

# PENGARUH BLOG, YOUTUBE, DAN FACEBOOK TERHADAP PEMAHAMAN POKOK AJARAN HINDU MAHASISWA STAH NEGERI GDE PUDJA MATARAM

Putu Ari Satya Laksana<sup>1</sup>, I Wayan Ardhi Wirawan<sup>2</sup>, Susilo Edi Purwanto<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Institut Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram  
Email korespondensi: [arisatya.as@gmail.com](mailto:arisatya.as@gmail.com)

## ABSTRACT

*The purpose of this study is to determine the effect of Blogs, Youtube, and Facebook on the basic understanding of Hinduism Teachings for college students of the Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, directly and indirectly through information satisfaction. The uses and effect mass communication theory was used to support the discussion in this study, which is a synthesis of the uses and gratifications theory and the traditional theory of effects. The population used in this study was 318 students and the sample used was 80 students. The data collection techniques were carried out by questionnaires and observations. The data analysis method used in this study is path analysis using SPSS program. The results showed that youtube and facebook effect the basic understanding of Hinduism teachings directly and indirectly through information satisfaction. While blogs do not affect the basic understanding of Hinduism teachings directly and indirectly through information satisfaction. The value of the total determination coefficient (R-square) obtained from this study is 0.951. This means that Blogs, Youtube, and Facebook effect on the basic understanding of Hinduism teachings by 95.1%, while the remaining 4.9% is influenced by other variables that is not included in this study.*

**Keywords :** Online Media; Hinduism; IAHN Gde Pudja Mataram.

## ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh blog, youtube, dan facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu pada mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram, baik secara langsung maupun secara tidak langsung melalui kepuasan informasi. Teori yang digunakan untuk mendukung pembahasan dalam penelitian ini adalah teori komunikasi massa *uses and effect*, yang merupakan sintesis dari teori *uses and gratifications theory* dan teori tradisional mengenai efek. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram yang semuanya berjumlah 318 orang dan sampel penelitian ini adalah berjumlah 80 orang. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan kuesioner dan observasi. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis jalur dengan menggunakan software SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa youtube dan facebook berpengaruh terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan informasi. Sedangkan blog tidak berpengaruh terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu baik secara langsung maupun tidak langsung melalui kepuasan informasi. Nilai koefisien determinasi total diperoleh dari penelitian ini sebesar 0,951. Hal ini berarti bahwa Blog, Youtube, dan Facebook menjelaskan pengaruhnya terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu sebesar 95,1%, sedangkan sisanya sebesar 4,9% dipengaruhi oleh variabel lainnya yang tidak diikutkan dalam penelitian ini.

**Kata kunci :** Media Online; Ajaran Hindu; IAHN Gde Pudja Mataram.

## I. PENDAHULUAN

Perkembangan media sebagai saluran komunikasi kian berkembang pesat kemudian memunculkan istilah *new media*. Blog, Youtube, dan Facebook merupakan media online berbasis *new media* yang menjadi tenar di masyarakat karena memiliki banyak kelebihan dibanding dengan media-media lama. Fenomena *new media* ini merupakan fenomena yang sangat menarik untuk diteliti saat ini. Setiap orang dituntut untuk tahu tentang *new media* sebagai bentuk dari keikutsertaan aktifitas globalisasi, sehingga mau tidak mau harus masuk dalam pengguna *new media*. Konsumen bisa menjadi pengguna dan pengguna bisa menjadi konsumen, dalam arti pertumbuhan dari *citizen journalism* sangat besar. Masyarakat kalangan manapun dan dimanapun kini dapat menjadi bagian dari jurnalisme. Salah satu fungsi media online adalah fungsi pendidikan. Hal ini menjadi sangat unik di masyarakat khususnya masyarakat hindu, mengingat masih kentalnya budaya-budaya lokal yang sangat tradisional. Penggunaan serta pengaruh dari media online bisa dibilang sudah hampir mampu mengalahkan media massa lainnya seperti televisi dan majalah, hal ini dikarenakan media online tidak hanya bisa diakses lewat komputer tetapi juga bisa melewati smartphone yang pada umumnya sudah banyak dimiliki oleh masyarakat hindu Kota Mataram.

Penggunaan media online banyak digunakan oleh masyarakat di usia produktif yaitu masyarakat di umur 10 hingga 60 tahun. Menurut teori generasi (*generation theory*), generasi Z atau generasi yang lahir antara tahun 1995 sampai dengan tahun 2012 merupakan generasi yang paling akrab dan mendominasi penggunaan teknologi digital serta penggunaan media sosial. Sisanya didominasi juga oleh generasi Y yang lahir antara tahun 1977 sampai dengan 1994. Kedua generasi ini merupakan generasi yang hingga kini masih tergolong produktif. Hasil pengalaman serta observasi penulis di dunia maya, bahwa media online yang banyak menyediakan informasi serta pengetahuan pokok-pokok ajaran agama Hindu adalah Blog, Youtube, dan Facebook. Ketiga media online ini memiliki postingan tentang agama Hindu yang cukup banyak serta sering diakses oleh masyarakat terutama kalangan masyarakat terpelajar seperti anak sekolah, guru, dosen maupun mahasiswa. Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram merupakan salah satu sekolah tinggi Hindu yang menggunakan media online untuk menjalankan aktifitas pendidikan di lingkungannya. Terpenuhinya kebutuhan informasi Mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram yang menggunakan media online Blog, Youtube, dan Facebook diketahui mampu meningkatkan pemahaman mahasiswa.

