

PENGARUH PEMBERITAAN DI MEDIA SOSIAL TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN KHALAYAK DI DESA LEUWILIANG KABUPATEN BOGOR

¹Fika Wahdiyana [Institut Agama slam Sahid, Bogor, 16810, ndonesia]

E-mail: rikawahdiyana@gmail.com

Abstract

In this era of modernization, almost all audiences use social media to communicate, the emergence of social media as new media makes it easier for audiences to access news on social media, not only to access news but people also use social media to share content. Content that is often disseminated on social media is one of the habits of today's audience. From social media, audiences can get information that is sometimes not necessarily true. In this study using a quantitative method with the title influence of news coverage on social media on the level of public trust with a total of 40 respondents, this research was conducted to examine and examine the extent to which the level of public trust in advertisements on social media. From this study, researchers obtained data that there was an effect of news on social media on the level of public trust, with 20.2% reporting on social media influencing the level of public trust.

Keywords: Social Media, ease, level of trust

Abstrak

Dijaman era modernisasi seperti saat ini hampir keseluruhan khalayak menggunakan media sosial untuk berkomunikasi, muncul nya media sosial sebagai new media mempermudah khalayak meng akses berita-berita yang ada di media sosial, tidak hanya untuk mengakses berita namun masyarakat juga menggunakan media sosial untuk berbagi konten, konten yang sering di sebarluaskan di media sosial menjadi salah satu kebiasaan khalayak masa kini. Dari media sosial khalayak dapat mendapatkan informasi yang terkadang belum tentu kebenarannya. Dalam penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan judul pengaruh pemberitaan di media sosial terhadap tingkat kepercayaan khalayak dengan responden yang berjumlah 40 orang, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji dan meneliti sejauh mana tingkat kepercayaan khalayak terhadap iklan-iklan yang ada pada media sosial. Dari penelitian ini peneliti mendapatkan data bahwa terdapat pengaruh pemberitaan di media sosial terhadap tingkat kepercayaan khalayak dengan jumlah 20,2% pemberitaan di media sosial mempengaruhi tingkat kepercayaan khalayak.

Kata Kunci: Media Sosial, Kemudahan, Tingkat Kepercayaan

PENDAHULUAN

Pada zaman modernisasi media sosial dengan perkembangan dari masa ke masa dan menjadi pusat informasi dan komunikasi yang perkembangannya sangat pesat. Berbagai bentuk informasi dan berita bisa di akses dengan sangat mudah di media sosial dari seluruh penjuru negri dari mulai berita lokal maupun berita internasional dapat cepat di cari melalui media sosial, media sosial mempunyai peran yang sangat signifikan untuk memudahkan semua orang berinteraksi dan media sosial merupakan merupakan salah satu wadah sebagai pusat informasi masa kini.

Kehidupan setiap orang memiliki beberapa tahap perkembangan, yang bisa dibagi menjadi beberapa tingkat seperti usia atau psikologi seseorang, mulai dari masa bayi kemudian masa kanak-kanak, tumbuh menjadi dewasa menjadi seseorang.

Masa remaja juga dianggap sebagai masa yang tidak stabil ketika seseorang menemukan jati dirinya dan dengan mudah menerima informasi dari luar tanpa refleksi mendalam. Orang-orang muda yang mencari identitas mereka menemukan diri mereka di dalamnya situasi di mana itu diperlukan tidak hanya oleh mereka sendiri, tetapi juga oleh lingkungan,

memungkinkan remaja menjaga hubungan yang seimbang antara dirinya dan lingkungan.

Perkembangan peradaban manusia menghasilkan perubahan yang sangat beda di zamannya, pemuda zaman dulu sangat beda dengan pemuda masa saat ini. Cara anak muda kontemporer mempraktikkan komunikasi sosialnya tidak lepas dari dampak pesatnya perkembangan teknologi, yang membutuhkan dampak besar pada model dan alat komunikasi yang digunakan oleh anak muda. Teknologi ini berjalan memenuhi dengan berinteraksi pada banyak orang dan lingkungannya.

