kehidupan sehari-hari dan selain itu berita yang disampaikan juga memiliki sumber yang jelas dalam menyampaikan beritanya kepada khalayak.

Dalam hal ini, efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah yang dilihat dari segi isi berita yaitu dari isi yang berkaitan dengan seputar pengetahuan Agama Islam dan juga masih berkaitan dengan kehidupan sehari-hari manusia. Sehingga, mahasiswa sebagai responden tidak terlalu sulit dan ringan untuk membacanya

karena masih berkaitan dengan kegiatan sehari-harinya. Selain itu, kanal Hikmah juga menyampaikan berita kepada khalayak dengan sumber-sumber yang jelas sehingga mahasiswa mendapatkan informasi berdasarkan fakta.

Berita adalah informasi atau laporan yang menarik perhatian masyarakat konsumen, berdasarkan fakta, berupa kejadian atau ide (pendapat), disusun sedemikian rupa dan disebarakan media massa dalam waktu secepatnya<sup>2</sup>.

Ciri yang harus dimiliki sebuah berita mencakup<sup>3</sup>:

- 1) Accuracy: akurat, cermat dan teliti.
- 2) Universality: berlaku umum.
- 3) Fairness: jujur dan adil.
- 4) Humanity: nilai kemanusiaan.
- 5) Immediate: segera.

b. Gaya Tampilan

**Tabel 8. Efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah berdasarkan gaya tampilan**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Gaya tampilan yang disajikan menarik.	7	15	26	2	-	177	2
2	Gaya tampilan yang disajikan mengundang khalayak untuk membaca.	2	22	23	3	-	173	3
3	Gambar yang ditampilkan dalam berita mendukung isi berita.	5	26	19	-	-	187	1
<b>Jumlah</b>							<b>537</b>	
<b>Mean</b>							<b>179</b>	

- 1) Variabel 3 yaitu tentang gambar yang ditampilkan dalam berita mendukung isi berita menempati rangking pertama dengan skor 187.
- 2) Variabel 1 yaitu tentang gaya tampilan yang disajikan menarik menempati rangking kedua dengan skor 177
- 3) Variabel 2 yaitu tentang gaya tampilan yang disajikan mengundang khalayak untuk membaca menempati rangking 3 dengan skor 173.

Dari pemamparan diatas dapat disimpulkan bahwa kanal Hikmah pada *Republika Online* bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung menyajikan gambar yang mendukung pada isi berita. Serta gaya tampilan yang

<sup>2</sup> Mondry. *Pemahaman Teori dan Praktek Jurnalistik*, Bogor: Ghalia Indonesia. 2008, hal 133.

<sup>3</sup> Sedia Willing Barus. *Jurnalistik (Petunjuk Teknis Menulis Berita)*, Jakarta: Erlangga. 2010, hal



disajikan menarik dan gaya tampilan yang ditampilkan dalam berita mengundang khalayak untuk membaca.

Dalam hal ini, efektivitas kanal Hikmah pada Republika Online dilihat dari segi gaya tampilan terlihat pada gambar atau foto yang disajikan pada berita yang disampaikan mendukung, sehingga mahasiswa sebagai responden tidak merasa janggal atau terganggu dengan gambar atau foto yang terdapat pada berita di kanal Hikmah. Serta, gaya tampilan yang menarik sehingga mengundang mahasiswa untuk membaca kanal Hikmah.

### c. Tata Bahasa

**Tabel 9. Efektivitas Republika *Online* pada kanal Hikmah berdasarkan tata bahasa**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Tata bahasa menggunakan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan) yang berlaku.	2	31	15	1	-	181	1
2	Tata bahasa yang digunakan menggunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBI) yang berlaku.	3	20	26	1	-	175	2
<b>Jumlah</b>							<b>356</b>	
<b>Mean</b>							<b>178</b>	

- 1) Variabel 1 yaitu tata bahasa menggunakan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan) yang berlaku menempati rangking pertama dengan skor 181.
  - 2) Variabel 2 yaitu tata bahasa yang digunakan menggunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia yang berlaku menempati rangking kedua dengan skor 175.
- Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa kanal Hikmah pada Republika *Online* bagi mahasiswa Fakultas Dakwah, yaitu tata bahasanya menggunakan EYD (Ejaan Yang Disempurnakan) dan menggunakan Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBI) yang berlaku

Dalam hal ini, efektivitas kanal Hikmah pada Republika Online dari segi tata bahasa terlihat dari penggunaan EYD yang berlaku, sehingga mahasiswa dalam membaca dapat memahami berita yang disampaikan. Serta penggunaan KBI sehingga setiap kata yang ditulis dalam berita dapat jelas dibaca oleh mahasiswa sebagai responden.