Terpenuhinya kebutuhan komunikasi memperoleh informasi dari media online tentu akan mempengaruhi tingkat kepuasannya menggunakan media online. (Tjiptono dan Chandra, 2011:292) Teori *uses and effects* menjelaskan bahwa kepuasan setiap orang akan berbeda dalam menggunakan media online dikarenakan pesan/kualitas pesan yang tersaji berbeda-beda. Teori pengguna dan efek juga menjelaskan bahwa penggunaan suatu media akan menghasilkan banyak efek. Sehingga penelitian ini memfokuskan efek dari penggunaan media online Blog, Youtube, dan Facebook yaitu pemahaman pokok ajaran Hindu (Weda dan Para Rsi penerima wahyu, *Panca Sradha* (lima dasar keyakinan Hindu), *Karma Marga* (kewajiban untuk mencapai moksa), *Bhakti Marga* (jalan pemujaan kepada Sang Hyang Widhi Wasa), *Yoga Marga* (cara menghapuskan *Panca Klesa*), serta bagaimana jika di mediasi oleh kepuasan yang diperoleh dari menggunakan media tersebut. Setiap orang baik itu karena pengaruh umur, sosial internal dan eksternal, memiliki kemampuan yang berbeda dalam mencapai suatu pemahaman atau dalam hindu disebut *shadaranikaran*. Mencapai suatu kesepahaman atau *sahridayata* dari pesan yang dikomunikasikan oleh komunikator melalui media online belum tentu tercapai dengan hasil yang sama, oleh karena itu penulis ingin mengetahui **Pengaruh Blog, Youtube, dan Facebook Terhadap Pemahaman Pokok Ajaran Hindu Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram.**

Penelitian ini disusun dalam tiga bagian yaitu sebagai berikut : (1) bagian pendahuluan yang mengungkapkan latar belakang dilakukannya penelitian ini, (2) bagian isi yang mengungkapkan hipotesis penelitian, metode penelitian yang digunakan dan hasil serta pembahasan, dan (3) bagian akhir yaitu kesimpulan.

## **II. HIPOTESIS**

### **Blog dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Blog merupakan aplikasi *website* yang menyerupai tulisan-tulisan (yang dimuat sebagai posting) pada sebuah halaman *website* umum. Umumnya blog adalah “jurnal pribadi”, disebut juga catatan harian online, berisi tulisan informal tentang yang dipikirkan, dialami, dirasakan, atau gagasan sang blogger tentang satu masalah atau peristiwa (M.Romli, 2014). Blog yang berisikan pokok ajaran agama Hindu sangat banyak dan memiliki ciri khas bahasa, sistematika penjelasan, kelengkapan penjelasan serta nilai pesannya sesuai penulis masing-masing. Teori *uses and effect* (Sven Windahl, 1979) menjelaskan bahwa penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Artinya Media Online yang merupakan media massa akan menghasilkan banyak efek, salah

satunya dalam fokus penelitian ini adalah pemahaman penggunanya. Hipotesis pertama yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

H<sub>1</sub> : Blog berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu.

### **Youtube dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Youtube merupakan situs *sharing* video nomor 1 di dunia yang memiliki misi yaitu memberi kebebasan menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang (youtube.com). Bali TV merupakan salah satu akun Youtube yang mengunggah video tentang agama Hindu serta banyak juga beberapa postingan tentang Dharma Wacana, bebantenan, kidung, dan lain-lain yang tidak resmi yang diunggah oleh *Netizen*. Teori *uses and effect* (Sven Windahl, 1979) menjelaskan bahwa penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Artinya penggunaan media youtube juga menghasilkan efek yang peneliti fokuskan pada pemahaman pokok ajaran Hindu, maka hipotesis kedua penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H<sub>2</sub> : Youtube berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu.

### **Facebook dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Facebook adalah sebuah *website* jejaring sosial yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personil lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya (handpage.blogspot.com). Media Facebook juga dapat memberikan efek pemahaman penggunanya seperti yang dijelaskan dalam teori pengguna dan efek (Sven Windahl, 1979). Dengan demikian, pada penelitian ini, hipotesis ketiga yang diajukan yaitu sebagai berikut :

H<sub>3</sub> : Facebook berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu.

### **Blog dan Kepuasan Informasi**

Blog merupakan media online yang menyajikan berbagai informasi dan pengetahuan. Mahasiswa tentu membutuhkan media blog sebagai media informasi dan memperoleh tambahan ilmu pengetahuan. Dalam teori *uses and gratification* terpenuhinya kebutuhan dasar individu merupakan alasan digunakannya media tersebut. Jika motif seseorang memperoleh informasi terpenuhi maka kepuasan akan kebutuhannya tercapai. Dengan demikian, maka hipotesis keempat yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

H<sub>4</sub>: Blog berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi.

### **Youtube dan Kepuasan Informasi**

Youtube merupakan situs *share* video yang paling banyak digunakan oleh orang-orang di dunia. Video di youtube tentang pokok ajaran Hindu biasanya dalam *Dharma Wacana dan Dharma Tula*. Sesuai dengan teori *uses and gratification*, motif seseorang yang terpenuhi dari memperoleh informasi menggunakan media khususnya media youtube maka akan mencapai kepuasan. Hipotesis kelima yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

H<sub>5</sub>: youtube berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi.

### **Facebook dan Kepuasan Informasi**

Facebook dimana penggunaanya dapat memposting foto, tulisan, maupun video merupakan media yang sering digunakan untuk saling memberikan pemahaman agama antar umat Hindu. Teori *uses and gratification* menunjukkan bahwa facebook sebagai media yang memenuhi kebutuhan informasi penggunaanya dapat memberikan kepuasan. Sehingga hipotesis keenam yang diajukan dalam penelitian ini yaitu :

H<sub>6</sub> : facebook berpengaruh signifikan terhadap kepuasan informasi.

### **Kepuasan Informasi dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

*Uses and gratifications*, penggunaan media pada dasarnya ditentukan oleh kebutuhan dasar individu sedangkan dalam *uses and effects theory* kebutuhan hanyalah salah satu dari faktor-faktor yang menyebabkan terjadinya penggunaan media. Karena pengetahuan mengenai penggunaan media akan memberikan jalan bagi pemahaman dan perkiraan tentang hasil dari suatu proses komunikasi massa (Sendjaja, 2004). Dengan demikian, maka hipotesis keempat yang diajukan pada penelitian ini yaitu :

H<sub>7</sub>: Kepuasan informasi berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu.

### **Blog, Kepuasan Informasi, dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Pokok-pokok ajaran Hindu banyak terposting didalam Blog yang merupakan situs *website*. Teori *uses and effect* (Sven Windahl, 1979) menjelaskan bahwa penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Artinya penggunaan media blog juga menghasilkan efek yang peneliti fokuskan pada pemahaman pokok ajaran Hindu. kepuasan pengguna yang berasal dari terpenuhinya motif mendapatkan informasi merupakan perantara dari timbulnya efek tersebut, maka hipotesis kedelapan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H<sub>8</sub>: Blog berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi.