Setiap remaja tumbuh dan berkembang, mereka selalu berkomunikasi dengan orang lain produk atau teknologi telematika yang menggabungkan berbagai media. Teknologi telematika adalah teknologi informasi yang digunakan dalam komunikasi massa, dan teknologi komunikasi sering digunakan dalam berbagai bidang lainnya. Pesatnya perkembangan teknologi memang relatif komunikasi dalam masyarakat pasti melewati beberapa era yang terkenal di keempatnya era berkomunikasi, yaitu era tulisan, media cetak, media era dan era telekomunikasi. usia komunikasi. media interaktif. Era media sosial interaktif telah membawa ke dunia online bersama berbagai program yang menarik

Kehadiran media sosial di tengah masyarakat globalisasi menghadirkan beberapa kemudahan bagi setiap orang yang menggunakannya untuk mengakses berita-berita dan informasi maupun menyebar luaskan berita yang update bisa dengan sangat mudah dan cepat untuk di akses. Dari 11 kuisisioner yang sudah di sebar rata-rata pengguna media sosial tersebut merupakan salah satu pengguna media sosial yang aktif, dari data yang sudah di dapatkan menyatakan bahwa masyarakat telah menggunakan media sosial lebih dari 5 tahun dengan berbagai fungsi yang memudahkan masyarakat hal itulah yang menjadikan media sosial begitu banyak penggunanya.

Media sosial pada dasarnya merupakan teknologi yang berkembang dari teknologi yang berbasis internet ini yang dapat memudahkan semua orang berinteraksi satu sama lain secara online bisa berupa video, foto, ataupun web. Banyak sekali orang yang mengunggah juga menyebarluaskan konten-

konten pribadi mereka di akun media sosial milik pribadi. Dengan hal itu dapat menyimpulkan bahwa media sosial dapat, media sosial dapat mempengaruhi para penggunanya dengan berita-berita yang tersebar luas di kalangan masyarakat. Terlalu percaya diri bukanlah kualitas yang diinginkan, menurut Lauster (dalam Ghufron, 2014:35).

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram adalah beberapa web yang memungkinkan pengguna untuk mengakses atau berbagi data dan informasi pemakai media sosial. Data ini meliputi demografi. Ini juga termasuk hobi dan kecenderungan Anda. Jika Anda mempelajari dari profil Facebook, Anda akan mendapat ide lebih baik tentang orang yang tertarik dengan subjek penelitian Anda. Platform media sosial online yang paling menakutkan adalah Facebook dan populer, email, berbagi foto, dan bahkan mengobrol hanyalah beberapa alat yang tersedia bagi remaja untuk interaksi sosial. Bahkan ketika satu-satunya hal lain untuk menghibur anak muda adalah game online, itu masih menawarkan banyak hal untuk mereka. oleh mahasiswa Universitas Harvard Mark Zuckerberg dan Eduardo Saverin. jejaring sosial ini populer dan disukai dari anak-anak hingga orang dewasa, segala usia pengguna mempertimbangkan ukuran jaringan yang telah dibuat facebook menggunakannya bukan hanya untuk menambahkan gambar, memperbarui upload dan lainnya, tetapi juga digunakan agar mendapat untung dengan mencoba membuat bisnis melalui online, pendidikan untuk kejahatan. Facebook bisa membuat ketagihan bagi pengguna, meskipun itu bukan yang terbaik bagi mereka. Orang yang memiliki akun media sosial dan sering menggunakannya akan dimasukkan dalam sampel responden yang dipilih untuk penelitian. Saat ini media sosial terutama digunakan untuk eksis, menonjolkan antara kehidupan nyata dan kehidupan virtual, dunia maya (Hikmah Pertiwi : 2021)

Internet adalah penggunaan teknologi oleh khalayak ramai. Internet dapat menghasilkan sebagai produk teknologi interaksi sosial baru yang padahal kekatnya tidak sama dengan interaksi sosial. Dulu, orang biasanya berkomunikasi secara tatap muka tatap muka.

Dan sekarang orang bisa berinteraksi. Sehingga para pengguna internet pada saat ini berkembang dengan sangat cepat. Media online sering dipakai untuk berinteraksi, berbisnis, industri, pendidikan dan persahabatan sosial. Yang banyak dipergunakan saat ini termasuk Facebook, Twitter, Instagram, YouTube dan WhatsApp.