Tata bahasa dapat diartikan sebagai himpunan peraturan umum struktur bahasa. Tata bahasa mempunyai konsep dan hokum yang perlu dipatuhi oleh penulis atau penutur dalam memastikan penggunaan bahasa yang betul dan tepat<sup>4</sup>.

<sup>4</sup> [www.scribd.com](http://www.scribd.com). Diakses pada 23 Juni 2014. 23.00 WIB.

## d. Gaya Penulisan

**Tabel 10. Efektivitas Republika Online pada kanal Hikmah berdasarkan gaya penulisan**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Gaya penulisan menggunakan bahasa baku yang benar.	2	26	21	1	-	179	5
2	Berita yang disampaikan menggunakan pilihan kata yang tepat.	5	24	21	-	-	184	2
3	Berita yang disampaikan menggunakan tanda baca yang tepat.	5	26	18	1	-	183	3
4	Pengemasan informasi yang menarik untuk dibaca	5	25	17	1	1	182	4
5	Kanal Hikmah pada Republika Online menggunakan judul berita yang menarik untuk dibaca	12	20	15	3	-	190	1
<b>Jumlah</b>							<b>918</b>	
<b>Mean</b>							<b>183.6</b>	

- 1) Variabel 5 yaitu mengenai kanal Hikmah pada Republika Online menggunakan judul berita yang menarik untuk dibaca menempati rangking pertama dengan skor 190.
- 2) Variabel 2 yaitu berita yang disampaikan menggunakan pilihan kata yang tepat menempati rangking kedua dengan skor 184.
- 3) Variabel 3 yaitu berita yang disampaikan menggunakan tanda baca yang tepat menempati rangking ketiga dengan skor 183.

Dari penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa kanal Hikmah pada Republika *Online* bagi mahasiswa Fakultas Dakwah , yaitu kanal Hikmah pada Republika *Online* menggunakan judul berita yang menarik untuk dibaca. Serta berita yang disampaikan menggunakan pilihan kata yang tepat dan berita yang disampaikan menggunakan tanda baca yang tepat.

Dalam hal ini, efektivitas Republika *Online* pada kanal Hikmah yang dilihat dari segi gaya penulisan terlihat dari penggunaan judul menarik , dengan judul yang menarik akan memancing khalayak untuk membuka dan membaca berita yang disajikan. Penggunaan judul yang berkaitan dengan kehidupan sehari-hari dan dengan bahasa yang sederhana. Fungsinya untuk menarik perhatian sekaligus memancing rasa ingin tahu pembaca. Seperti toko, pembaca pasti tidak akan terpancing dan tertarik untuk masuk jika tidak ada yang menarik baginya<sup>63</sup>. Selain itu juga berasal dari ketepatan dalam pemilihan kata dan tanda baca yang

tepat membuat struktur kata dan kalimat menjadi mudah untuk dipahami untuk dibaca.

Kemudian hasil dari keempat data tersebut diatas, yaitu data efektivitas Republika *Online* pada kanal Hikmah dilihat dari isi berita, gaya tampilan, tata bahasa dan gaya penulisan , maka penulis membandingkan keempat data tersebut sebagai berikut:

**Tabel 11. Perbandingan efektivitas kanal Hikmah**

No	Efektivitas kanal Hikmah dilihat dari aspek	Jumlah skor	Mean
1	Isi berita	1.294	184,8
2	Gaya tampilan	537	179
3	Tata bahasa	356	178
4	Gaya penulisan	918	183,6
<b>Jumlah</b>		<b>3105</b>	

Dari tabel diatas terlihat bahwa aspek isi berita merupakan nilai tertinggi dalam jumlah skor 1.294 dengan nilai meannya 184,8. Kemudian skor gaya penulisan ditempat kedua skor 918 dengan meannya 183.6, gaya tampilan di tempat ketiga jumlah skor 537 dengan meannya 179 dan ditempat terakhir yaitu tata bahasa jumlah skor nya adalah 356 dengan mean 178.