### **Youtube, Kepuasan Informasi, dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Youtube merupakan situs sharing video yang dalamnya juga banyak terposting *Dharma Wacana* dan *Dharma Tula* tentang pokok-pokok ajaran Hindu. Teori *uses and effect* (Sven Windahl, 1979) menjelaskan bahwa penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Artinya penggunaan media youtube juga menghasilkan efek yang peneliti fokuskan pada pemahaman pokok ajaran Hindu. kepuasan pengguna yang berasal dari terpenuhinya motif mendapatkan informasi dari youtube merupakan perantara dari timbulnya efek tersebut, maka hipotesis kesembilan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

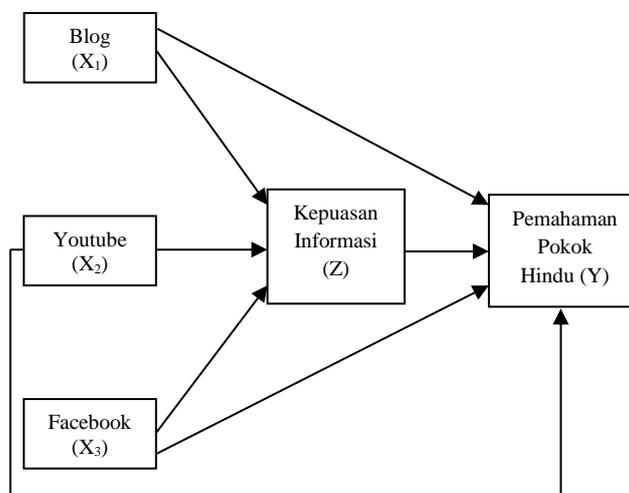
H<sub>9</sub>: Youtube berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi.

### **Facebook, Kepuasan Informasi, dan Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Facebook merupakan media sosial dimana para penggunanya dapat berinteraksi serta saling sharing tentang sesuatu, dan fokus penelitian ini adalah tentang pokok-pokok ajaran Hindu. Teori *uses and effect* (Sven Windahl, 1979) menjelaskan bahwa Penggunaan media menghasilkan banyak efek terhadap suatu individu. Artinya penggunaan media facebook menghasilkan efek yang peneliti fokuskan pada pemahaman pokok ajaran Hindu. kepuasan pengguna yang berasal dari terpenuhinya motif mendapatkan informasi dari facebook merupakan perantara dari timbulnya efek tersebut, maka hipotesis kesembilan penelitian ini yaitu sebagai berikut :

H<sub>10</sub>: Facebook berpengaruh signifikan terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi.

Gambar 1.1. Kerangka Konsep Penelitian



### III. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini adalah penelitian asosiatif yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui hubungan antara dua variabel atau lebih. Sedangkan pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah pendekatan positivis atau kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram yaitu sebanyak 318 orang. Dari 318 orang, sebanyak 80 orang dijadikan sebagai sampel penelitian ini dan diharapkan dapat mewakili populasinya. Pengambilan sampel dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik *purposive sampling*. Menurut Sugiyono (2013:126) *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu. Adapun kriteria pertimbangan pengambilan sampel yang dilakukan dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa yang minimal sudah menjalani 2 Semester dan sering menggunakan media online serta berada pada usia produktif. Data pada penelitian ini adalah data primer yang diperoleh dari hasil survey menggunakan kuesioner di lingkungan Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram.

#### Definisi Operasional Variabel

##### 1. Blog

Blog adalah “jurnal pribadi”, disebut juga catatan harian online, berisi tulisan informal tentang yang dipikirkan, dialami, dirasakan, atau gagasan sang blogger tentang satu masalah atau peristiwa. Siapapun bisa menggunakan blog untuk berbagai tujuan, tidak terkecuali dalam memeberikan informasi/pengetahuan mengenai pemahaman agama. Konten Blog bersifat multimedia, bisa berupa gabungan teks, foto, grafis, audio, video, dan animasi. Blog yang baik dapat dilihat dari dua segi, yaitu tampilan (desain) dan isi (konten) (M.Romli, 2014).

##### 2. Youtube

Youtube merupakan situs khusus untuk mengunggah video. Youtube merupakan situs *sharing* video nomor 1 di dunia yang memiliki misi yaitu memberi kebebasan menyampaikan pendapat dan menunjukkan dunia kepada setiap orang (youtube.com).

##### 3. Facebook

Facebook adalah sebuah *website* jejaring sosial yang memungkinkan para pengguna dapat menambahkan profil dengan foto, kontak, ataupun informasi personil lainnya dan dapat bergabung dalam komunitas untuk melakukan koneksi dan berinteraksi dengan pengguna lainnya (handpage.blogspot.com)

#### 4. Kepuasan Informasi

kepuasan adalah suatu sikap yang diputuskan berdasarkan pengalaman yang didapatkan, Lovelock dan Wirtz (dalam Nuraisyah.net). McQuail (1991) menjelaskan bahwa kepuasan informasi terjadi akibat dari motif yang dimiliki oleh individu untuk mendapatkan informasi terpenuhi. Sehingga kepuasan informasi adalah tercapainya motif dari penggunaannya dalam mendapatkan informasi atau pengetahuan dari suatu media.

#### 5. Pemahaman Pokok Ajaran Hindu

(Winkel, 1996) Pemahaman berarti kemampuan untuk menerjemahkan, *menginterpretasi* (menafsirkan), *mengekstrapolasi* (mengungkapkan makna dibalik suatu kalimat) dan menghubungkan diatas fakta atau konsep. Pemahaman adalah tingkatan kemampuan yang mengharapakan seseorang mampu memahami arti atau konsep, situasi serta fakta yang diketahuinya. Pokok-pokok ajaran Hindu merupakan ajaran Hindu yang wajib untuk dipahami oleh umat Hindu yaitu Weda dan Para Rsi penerima wahyu, *Panca Sradha* (lima dasar keyakinan Hindu), *Karma Marga* (kewajiban untuk mencapai moksa), *Bhakti Marga* (jalan pemujaan kepada Sang Hyang Widhi Wasa), *Yoga Marga* (cara menghapuskan *Panca Klesa*) (Nurkencana, 2011). Sehingga pemahaman pokok ajaran Hindu adalah kemampuan seseorang dalam menerjemahkan, menginterpretasi, mengekstrapolasi dan menghubungkan diatas fakta atau konsep tentang pokok-pokok ajaran Hindu.