Dalam bahasa tabayyun, artinya mencari kejelasan tentang sesuatu sampai benar dan keadaannya jelas. Sedangkan menyeleksi dan melakukan penelitian berita inilah yang dimaksud dengan istilah tabayyun, namun tidak terburu-buru mengambil sebuah keputusan atas masalah yang belum dipahami. Al-Qur'an dan berisi perintah tabbayun Qs. Al-Hujurat :

أَنْ فَتَبَيَّنُوا بِنَبِيٍّ فَاسِقٍ جَاءَكُمْ إِنْ آمَنُوا الَّذِينَ الَّذِينَ يَأْتِيهَا
٦ لُدْمِينَ فَعَلْتُمْ مَا عَلَى فَتُصْبِحُوا بِجَهَالَةٍ قَوْمًا تُصَيَّبُوا

“Wahai orang-orang yang beriman! Jika seseorang yang fasik datang kepadamu membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu.”

Ibn katsir mengklaim dalam komentarnya bahwa Qs. Al-Hujurat diajarkan untuk berhati-hati ketika mengumpulkan informasi. Karena informasi sangat penting untuk validitas keputusan itu sendiri dan proses pengambilan keputusan dalam ayat ini, jelas disebutkan bagaimana seharusnya sikap seorang mukmin terhadap berita.

Sebaliknya hadist yang meriwayatkan oleh Imam Muslim menjelaskan perintah tabayyun sebagai berikut :

اللَّهُ صَلَّى النَّبِيِّ عَنْ عَنَّهُ اللَّهُ رَضِيَ هُرَيْرَةَ أَبِي عَنْ
سَمِعَ مَا يَكُلُّ يُحَدِّثُ أَنْ، كَذِبًا بِالْمَرْءِ كَفَى : قَالَ سَلَّمَ وَ عَلَيْهِ
(مسلم رواه)

“Dari Abu Hurairah ra dari Nabi saw beliau bersabda, “Cukuplah seseorang (dianggap) berdusta jika ia menceritakan semua yang ia dengar.” (HR. Muslim)

Hadits tersebut di atas sejalan dengan perkataan Imam al-Munawi Rahiullah yang menyatakan bahwa “jika seseorang tidak membenarkan kebenaran suatu berita yang didengarnya atau yang dibawanya (maka ia dianggap pendusta, karena biasanya berita yang yang dia dengar terkadang benar dan terkadang bohong. Oleh karena itu, dia pasti

berbohong jika dia menceritakan semua yang dia dengar.

Saat menerima berita, penting untuk meluangkan waktu untuk memahami fakta sebelum membagikannya kepada orang lain. Dari konteks media sosial, artinya orang tersebut tidak terburu-buru dalam mengambil keputusan tentang informasi tersebut. Kurangnya urgensi ini akan menghambat penyebaran informasi ke rekan atau grup di media sosial.

Seseorang yang percaya diri percaya pada semua kekuatan pribadinya dan merasa mampu mencapai berbagai tujuan hidup. Al Uqshari (2005) menegaskan bahwa rasa optimis seseorang merupakan perpaduan pola berpikir dan kemampuan jiwanya, bahagia pada diri mereka sendiri. komunikasi dengan jiwa, dan kendali atas jiwa adalah ciri-ciri keyakinan. Menurut Surya (2007), yang juga mengungkapkan sudut pandang ini, rasa optimis/percaya diri merupakan tindakan yang diharapkan darinya, bahwa seseorang bertanggung jawab atas perbuatannya, bahwa seseorang puas dengan mentalnya. dan kesejahteraan fisik, dan seseorang tidak terpengaruh oleh pendapat orang lain dan mampu mengendalikan diri sendiri ketika mengejar tujuan. Apa yang dia harapkan Lauster (Ghufroon, 2014) berpendapat bahwa terlalu percaya diri bukanlah kualitas yang baik. Hafiz Azizan (2016) mendukung klaim ini. Secara umum, hal ini akan membuat orang tersebut kurang hati-hati dan lebih cenderung bertindak sesuka hati, yang akan mengakibatkan perilaku yang mengganggu orang lain.