### 3. Meningkatnya Informasi Mengenai Islam

#### a. Kognitif

**Tabel 12. Meningkatnya informasi berdasarkan aspek kognitif**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Kanal Hikmah adalah kanal yang membahas seputar dunia Islam dikehidupan sehari-hari.	11	30	9	-	-	203	1
2	Kanal Hikmah membahas mengenai fiqh .	6	29	15	-	-	192	4
3	Kanal Hikmah membahas mengenai teladan rasul.	7	28	15	-	-	193	3

4	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah informasi mengenai seputar dunia Islam Saya bertambah.	10	31	8	1	-	200	2
5	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah informasi mengenai fiqh Saya bertambah.	8	24	17	1	-	188	6
6	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah informasi mengenai teladan rasul Saya bertambah.	7	29	14	-	-	192	5
7	Saya mengetahui bagaimana cara rasul menyayangi anaknya dengan selalu menciumnya.	6	27	15	2	-	187	7
<b>Jumlah</b>							<b>1355</b>	
<b>Mean</b>							<b>193.5</b>	

- 1) Variabel 1 yaitu kanal Hikmah adalah kanal yang membahas seputar dunia Islam di kehidupan sehari-hari yang menempati rangking pertama dengan skor 203.
- 2) Variabel 2 yaitu dengan membaca *Republika Online* pada kanal Hikmah informasi mengenai seputar dunia Islam bertambah menempati rangking kedua dengan skor 200.
- 3) Variabel 3 yaitu kanal Hikmah membahas mengenai teladan rasul menempati posisi ketiga dengan skor 193.

Berdasarkan pada penjelasan diatas dapat diuraikan bahwa kanal Hikmah pada *Republika Online*, mahasiswa mengetahui berita yang disampaikan seputar pengetahuan dunia Islam seperti fiqh, teladan rasul, cerita para sahabat nabi, dan tentang kehidupan Islam sehari-hari. Kanal Hikmah juga membantu mahasiswa menambah informasinya seputar dunia Islam.

Dalam hal ini, meningkatnya informasi dari segi kognitif mahasiswa terbentuk karena membaca kanal Hikmah di *Republika Online*, dimana dalam kanal tersebut berisikan pengetahuan seputar Agama Islam seperti fiqh, teladan rasul dan lain-lain. Serta dengan membaca kanal Hikmah, informasi mengenai dunia Islam mahasiswa bertambah, yang awalnya tidak tahu menjadi tahu dan awalnya sudah tahu menjadi lebih tahu.

Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semua tidak tahu, yang tadinya tidak mengerti, yang tadinya bingung menjadi merasa jelas. Contoh pesan komunikasi melalui media massa yang menimbulkan efek kognitif antara lain berita, tajuk rencana, artikel, acara penerangan, acara pendidikan, dan sebagainya<sup>64</sup>.

b. Afektif

**Tabel 13. Meningkatnya informasi berdasarkan aspek afektif**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Dengan membaca Republika Online pada kanal Hikmah membuat diri saya termotivasi untuk memperbaiki diri.	11	24	14	1	-	194	2
2	Saya merasa prihatin dengan para calon legislatif menggunakan nama-nama orang yang sudah meninggal seperti Soekarno dan Gusdur pada kampanyenya (politisasi ahli kubur).	10	20	14	6	-	183	3
3	Saya menyukai generasi muda kreatif yang membawa perubahan bagi bangsa.	28	15	7	-	-	219	1
<b>Jumlah</b>							<b>596</b>	
<b>Mean</b>							<b>198.6</b>	

- 1) Variabel 3 yaitu menyukai generasi muda kreatif yang membawa perubahan bagi bangsa menempati rangking pertama dengan skor 219.
- 2) Variabel 1 yaitu dengan membaca Republika *Online* pada kanal Hikmah membuat diri termotivasi untuk memperbaiki diri menempati rangking kedua dengan skor 194.
- 3) Variabel 2 yaitu merasa prihatin dengan para calon legislatif menggunakan nama-nama orang yang sudah meninggal seperti Soekarno dan Gusdur pada kampanyenya (politisasi ahli kubur) menempati rangking ketiga dengan skor 183.