#### **Analisis Data**

Pada penelitian ini metode analisis yang digunakan yaitu *Path Analysis* (Analisis Jalur). Taraf pengujian hipotesis yaitu sebesar 5% dan dengan membandingkan nilai t-hitung dengan t-tabel. Adapun variabel independen pada penelitian ini adalah blog ( $X_1$ ), youtube ( $X_2$ ), Facebook ( $X_3$ ). Kepuasan informasi ( $Z$ ) sebagai variabel intervening, sedangkan variabel dependen pada penelitian ini yaitu pemahaman pokok ajaran Hindu ( $Y$ ). Model penelitian ini sebagai berikut.

Model regresi I :

$$Y = \rho_{zx1}X_1 + \rho_{zx2}X_2 + \rho_{zx3}X_3 + \varepsilon_1$$

Model Regresi II :

$$Y = \rho_{yx1}X_1 + \rho_{yx2}X_2 + \rho_{yx3}X_3 + \rho_{yz}Z + \varepsilon_2$$

#### IV. HASIL UJI ASUMSI KLASIK

##### Uji normalitas

Pengujian normalitas pada penelitian ini menggunakan uji *One Sample Kolmogorov-Smirnov test* serta melihat diagram Normal P-P Plot. Hasil pengujian menunjukkan pada regresi tahap pertama nilai signifikansi sebesar 0,331 dan pada regresi tahap kedua nilai signifikansi sebesar 0,225. Kedua hasil pengujian tersebut menunjukkan nilai yang lebih besar dari taraf signifikansi 5% sehingga asumsi normalitas terpenuhi. Diagram Normal P-Plot juga menunjukkan persebaran data yang normal.

##### Uji Multikolinearitas

Uji asumsi klasik yang kedua yaitu uji multikolinearitas. Hasil uji multikolinieritas disajikan pada tabel di bawah ini.

Tabel 1. Hasil Uji Multikolinearitas

Model 1 :	Collinearity Statistics		Ket.
	Tolerance	VIF	
Blog	0,490	2,043	Bebas Multikolinearitas
Youtube	0,475	2,105	Bebas Multikolinearitas
Facebook	0,336	2,978	Bebas Multikolinearitas
Model 2 :			
Blog	0,489	2,047	Bebas Multikolinearitas
Youtube	0,451	2,218	Bebas Multikolinearitas
Facebook	0,180	5,570	Bebas Multikolinearitas
Kepuasan Informasi	0,215	4,660	Bebas Multikolinearitas

Sumber : SPSS (data diolah, 2018)

Pada tabel 1. Diatas menunjukkan bahwa nilai VIF berada disekitar angka 1 dengan nilai *tolerance* mendekati angka 1. Dengan demikian, maka dari hasil pengujian tersebut dapat dikatakan bahwa model regresi tidak terjadi masalah multikolinieritas.

##### Uji Regresi

Pada penelitian ini, pengujian regresi tahap pertama dilakukan dengan menguji pengaruh blog, youtube, dan facebook terhadap kepuasan informasi. Pengujian regresi tahap kedua dilakukan dengan menguji blog, youtube, facebook dan kepuasan informasi terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu. Hasil uji regresi ditunjukkan pada tabel di bawah ini.

Tabel 2. Hasil uji regresi tahap pertama

Variabel independen	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Keterangan
	Koef. regresi	Std. Error			

C	14,000	4,039	3,466	0,001	
Blog	0,029	0,058	0,384	0,702	Tidak sig.
Youtube	0,156	0,074	2,021	0,047	Sig. *)
Facebook	0,746	0,083	8,134	0,000	Sig. *)
Variabel dependen	Kepuasan Informasi (Z)				
Koef. Determinasi (R <sup>2</sup> ) : 0,785					
F-Hitung : 92,724					
Sig. F-Hitung : 0,000					

Keterangan : \*) = signifikan pada alpha 5%.

Sumber : SPSS (data diolah, 2018).

Persamaan regresi tahap pertama pengaruh blog, youtube, dan facebook, terhadap kepuasan informasi dapat ditulis sebagai berikut:

$$Z = 0,029 X_1 + 0,156 X_2 + 0,746 X_3 + 0,215 \varepsilon_1$$

Sementara itu, hasil pengujian tahap kedua, pengaruh blog, youtube, facebook dan kepuasan informasi terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu pada tabel 3 berikut ini.

Tabel 3. Hasil uji regresi tahap Kedua

Variabel independen	Unstandardized Coefficients		t	Sig.	Keterangan
	Koef. regresi	Std. Error			
C	-8,175	3,291	-2,484	0,015	
Blog	0,061	0,044	1,673	0,098	Tidak sig.
Youtube	0,112	0,057	2,953	0,004	Sig. *)
Facebook	0,234	0,086	3,897	0,000	Sig. *)
Kepuasan Informasi	0,635	0,087	11,583	0,000	Sig. *)
Variabel dependen	Pemahaman Pokok Ajaran Hindu (Y)				
Koef. Determinasi (R <sup>2</sup> ) : 0,952					
F-Hitung : 368,651					
Sig. F-Hitung : 0,000					

Sumber : SPSS (data diolah, 2018).

Persamaan regresi tahap kedua, pengaruh blog, youtube, facebook dan kepuasan informasi terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu dapat dirumuskan sebagai berikut :

$$Y = 0,061 X_1 + 0,112 X_2 + 0,234 X_3 + 0,635 Z + 0,048 \varepsilon_2$$

Hasil uji pengaruh tidak langsung diatas juga diperkuat hasil tes sobel berikut:

Pengaruh Variabel	Statistic Test	$\rho$ -value
X <sub>1</sub> terhadap Y	0.498	0.617

X <sub>2</sub> terhadap Y	2.025	0.042
X <sub>3</sub> terhadap Y	5.665	0.000

Sumber: quantpsy.org

Dari hasil uji sobel diatas, diperoleh nilai *statistic* dari pengaruh tidak langsung blog terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu sebesar 0,498 dengan *p-value* 0,617 melebihi nilai probabilitas, sehingga dinyatakan tidak signifikan. Pengaruh tidak langsung youtube terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu sebesar 2,025 dengan *p-value* 0,042 kurang dari nilai probabilitas, dinyatakan signifikan. Sedangkan Pengaruh tidak langsung facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu sebesar 5,665 dengan *p-value* 0,000 kurang dari nilai probabilitas, dinyatakan signifikan.