Kesuksesan individu dipengaruhi oleh faktor internal, khususnya kemampuan orang untuk melakukan apa yang mampu mereka lakukan. Lingkungan formal atau sekolah, dimana sekolah adalah tempat kedua untuk senantiasa mempraktikkan rasa percaya diri individu atau siswa yang telah didapat dari lingkungan keluarga kepada teman-temannya dan kelompok bermainnya. Yang ketiga adalah lingkungan pendidikan non formal tempat individu menimba ilmu secara tidak langsung belajar dan keterampilan sehingga tercapailah keterampilan sebagai salah satu faktor pendukung guna mencapai rasa percaya diri pada individu yang bersangkutan. Hafiz

Azizan (2016) menerangkan di dalamnya bahwa terdapat beberapa faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kepercayaan diri dari faktor yang di jelaskan dalam penelitiannya pada tahun 2016 menyatakan bahwa harga diri salah satu pengaruh faktor kepercayaan diri dalam penjelasannya menyatakan harga diri yang positif akan menjadikan dan membentuk harga diri yang baik pula dalam pernyataan ini di perjelas lagi oleh teori dari Santoso (2016) bahwa tingkat harga diri seseorang akan mempengaruhi tingkat kepercayaan diri tersebut. Tingkat kepercayaan diri yang sudah di perjelas oleh beberapa ahli dalam berbagai teori dapat disimpulkan bahwa tidak hanya faktor harga diri saja yang dapat mempengaruhi tingkat kepercayaan pada seseorang namun dari segi keluarga, ekonomi dan tingkat pendidikan juga menjadi faktor dari tingkat kepercayaan diri tersebut. setiap audiens dengan latar belakang yang berbeda akan menafsirkan pesan dai tayangan media dengan cara yang berbeda (Fitri Chaeroni : 2018).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Lokasi Penelitian

1. Jenis penelitian

Agar penelitian ini dapat berhasil dengan baik maka membutuhkan metodologi penelitian yang cocok untuk masalah tersebut maka penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang dilakukan di lingkungan masyarakat leuwiliang terkait penggunaan media sosial dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap iklan yang terdapat di media sosial. Data yang berupa angka yang dapat menggambarkan perbandingan dari data yang dihasilkan melalui angket.

2. Sifat Penelitian

Sifat penelitian ini adalah studi eksperimental dan melakukan investigasi secara sistematis untuk meneliti fenomena yang terjadi di kalangan khalayak terutama di Leuwiliang dan untuk mengetahui sebab serta akibat.

3. Sumber Data

Subyek data yang telah dikumpulkan adalah sumber data, yang dalam penelitian ini disebut sebagai responden. Masyarakat Leuwiliang yang menggunakan media sosial

menjadi responden dalam penelitian ini yang menggunakan sumber data primer.

4. Objek dan Subjek Penelitian

a. Objek Penelitian

Objek penelitian ini adalah pengaruh pemberitaan di media sosial terhadap tingkat kepercayaan khalayak di Desa Leuwiliang

b. Subjek Penelitian

Subjek penelitian ini adalah khalayak di Desa Leuwiliang

5. Populasi Dan Sampel

a. Populasi dalam penelitian ini adalah khalayak di Desa Leuwiliang yang berjumlah 41 orang

b. Sampel pada penelitian ini sebagian sumber data dari populasi dengan khalayak yang berjumlah 41 orang

6. Teknik Pengambilan Data

Dalam penelitian ini penulis menggunakan teknik pengambilan data menggunakan :

a. Angket

Dengan teknik ini penulis menyebarkan sejumlah pertanyaan yang di susun dengan sedemikian rupa untuk mendapatkan hasil jawaban dan di sesuaikan dengan kajian pada penelitian yang di lakukan, angket di sebar kepada 41 responden untuk dapat mencari data mengenai penelitian pengaruh pemberitaan di media sosial terhadap tingkat kepercayaan khalayak dengan lokasi penelitian di Desa Leuwiliang

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini bersifat kuantitatif dimana data yang didapatkan atau di hasilkan berupa angka. Dari data yang sudah di dapatkan lalu dilakukan analisis pengaruh kepercayaan dan media sosial. Data ini dikumpulkan dengan kuesioner yang di sebar kepada 40 orang responden yang menggunakan media sosial dan kuesioner dilakukan secara tertutup.