Berdasarkan pada uraian diatas mengenai kanal Hikmah bagi mahasiswa Fakultas Dakwah bahwa mahasiswa menyukai generasi muda yang kreatif yang dapat membawa perubahan bagi bangsa. Mahasiswa merasa prihatin dengan para calon anggota legislatif yang menggunakan nama-nama orang yang sudah meninggal seperti Soekarno dan Gusdur pada kampanyenya (politisasi ahli kubur). Dan dengan membaca kanal Hikmah mahasiswa merasa termotivasi untuk memperbaiki diri.

Dalam hal ini, meningkatnya informasi dari segi afektif terlihat dari mahasiswa yang menyukai berita yang berisikan generasi muda yang kreatif yang dapat membawa perubahan bagi bangsa sebagai contoh bagi pemudapemuda lain untuk terus berkarya. Serta termotivasinya mahasiswa untuk memperbaiki diri setelah membaca berita di kanal Hikmah dan merasa perihatannya mahasiswa kepada para parpol yang masih menggunakan politisasi kubur.

Efek afektif berkaitan dengan perasaan. Akibat dari membaca surat kabar atau majalah, mendengarkan radio, menonton acara televise atau film bioskop, timbul perasaan tertentu pada khalayak. Perasaan akibat terpaan media massa itu bisa bermacam-macam, senang sehingga tertawa terbahakbahak, sedih

sehingga mencucurkan air mata, takut sampai merinding, dan lain-lain perasaan yang hanya bergejolak dalam hati. Contoh rubric atau acara media massa yang dapat menimbulkan efek afektif, antara lain: pojok, sajak, foto, cerita bergambar, cerita bersambung, sandiwara radio, drama televisive dan lain-lain<sup>65</sup>.

c. Konatif

**Tabel 14. Meningkatnya informasi berdasarkan aspek konatif**

No	Pernyataan	SS	S	CS	TS	STS	Skor	Rangking
1	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah membuat Saya berusaha lebih giat melakukan hal-hal positif di Agama Islam.	10	24	16	-	-	192	3
2	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah membuat Saya berusaha untuk selalu tidak melupakan kewajiban di Agama seperti shalat, zakat dan sebagainya	11	22	14	2	-	193	2
3	Dengan membaca <i>Republika Online</i> pada kanal Hikmah Saya berusaha untuk menjadi mukmin yang teladan.	5	25	19	1	-	181	4
4	Kanal Hikmah merupakan kanal yang sering Saya baca di <i>Republika Online</i> .	-	8	23	19	-	137	5
5	Saya berusaha beribadah dengan lebih giat agar Saya bisa merasakan nikmatnya telaga Rasulullah.	27	15	8	-	-	219	1
<b>Jumlah</b>							<b>922</b>	
<b>Mean</b>							<b>184.4</b>	

- 1) Variabel 5 yaitu berusaha beribadah dengan lebih giat agar bisa merasakan nikmatnya telaga Rasulullah menempati rangking pertama dengan skor 219.
- 2) Variabel 2 dengan membaca *Republika Online* pada kanal Hikmah membuat berusaha untuk selalu tidak melupakan kewajiban di agama seperti shalat, zakat dan sebagainya menempati rangking kedua dengan skor 193.
- 3) Variabel 1 dengan membaca *Republika Online* pada kanal Hikmah membuat berusaha lebih giat melakukan hal-hal positif di agama Islam menempati rangking ketiga dengan skor 193.