## V. HASIL DAN PEMBAHASAN

### Pengaruh Blog terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu

Hasil penelitian uji pengaruh langsung Blog terhadap pemahaman pokok-pokok ajaran Hindu menunjukkan hipotesis ditolak. Tidak terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara blog terhadap pemahaman pokok-pokok ajaran Hindu. Hasil ini tidak mendukung penelitian M. Ridha (2016) yang menyatakan bahwa pemanfaatan Blog sebagai media pembelajaran sangat efektif untuk diterapkan dalam mata kuliah.

Hasil uji pengaruh Blog terhadap Pemahaman ini menunjukkan ketidakserasian antara teori penggunaan dan efek. Karena penggunaan media online Blog dalam penelitian ini nyatanya tidak dapat memberikan efek pemahaman kepada Mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram. Kelengkapan informasi dan pengetahuan serta kemudahan mengakses menyebabkan lemahnya pemahaman mahasiswa. Hal ini dikarenakan segala kebutuhan akademis terlalu mudah untuk diperoleh dan akhirnya menurunkan minat mahasiswa untuk mencari pendalaman pemahaman pokok ajaran Hindu dari media lain seperti berdiskusi dengan dosen, para pemuka agama, serta buku-buku dengan sumber yang jelas. Tugas-tugas yang diberikan kepada mahasiswa cukup mudah diperoleh dari media online Blog sehingga memanjakan mahasiswa dan memunculkan pemahaman yang tidak dalam. Inilah yang menyebabkan pemahaman mempelajari pokok ajaran Hindu menjadi lemah, karena itu penggunaan media online Blog harus benar-benar diawasi oleh para Dosen yang mengajar agar mahasiswa tidak sepenuhnya terpaku pada kemudahan memperoleh pengetahuan dari Blog.

### **Pengaruh Youtube terhadap Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis penelitian kedua diterima. Bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara Youtube terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu. Hasil penelitian ini mendukung penelitian David (2017), dimana hasil dari penelitiannya menunjukkan bahwa konten Blog dalam Youtube berpengaruh signifikan terhadap sikap mahasiswa. Penelitian ini sesuai dengan penelitian David (2017) karena sama-sama meneliti pengaruhnya ke penggunaanya (efek yang ditimbulkan).

Hasil penelitian ini sesuai dengan teori *uses and effect* yang menyatakan bahwa penggunaan suatu media akan menghasilkan banyak efek. Pengaruh penggunaan media youtube ternyata mampu memberikan efek *kognitif* atau dalam fokus penelitian ini adalah pemahaman pokok ajaran Hindu. Media online youtube memang tidak banyak digunakan untuk mendalami pemahaman pokok ajaran Hindu, karena pada umumnya lebih banyak digunakan untuk hiburan. Namun penggunaannya oleh mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram ternyata membantu peningkatan pemahaman mereka sebagai generasi Hindu yang nantinya akan membawa Hindu ke masa depan.

### **Pengaruh Facebook terhadap Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian pengaruh langsung Facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu menunjukkan bahwa terjadi pengaruh yang signifikan atau dengan kata lain hipotesis diterima. Uji pengaruh facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu dalam penelitian ini sesuai dengan teori penggunaan dan efek, dimana pengguna facebook memperoleh efek dari penggunaan media yaitu pemahaman dalam mempelajari pokok ajaran Hindu. Media online facebook yang masuk dalam golongan sosial media ini sangat diminati oleh semua kalangan khususnya dalam penelitian ini mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram sehingga penggunaannya-pun sangat tinggi hingga mampu menimbulkan efek pemahaman yang cukup signifikan.

### **Pengaruh Blog terhadap Kepuasan Informasi**

Hasil penelitian uji pengaruh langsung Blog terhadap kepuasan informasi menunjukkan hipotesis ditolak. Hasil penelitian pengaruh blog terhadap kepuasan informasi ini tidak sesuai dengan teori *uses and Gratification* karena penggunaan blog oleh mahasiswa Hindu STAHN Gde Pudja Mataram tidak memberikan kepuasan penggunaanya. Motif memperoleh informasi tidak terpenuhi artinya, terdapat motif lain yang tidak ada pada penelitian ini dalam penggunaan blog sehingga dapat memberikan kepuasan

penggunaannya. Teori *uses and Gratification* menjelaskan bahwa selain motif informasi terdapat motif-motif lain yang mendasari penggunaan media seperti motif hiburan, motif identitas pribadi, serta motif integrasi dan interaksi sosial (McQuail 1991:72).

### **Pengaruh Youtube terhadap Kepuasan Informasi**

Hasil penelitian uji pengaruh langsung Youtube terhadap kepuasan informasi menunjukkan hipotesis diterima. Terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara Youtube terhadap kepuasan informasi. Hasil ini mendukung jurnal Mellyaningsih (2016) yang menyatakan bahwa motif-motif yang terpenuhi dalam penggunaan youtube yaitu hiburan, informasi, hubungan antar pribadi, dan kesepian mempengaruhi efek penggunaannya. Mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram ternyata terpenuhi motif-motif memperoleh informasinya dari menggunakan media online youtube. Terbukti dari hasil uji pengaruh ini, youtube berpengaruh signifikan. Kepuasan informasi yang diperoleh tentu akan terus meningkatkan minat dari mahasiswa untuk terus menggunakan media youtube dalam memperoleh tambahan pemahaman pokok ajaran Hindu. Semakin minat diekspresikan dalam kegiatan tentu akan menguatkan minat tersebut seiring terpenuhinya kebutuhan dan kepuasan informasi. Hasil ini juga sesuai dengan teori *uses and effect* karena salah satu efek dari penggunaan media adalah kepuasan pengguna. Youtube memungkinkan pengguna dengan mudah mengakses video apapun termasuk dalam fokus penelitian ini adalah tentang pokok ajaran Hindu. Postingan video pengetahuan agama Hindu yang di *share* biasanya adalah *Dharma Wacana* dan *Dharma Tula*. Bahasa yang di gunakan oleh narasumber di youtube biasanya menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan sangat menyejukkan hati, ini tercermin pula pada hasil jawaban responden. Kemudian mahasiswa juga lebih mudah mendapatkan kemandirian untuk belajar sendiri di rumah karena langsung mendengar materi dari narasumber.