A. Hasil Analisis Data

1. Uji Regresi Sederhana

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.449 ^a	.202	.181	5.937	1.749

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

b. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Dari data yang di lampirkan di atas menyatakan bahwa $R=0,449$ korelasi yang positif antara variabel x dan y. R Square pada data yang di lampirkan dalam tabel di atas bahwa nilai R Square = 0,202 (20,2%) dari hasil ini menyarakan bahwa ada 20,2% variabel x mempengaruhi variabel y, dari data di atas menunjukkan bahwa besarnya pengaruh variabel x terhadap variabel y.

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta	t			Tolerance	VIF
1 (Constant)	24.943	10.082		2.474	.018			
Media Sosial	.485	.157	.449	3.099	.004	1.000	1.000	

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

Nilai t pada tabel di atas adalah 3,099 dan Sig nya berjumlah 0,004 dari data tabel di atas menunjukan bahwa nilai signifikan variabel media sosial lebih kecil dari 0,05 hal tersebut menunjukan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan (H0 ditolak dan Ha diterima) Dalam tabel coefficients model regresi : $Y = 24.943 + 0,485 X$

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	338.476	1	338.476	9.603	.004 ^b
	Residual	1339.424	38	35.248		
	Total	1677.900	39			

a. Dependent Variable: Tingkat Kepercayaan

b. Predictors: (Constant), Media Sosial

Informasi yang telah diteliti menunjukkan bahwa liputan media sosial berdampak pada tingkat kepercayaan. Nilai t pada tabel di atas adalah 3,099, dan diperoleh Sig sebesar 0,004. Berdasarkan informasi pada tabel di atas, nilai

signifikansi variabel media sosial kurang dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa variabel media sosial berpengaruh terhadap derajat kepercayaan (H0 ditolak dan Ha diterima), dan keterangan yang diberikan di atas menunjukkan bahwa hubungan antara variabel x dan y adalah positif, dengan $R = 0,449$ sebagai titik korelasi. R persegi\ menunjukkan seberapa besar pengaruh variabel x terhadap variabel y, dengan nilai sebesar 0,202 (20,2 persen) pada data yang terlampir pada tabel di atas. Ini menunjukkan bahwa variabel x adalah 20,2 persen bertanggung jawab atas variasi dalam variabel y.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Kesimpulan bahwa penelitian yang berjudul “Pengaruh Pemberitaan Di Media Sosial Terhadap Tingkat Kepercayaan Khalayak” Berdampak Baik dan Signifikan dapat ditarik dari rumusan masalah, pengujian hipotesis, dan temuan berdasarkan dengan data-data yang telah di kumpulkan dan sudah di uji dengan metode regresi dapat di simpulkan sebagai berikut :

1. Dari data yang di lampirkan di atas menyatakan bahwa $R=0,449$ korelasi yang positif antara variabel x dan y untuk itu variabel media sosial memiliki korelasi yang positif dan memiliki hubungan antara variabel media sosial terhadap variabel tingkat kepercayaan
2. Nilai t pada tabel di atas adalah 3,099 dan Sig nya berjumlah 0,004 dari data tabel di atas menunjukan bahwa nilai signifikan variabel media sosial lebih kecil dari 0,05 hal tersebut menunjukan bahwa variabel media sosial memiliki pengaruh terhadap tingkat kepercayaan (H0 ditolak dan Ha diterima)
3. Dan dalam tabel coefficients model regresi : $Y = 24.943 + 0,485 X$ tidak ada peningkatan 1 (1%) terhadap X

Saran

Berdasarkan penelitian yang di lakukan saat ini ataupun terdahulu maka peneliti memberikan saran-saran untuk penelitian selanjutnya antara lain :