Berdasarkan pada uraian diatas mengenai kanal Hikmah bagi mahasiswa Fakultas Dakwah bahwa mahasiswa berusaha beribadah dengan lebih giat agar bisa merasakan nikmatnya telaga Rasulullah. Dengan membaca *Republika Online* pada kanal Hikmah membuat mahasiswa berusaha untuk selalu tidak

melupakan kewajiban di agama seperti shalat, zakat dan sebagainya. Dan dengan membaca *Republika Online* pada kanal Hikmah membuat berusaha lebih giat melakukan hal-hal positif di Agama Islam seperti saling membantu, tenggang rasa dan lain-lain.

Dalam hal ini, meningkatnya informasi dilihat dari segi konatif yaitu terlihat pada mahasiswa yang setelah membaca kanal Hikmah berusaha untuk terus beribadah agar mendapatkan telaga rasul di surga nanti. Setelah membaca kanal Hikmah mahasiswa berusaha untuk tidak melupakan kewajiban di agama Islam seperti shalat, zakat, dan sebagainya. Dan mahasiswa juga berusaha untuk selalu melakukan hal-hal positif di agama setelah membaca kanal Hikmah yang berisikan seputar agama Islam.

Efek konatif bersangkutan dengan niat, tekad, upaya, usaha yang cenderung menjadi satu kegiatan atau tindakan. Karena berbentuk perilaku, maka efek konatif sering disebut juga efek behavioral<sup>66</sup>.

Dari hasil ketiga hasil tersebut diatas, yakni data meningkatnya informasi yang dilihat dari aspek kognitif, afektif, dan konatif, maka penulis memandangkan data tersebut sebagai berikut:

**Tabel 15. Perbandingan peningkatan informasi dilihat dari aspek**

No	Meningkatnya informasi dilihat dari aspek	Jumlah skor	Mean
1	Kognitif	1355	193,5
2	Afektif	596	198,6
3	Konatif	922	184,4
	<b>Jumlah</b>	<b>2873</b>	

Dari hasil tersebut diketahui bahwa aspek kognitif mendapatkan nilai tertinggi yaitu 1.355 dengan mean 193,5. Hal ini diketahui bahwa mahasiswa hanya masih mendapatkan sebatas aspek kognitif atau pengetahuan saja dibandingkan dengan aspek lainnya. Namun mahasiswa sudah mampu merasakan adanya perubahan perasaan pada berita yang disampaikan yang terkait dengan emosi, sikap dan nilai. Serta mahasiswa sudah mengalami peningkatan terhadap sikap keberagaman mereka.

#### 4. Pembahasan Hasil Teori

##### a. Perhitungan Standar Deviasi

Berdasarkan hasil perhitungan yang dilakukan oleh penulis, maka diperoleh data sebagai berikut:

Rumus Standar Deviasi (SD)<sup>5</sup>:

<sup>5</sup> Burhan Bungin, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta:Kencana, 2005, hal 179.

$$SD = \sqrt{\frac{\sum x^2}{N}}$$

Keterangan:

SD = Standar Deviasi

$\sum x^2$  = Adalah Jumlah deviasi dari rata-rata kuadrat

N = Jumlah Individu

**Tabel 16. Descriptive statistics**

Mean	Standar Deviation	N
119.56	12.81	50

Dalam penelitian tentang efektivitas kanal Hikmah ini, mean dari skala efektivitas kanal Hikmah bagi mahasiswa untuk meningkatkan informasi yaitu sebesar 120 dengan standar deviasi sebesar 12.81 (12.81447).

Untuk mengetahui tingkat efektivitas kanal Hikmah, peneliti membagi ke dalam tiga kategori yaitu tinggi, sedang, dan rendah. Skala ini berjumlah 50 item. Setiap itemnya diberi skor 5 untuk jawaban sangat setuju, skor 4 untuk jawaban setuju, skor 3 untuk jawaban cukup setuju, skor 2 untuk jawaban tidak setuju dan 1 untuk jawaban sangat tidak setuju.

b. Kategorisasi Respon Mahasiswa Fakultas Dakwah

**Tabel 17. Klasifikasi skor skala efektivitas kanal Hikmah**

Kategori	Nilai	Angka	Frekuensi	Jumlah (%)
Tinggi	$x + SD$	$\geq 132.37$	8	16 %
Sedang	$x$	107.19 - 132.81	37	74%
Rendah	$x - SD$	$\leq 107.19$	5	10%

Dari data diatas berdasarkan hasil standar deviasi efektivitas kanal Hikmah bagi mahasiswa Fakultas Dakwah yaitu dengan angka 107.19-132.81 dan frekuensi 37. Hal tersebut berarti efektivitas kanal Hikmah menempati pada kategori sedang dengan 74 %..