### **Pengaruh Facebook terhadap Kepuasan Informasi**

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima, bahwa terdapat pengaruh langsung yang signifikan antara facebook terhadap kepuasan informasi. Hasil penelitian ini sesuai dengan penelitian Kadir (2014) yang menyatakan bahwa motif-motif menggunakan facebook sangat berperan penting dalam diri remaja yang menjadi pendorong untuk menggunakan jejaring sosial facebook sesuai dengan perkembangan jaman saat ini dan dalam penelitiannya pula terjadi pengaruh dari motif informasi dalam penelitian ini. Motif-motif menggunakan facebook dalam memperoleh informasi terpenuhi sehingga menimbulkan kepuasan pengguna. Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde

Pudja Mataram rata-rata memiliki facebook sebagai media untuk bersosialisasi di dunia maya. Selain dalam hal memenuhi kebutuhan interaksi, facebook juga membantu penggunanya untuk mendapat berbagai informasi, khususnya dalam penelitian ini adalah tentang pokok-pokok ajaran Hindu. Kenyataannya, akun-akun facebook seperti *I Love Hindu*, *Art Of Krishna*, Gde Prama's Compassion, Hindu Bali, serta banyak lagi grup komunitas Hindu yang lain, sangat sering digunakan untuk saling mendiskusikan pokok-pokok ajaran agama Hindu. Sehingga dalam hal ini, mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram tentu sangat mudah mendapatkan tambahan pemahaman untuk mendalami pokok-pokok ajaran Hindu. Berbagai akun facebook Hindu sering menggunakan bahasa yang singkat dan mudah dimengerti oleh pembacanya. Kemudian bahasa yang indah dalam berbagai postingan terjemahan sloka atau sastra Hindu lainnya sangat menyentuh hati pembacanya.

### **Pengaruh Kepuasan Informasi terhadap Pemahaman Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima, bahwa terdapat pengaruh langsung antara kepuasan informasi terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu secara signifikan. Sesuai teori *uses and effect*, penggunaan media akan menghasilkan banyak efek. Setelah penggunaan media menyebabkan kepuasan bagi penggunanya, muncul efek selanjutnya yaitu dalam penelitian ini adalah pemahaman. Seiring terpenuhinya kebutuhan informasi serta pemahaman, akan meningkatkan penggunaan dari media tersebut. Hal ini sejalan dengan Jahja (2011), yang menyatakan minat berhubungan dengan aspek kognitif, afektif dan motorik dan merupakan sumber motivasi untuk melakukan apa yang di inginkan. Minat berhubungan dengan sesuatu yang menguntungkan dan dapat menimbulkan kepuasan bagi dirinya. Mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram merasa terbantu dengan adanya media online Blog, Youtube, dan Facebook karena memperoleh informasi dan pengetahuan menjadi sangat mudah. Postingan-postingan mengenai pemahaman Weda dan Para Rsi penerima wahyu, *Panca Sradha* (lima dasar keyakinan Hindu), *Karma Marga* (kewajiban untuk mencapai moksa), *Bhakti Marga* (jalan pemujaan kepada Sang Hyang Widhi Wasa), *Yoga Marga* (cara menghapuskan *Panca Klesa*) sangat mudah diperoleh dari ketiga media online ini. Sehingga dapat membantu mahasiswa memenuhi kewajibannya sebagai mahasiswa Hindu yang harus benar-benar memahami pokok ajaran Hindu.

### **Pengaruh Tidak Langsung Blog terhadap Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian menunjukkan tidak terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara blog terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan

informasi. Uji sobel dengan nilai statistik 0,498 juga tidak menunjukkan adanya pengaruh tidak langsung. Sehingga dapat disimpulkan bahwa media online Blog tidak berpengaruh terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi. Hasil penelitian ini tidak mendukung M.Ridha (2016) yang menyatakan bahwa Blog sangat efektif sebagai media pembelajaran dan Farida (2014) yang menyatakan Blog memiliki potensi menciptakan pembelajaran yang efektif dalam lingkungan pembelajaran jarak jauh. Media yang baik adalah media yang memberikan kepuasan pada penggunanya. Dalam penelitian ini, ternyata kepuasan memperoleh informasi belum mampu mempengaruhi pemahaman penggunanya. Adanya kepuasan informasi yang diperoleh dari penggunaan media online Blog oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram tidak mampu meningkatkan pemahaman mereka. Artinya penggunaan blog masih hanya sebatas untuk memenuhi kebutuhan proses akademis dan belum sampai ke pemahaman. Kemudian hal ini juga tidak sesuai dengan teori *uses and effect* yang menyatakan bahwa terpenuhinya kebutuhan pengguna merupakan perantara dari timbulnya suatu efek serta persepsi penggunaan pada media tersebut. Jika melihat kondisi sebenarnya, Blog memang menghadirkan berbagai informasi dan pengetahuan yang dibutuhkan setiap orang. Tidak terkecuali untuk mahasiswa yang membutuhkan banyak pengetahuan ajaran agama Hindu. Sangat banyak pilihan narasumber yang tersedia dengan berbagai macam jenis penyampaian pesan, dari yang singkat hingga penjelasan mendetail. Namun berdasarkan hasil observasi partisipatif peneliti, penggunaan media online blog sering kali tidak tepat, khususnya dalam hal ini mengenai pencarian informasi atau pengetahuan. Sebagian mahasiswa pengguna media online Blog menggunakannya hanya untuk memenuhi kebutuhan syarat akademis atau mencari nilai tinggi dan sebagian lagi memang menggunakan untuk mendalami pokok ajaran Hindu. Hal ini menjadi salah satu yang menjadi penyebab mengapa penggunaan media blog tidak mempengaruhi pemahaman. Jika diteliti lebih dalam tentu masih banyak fenomena di lapangan yang menyebabkan media blog ini tidak mempengaruhi pemahaman pokok ajaran hindu seperti pada hasil penelitian ini.