1. Untuk penelitian pengaruh pemberitaan di media sosial terhadap tingkat kepercayaan

2. Responden harus benar-benar membaca tentang setiap pertanyaan yang ada di kuesioner
3. Sertakan email responden pada kolom data responden
4. Penelitian selanjutnya harus lebih fokus terhadap objek-objek yang akan diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Atik Riyani (Pendidikan Agama slam, . A. . N., & Tulungagung). (2019). "Pengaruh Wawasan Keagamaan dan Wawasan Kebangsaan Terhadap Perilaku Religius Dan Perilaku Sosial Siswa di SMPN 2 Tulungagung dan SMPN 1 Kedungwaru."
- Butar, H. S., 1□, B., Karneli, Y., & Butar Butar, S. (2022). *EDUKATIF: JURNAL LMU PENDIDIKAN* Persepsi Pelaku Terhadap Bullying dan Humor. *Jurnal Ilmu Pendidikan*, 4, 372–379. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v4i1.1843>
- DataIndonesia. (2021). Pengguna tiktok ndonesia terbesar kedua di dunia. *Data Pengguna Tiktok ndonesia Terbesar Kedua Di Dunia*, september 2016, 1–16.
- Fahrrurozi, Faizah, K. 2019. (2019). *Buku Ilmu Dakwah*. n W. Junaedi & . M. DF (Eds.), *Buku Ilmu Dakwah* (Cetakan Pe). PRENDAMEDIA GROUP.
- Ghaisani, N. (2021). *PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK TERHADAP PERILAKU KEAGAMAAN REMAJA DI KECAMATAN BLANGKEJEREN* (Vol. 2). <http://jurnal.uinsu.ac.id/index.php/>
- Islam, U., Kiai, N. P., Saifuddin, H., & Purwokerto, Z. (n.d.). *PEMANFAATAN MEDIA TIKTOK SEBAGAI MEDIA DAKWAH OLEH KHWAN MUKHLIS* SKRIPSI Diajukan kepada Fakultas Dakwah.
- Kompas.com. (2022). *Daftar 5 Platform Sosial Media Terpopuler di ndonesia*. Kompas.Com, 4–5. [https://www.kompasiana.com/fahmipr0/62c976f50758cb59a06c8892/daftar-5-](https://www.kompasiana.com/fahmipr0/62c976f50758cb59a06c8892/daftar-5-platform-sosial-media-terpopuler-di-indonesia?page=all#section1)
- platform-sosial-media-terpopuler-di-indonesia?page=all#section1
- Kris, O., & ndra, . (2021). *Program studi komunikasi dan penyiaran slam fakultas dakwah nstitut agama slam negeri salatiga tahun 2021*.
- Pratiwi, C. S. (2022). *Platform TikTok sebagai Representasi Media Dakwah di Era Digital* Oleh. n JISAB *The Journal of slamic Communication and Broadcasting* (Vol. 2, ssue 1).
- Rohman, F., & Machtumah Malayati, ah. (n.d.). *KORELASI NTENSITAS PENGGUNAN TIKTOK DENGAN TINGKAT KUALITAS DAKWAH MAHASISWA*. <https://journal.ugm.ac.id/jkki/article/view/55575/27986>
- Romli, A. S. M. (2013). *Komunikasi Dakwah, Pendekatan Praktis*. [http://etheses.iainkediri.ac.id/155/3/7.BAB .pdf](http://etheses.iainkediri.ac.id/155/3/7.BAB.pdf)
- Salma Humaira Supratman, Rodliyah Khuza’I, & Hendi Suhendi. (2022). *Efektivitas Dakwah Melalui Media Sosial Tiktok dalam Meningkatkan Nilai-Nilai Keberagamaan*. *Jurnal Riset Komunikasi Penyiaran slam*, 10–14. <https://doi.org/10.29313/jrkpi.v2i1.748>
- Suhandang, D. K. (2013). *Buku Ilmu Dakwah Persfektif Komunikasi* (2013) (E. Kuswandi (ed.); Cetakan Pe). PT. REMAJA ROSDAKARYA BANDUNG.
- Usman, F. (2016). *Efektivitas Penggunaan Media Online Sebagai Sarana Dakwah*. *Jurnal Ekonomi Dan Dakwah slam (Al-Tsiqoh)*, 1(1), 1–8.