## E. Penutup

### 1. Kesimpulan

Dari penelitian skripsi yang berjudul efektivitas *Republika Online* pada kanal Hikmah bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung untuk meningkatkan informasi mengenai Islam ini, peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa:

- a. Faktor-faktor keefektivitasan *Republika Online* untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung adalah dilihat dari isi berita, gaya tampilan, tata bahasa dan gaya penulisan.
- b. Sesuai dengan tabel 18 , *Republika Online* pada kanal Hikmah efektif untuk meningkatkan informasi mengenai Islam bagi mahasiswa Fakultas Dakwah IAI Darul A'mal Lampung dengan kategori sedang dengan nilai presentase sebesar 74% dengan 37 frekuensi.

### 2. Saran

Dalam penelitian ini peneliti memberikan beberapa saran, yaitu sebagai berikut:

- a. *Republika Online* pada kanal Hikmah lebih meningkatkan informasi lagi yang berkaitan dengan Islam agar mahasiswa sebagai salah satu penggunaanya dapat menambah ilmu tentang agama Islam agar mahasiswa mengetahui mana yang baik dan yang salah di kehidupan dan agar menyadarkan mahasiswa untuk menjadi lebih baik lagi di agamanya.
- b. *Republika Online* dapat dijadikan contoh bagi media- media *online* lain agar membuat kanal atau rubrik mengenai Islam agar masyarakat Indonesia khususnya mahasiswa dapat lebih banyak menambah pengetahuan mengenai dunia Islam.
- c. Mahasiswa khususnya mahasiswa Fakultas Dakwah agar lebih meningkatkan lagi pengetahuannya bukan hanya sebatas pengetahuan umum tetapi juga pengetahuan mengenai Islam dan khususnya mahasiswa IAI Darul A'mal Lampung yang mayoritasnya adalah beragama Islam

## DAFTAR PUSTAKA

- Ali, M., & Hanafi, R. (2022). PEMBARUAN HUKUM BATAS USIA PERKAWINAN (PERSPEKTIF HUKUM ISLAM DAN KESETARAAN GENDER). *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 54-69.
- Amudi, Pasaribu . Pengantar Statistik, Jakarta:Ghalia Indonesia
- Arikunto, Suharsimi. Dasar-Dasar Evaluasi Penelitian, Jakarta: Bumi Aksara, 1996.
- Arikunto, Suharsimi , Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek (Edisi Revisi), Jakarta:PT Rineka Cipta, 2002.
- Astuti, A. H., Mustofa, Y., Kawijaya, J., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Lestari, I. K. (2022). Implementasi Keterampilan Istima’Menggunakan Audio Visual di MAN 1 Tulang Bawang Barat. *Mau’idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 44-80.
- Barus, Willing Sedia. *Jurnalistik (Petunjuk Teknis Menulis Berita)*, Jakarta: Erlangga. 2010.
- Bungin, Burhan. *Metodologi Penelitian Kuantitatif (Komunikasi, Ekonomi, dan Kebijakan Public serta Ilmu-Ilmu Social lainnya)* , Jakarta:Kencana Prenada, 2005.
- Effendi, Sofian dan Tukiran. *Metode Penelitian Survei*, Jakarta: LP3ES, 2012.
- Ghozali, Imam. *Aplikasi Analisis Multivariante dengan Program SPSS*. Semarang: BP. UNDP, 2003.
- Haris, Sumadiria AS. *Jurnalistik Indonesia (Menulis Berita dan Feature)*. Bandung: Remaja Rosdakarya. 2005.
- Hariwijaya, M, Triton P. b. *Pedoman Penulisan Ilmiah: Proposal dan Skripsi cet ke-2*. Yogyakarta: Tugu Pubhliseher, 2008.
- HD, Kaelany. *Islam dan Aspek-aspek kemasyarakatan (Edisi Kedua)*. Jakarta: Bumi Aksara, 2000.
- Idrus, Muhammad. *Metode Penelitian Ilmu Sosial (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Kedua)*, Yogyakarta: Erlangga, 2009.
- Jannah, D. D. U. (2022). PSIKOLOGI KOMUNIKATOR USTAD NUR IHSAN JUNDULLAH, LC. DALAM BERDAKWAH. *Al-Akmal: Jurnal Studi Islam*, 1(1), 82-100.