### **Pengaruh Tidak Langsung Youtube terhadap Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian menunjukkan hipotesis diterima. Terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara youtube terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi. Kemudian diperkuat pula oleh hasil uji sobel dengan nilai statistik 2,025. Hasil penelitian ini mendukung penelitian Mellyaningsih (2016) yang menyatakan bahwa motif-motif yang terpenuhi dalam penggunaan youtube yaitu hiburan, informasi, hubungan antar

pribadi, dan kesepian mempengaruhi efek penggunaannya serta Siswa R. (2015) yang menyatakan isi pesan pada youtube memberikan pengaruh terhadap kepuasan penerima pesan dalam mendapatkan informasi. Terpenuhinya kepuasan menggunakan media online youtube oleh mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram ternyata mampu memberikan pemahaman pokok ajaran Hindu. Hal ini juga sejalan dengan teori *uses and effect* bahwa penggunaan media tertentu dapat menimbulkan banyak efek dan dalam hal ini terpenuhinya motif kepuasan informasi ternyata menimbulkan pemahaman dari penggunaan media youtube. Beberapa dosen STAHN Gde Pudja Mataram memang menggunakan youtube sebagai media tambahan untuk memahami pokok-pokok ajaran Hindu baik secara sengaja maupun tidak sengaja yang diupload ke situs youtube. Tentu ini menjadi penguat minat dari mahasiswa untuk terus menggunakan media youtube dalam menambah pemahaman. Para mahasiswa bisa mengulang apa yang sudah disampaikan oleh dosen di luar jam perkuliahan, sehingga dapat membantu mahasiswa belajar mandiri di rumah dan akan berujung pada pendalaman pemahaman mahasiswa.

### **Pengaruh Tidak Langsung Facebook terhadap Pokok Ajaran Hindu**

Hasil penelitian uji pengaruh tidak langsung Facebook terhadap pemahaman menunjukkan hipotesis diterima. Terdapat pengaruh tidak langsung yang signifikan antara Facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi. Kemudian hasil ini juga diperkuat oleh hasil uji sobel dengan nilai statistik 5,665. Teori *uses and effect* juga menguatkan penelitian ini karena penggunaan media akan menimbulkan banyak efek. Motif-motif kepuasan informasi yang terpenuhi dari menggunakan media facebook mempengaruhi pemahaman pokok ajaran Hindu mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram. Facebook menjadi yang tertinggi dari hasil penelitian ini. Facebook merupakan media sosial yang paling digemari oleh seluruh mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram. Dapat dipastikan sebagian besar mahasiswa menggunakan facebook dan sebagian sering mengakses akun-akun Hindu seperti akun Gede Prama's Compassion, Hindu Bali, Hindu Jawa, I Love Dharma, dan lain-lain. Dengan adanya postingan-postingan ajaran Hindu di facebook yang singkat dan menarik disertai gambar bahkan ada yang dalam berbentuk video, dapat meningkatkan kepuasan dari mahasiswa STAHN Gde Pudja Mataram dalam memperoleh informasi. Terpenuhinya kepuasan informasi dari penggunaan facebook telah mempengaruhi peningkatan pemahaman pokok ajaran Hindu mahasiswa, baik secara sadar maupun tidak sadar. Pemahaman pokok ajaran Hindu yang terposting dari

berbagai akun Hindu sangat beragam dan hingga dalam konteks aplikasi kehidupan beragama.

## **VI. SIMPULAN**

Dari hasil pengujian hipotesis, diperoleh pengaruh langsung signifikan antara youtube, facebook, dan kepuasan informasi terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu serta youtube dan facebook terhadap kepuasan informasi. Kemudian diperoleh pengaruh tidak langsung signifikan youtube dan facebook terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi. Dari kesepuluh hipotesis, terdapat tiga hipotesis yang tidak signifikan yaitu pengaruh langsung antara blog terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu, pengaruh langsung antara blog terhadap kepuasan informasi, dan pengaruh tidak langsung blog terhadap pemahaman pokok ajaran Hindu melalui kepuasan informasi. Facebook merupakan variabel yang paling menonjol diantara variabel lainnya dikarenakan hasil analisis pengaruhnya paling besar diantara variabel yang lain, baik pengaruhnya secara langsung maupun tidak langsung. Sesuai dengan teori *uses and effect*, variabel facebook mampu memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan mahasiswa Sekolah Tinggi Agama Hindu Negeri Gde Pudja Mataram khususnya mengenai pokok-pokok ajaran Hindu serta efeknya lebih besar dari pada variabel lain.

Youtube mampu memberikan pemahaman pokok ajaran hindu baik secara langsung maupun melalui perantara kepuasan informasi. Secara teori, motif-motif kebutuhan informasi yang diinginkan mahasiswa tercapai dan efek yang mahasiswa rasakan adalah mendapatkan pemahaman tentang pokok-pokok ajaran Hindu. Dengan adanya youtube mahasiswa akan mudah memperoleh pelajaran diluar jam perkuliahan. Blog memiliki pengaruh yang paling lemah dan tidak signifikan dari pada variabel lain karena tidak memiliki pengaruh langsung maupun tidak langsung. Hal ini juga tidak sesuai dengan teori *uses and effect* karena hasil penelitian ini menunjukkan bahwa blog tidak memenuhi kebutuhan informasi dan tidak memberikan efek pemahaman untuk lebih mendalami pokok-pokok ajaran Hindu yaitu *Panca Sradha, Karma Marga, Bhakti Marga, Yoga Marga*, dan Weda beserta Para Rsi penerima wahyu pada mahasiswa.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Arikunto, Suharsimi.2002.*Prosedur Penelitian (Suatu Pendekatan Praktek) Edisi Revisi V Cetakan ke-12*. Asdi Mahasatya: Jakarta.
- \_\_\_\_\_.2010.*Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*.Jakarta: Rineka Cipta.
- Azhari, Akyas.1996.*Psikologi Pendidikan*.Semarang: Dina Utama.