- Kawijaya, J., Mustofa, Y., Astuti, A. H., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Aprilio, K. (2022). Efektivitas Media Gambar Dalam Pembelajaran Maharotul Kitabah Di MAN I Lampung Utara. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 81-112.
- Kountor, Rony. *Metode Penelitian Untuk Penulisan Skripsi dan Tesis*, seri umum no. 5, Jakarta: Penerbit PPM, 2004.
- Kurniawan, M. A., & Sari, R. N. (2022). MANAJEMEN PEMASARAN JASA PENDIDIKAN DALAM MENINGKATKAN KUANTITAS PESERTA DIDIK MADRASAH ALIYAH MUHAMMADIYAH METRO. *Roqooba Journal of Islamic Education Management*, 1(2), 61-74.
- Kridalaksana, Harimurti. *Leksikan Komunikasi*, Jakarta: Pradnya Paramita, 1984.
- Kusumaningrat, Hikmat dan Kusumaningrat, Hikmat. *Jurnalistik Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Lazwardi, D., & Paisal, A. (2022). Implementasi Penilaian Sikap pada Mata Pelajaran Pendidikan Agama Islam (PAI). *Jurnal Kajian Pendidikan Islam*, 200-209.
- M. Yusup, Pawit. *Ilmu informasi, Komunikasi dan Kepustakaan*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.
- Martono, Nanang. *Metode Penelitian Kuantitatif (Analisis Isi dan Analisis Data Sekunder)*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Mondary. *Pemahaman Teori Dan Praktik Jurnalistik*. Bogor: Ghalia Indonesia, 2008.
- Mustofa, Y., Kawijaya, J., Astuti, A. H., Umam, L. H., Purwani, A. T., & Aziz, R. (2022). Penerapan Metode Pembelajaran Nahwu Dalam Meningkatkan Kemampuan Membaca Kitab Jurumiyah di Pondok Pesantren Ainul Falah Sekampung Lampung Timur. *Mau'idhoh Hasanah: Jurnal Riset*, 2(8), 113-146.
- Nasrullah, Ruli. *Cyber Media*. Yogyakarta: Idea Press, 2013.
- Nazir, Moh. *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia, 2013.
- Nurjanah, T. (2022). ANALISIS KOMUNIKASI PERSUASIF ROHANIawan DALAM MEMBANGUN KETENANGAN Jiwa Pasien Rawat Inap Di RSUD. JEND. A. YANI METRO. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 24-41.
- Novriyani, N., & Puspitasari, E. (2022). DAMPAK POSITIF OBJEK WISATA PANTAI KERANG MAS TERHADAP SOSIAL EKONOMI MASYARAKAT. *Jurnal Syariah dan Hukum Islam*, 1(1), 93-102.
- Putra, Masri Sareb . *Litery Journalism (Jurnalistik Sastrawi)*. Jakarta:Salemba Humanika. 2010.
- Rakhmat, Jalaludin . *Psikologi Komunikasi (Edisi Revisi)*, Bandung:Remaja Rosdakarya, 1999.

- Rolnicki, Tom E dkk. Pengantar Dasar Jurnalisme. Jakarta: Kencana Prenada Media. 2008.
- Singarimbun, Masri dan Effendi, Sofian. Metode Penelitian Survei. Jakarta :LP3ES, 2011.
- Sudarmanto, Gunawan. Analisis Regresi Linear Berganda dengan SPSS. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005
- Uchjana, Onong. Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2007.
- Vivian, John. Teori Komunikasi Massa (edisi ke delapan), Jakarta: Kencana, 2008.