- Basuki Wibawa dan Farida Mukti.1991.*Media Pengajaran*.Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan Direktorat Jenderal Pendidikan Tinggi Proyek Pembinaan Tenaga Kependidikan.
- Cangara, H. Hafied.2010.*Pengantar Ilmu Komunikasi*.Jakarta:Rajawali Pers.
- Daryanto.2014.*Teori Komunikasi*.Malang: Gunung Samudera.
- Effendy, Onong Uchjana.1989.*Kamus Komunikasi*.Bandung: Citra Aditya Bakti.
- \_\_\_\_\_.2003.*Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*.Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Ferdinand, Augusty.2002.*Structur Equation Modelling Dalam Penelitian Manajemen Aplikasi Model-Model Rumit Dalam Penelitian Untuk Tesis Magister dan Disertasi Doktor*,Semarang: Badan Penerbit Undip.
- Ghazali, Imam.2001.*Aplikasi Multivariate Dengan Program SPSS*.Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Heinich, D.Russell, Molenda., dan E Smaldino.2005.*Instruction Technology and Media For Learning*. New Jersey, Columbus, Ohio: Pearson Merrill Prentice Hall.
- I Gusti Made Ngurah, I Gede Sura, I Gede Bajrayasa, Indra Sukarno, I Wayan Mirta Astawa, Sujailanto.1999.*Buku Pendidikan Agama Hindu Untuk Perguruan Tinggi*. Surabaya: Paramita.
- Jahja, Yudrik.2011. *Psikologi Perkembangan Cetakan ke-1*.Jakarta: Prenadamedia Group.
- M.Romli, Asep Syamsul.2012.*Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online, Cetakan ke I*.Bandung: Nuansa Cendekia.
- \_\_\_\_\_.2014.*Jurnalistik Online: Panduan Praktis Mengelola Media Online, Cetakan ke II*.Bandung: Nuansa Cendekia.
- Mufid, Muhamad.2010.*Komunikasi dan Regulasi Penyiaran, Cetakan ke-3*. Jakarta:Kencana.
- McQuail, Denis.1991.*Teori Komunikasi Massa*. Erlangga: Jakarta.
- Nurdin, Syafruddin.2003.*Guru Profesional dan Implementasi Kurikulum*.Jakarta: Ciputat Press.
- Nurkencana, Wayan.2011.*Pokok-Pokok Ajaran Agama Hindu, Cetakan ke-3*.Denpasar: Pustaka Manikgeni.
- Poerwadarminta, W.J.S.1976.*Kamus Umum Bahasa Indonesia*.Jakarta: PN Balai Pustaka.
- Pratikno, Riyono. 1987. *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung : CV. Remaja Karya.
- Rakhmat, Jalaluddin.2001.*Metode Penelitian Komunikasi*.Bandung: Remaja Karya.
- Riduwan, Adun Rusyana, Enas.2013.*Cara Mudah Belajar SPSS Versi 17.0, Cetakan ke 3*.Bandung : Alfabeta.
- Riyana, Cheppy.2007.*Pedoman Pengembangan Media Video*.Jakarta: P3AI UPI.
- Romli, Asep S.M.2014.*Jurnalistik Online*.Bandung:Nuansa Cendekia.
- Santoso, Sastropoetro. 1998. *Partisipasi, Komunikasi Dan Persuasi Dan Disiplin Dalam Pembangunan Nasional*. Bandung: Alumni.
- Sarwono, Jonathan.2012.*Path Analisis: Teori Aplikasi, Prosedur Analisis, Untuk Riset Skripsi, Tesis dan Disertasi Menggunakan SPSS*.Jakarta: PT Elex Media Komputindo.
- Sendjaja, S. Djuarsa.1999.*Teori Komunikasi*.Jakarta: Universitas Jakarta.
- Sekaran, U.1992.*Research Methods For Bussiness: A Skill-Building Approach*.Second Edition, Singapura : John Wiley dan Sons Inc.
- Sendjaja, Djuarsa.2004.*Pengantar Ilmu Komunikasi*.Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Siahaan, S.M. 1991.*Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya*. Jakarta: BPK Gunung Mulia.
- Sudijono, Anas.2005.*Pengantar Evaluasi Pendidikan*.Jakarta: Paja Grafindo Persada.

- Solimun.2002.*Multivariate Analysis: Structural Equation Modelling (SEM) Lisrel dan Amos*. Malang: Penerbit Fakultas MIPA Universitas Brawijaya.
- Sudarsono, A. Boediman. *Jurnalisme Online*.Tangerang: Pustaka Mandiri.
- Sudijono,Anas.1996.*Pengantar Evaluasi Pendidikan*.Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada.
- Sudjana.1989.*Metode Statistika*. Tarsito: Bandung.
- Sugiyono.2005.*Metode Penelitian Bisnis Cetakan ke-8*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_.2012.(a).*Metode Penelitian Bisnis Cetakan ke-16*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_.2012.(b).*Statistika Untuk Penelitian Cetakan ke-21*. Alfabeta: Bandung.
- \_\_\_\_\_.2013.*Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Method) Cetakan ke-3*. Alfabeta: Bandung.
- Susanto, Astrid S.1980.*Komunikasi Dalam Teori dan Praktek*.Jilid 2.Bandung: Bina Cipta.
- \_\_\_\_\_.1980.*Komunikasi Massa*.Jakarta: Bina Cipta.
- Tjiptono, F. dan Chandra, G.2011.*Service, Quality dan Satisfaction*.Yogyakarta: Andi.
- Widjaja, A.W.2000.*Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*.Jakarta: Rineka Cipta.
- WS. Winkel.1996.*Psikologi Pendidikan dan Evaluasi Belajar, Cetakan ke-4*.Jakarta: PT.Gramedia.
- Zain, Badudu.1996.*Kamus Umum Bahasa Indonesia*.Jakarta: Pustaka Sinar Harapan.
- Abraham, Firda.2014.*Pemanfaatan Media Online Terhadap Interaksi Sosial Masyarakat*. Volume:18.Hal: 171-184.*Jurnal Penelitian Pers dan Komunikasi Pembangunan*. diakses tanggal 12 Februari 2018 pukul 10.24 Wita.
- Ardian, Michael.2013.*Sikap Masyarakat Surabaya Terhadap Program Acara Pesbukers di ANTV*.Volume:1.Hal:1-11.*Jurnal E-Komunikasi*. diakses tanggal 16 Desember 2017 pukul 12.03 Wita.
- Candace W., Antoaneta V., Gina S.2010.*Internal Communication, Information Satisfaction And Sense Of Community: The Effect Of Personal Influence*. *Jurnal University Of Tennessee*.
- Eribka Ruthellia David, Mariam Sondakh, Stefi Haritama.(2017).*Pengaruh Konten Vlog dalam Youtube Terhadap Pembentukan Sikap Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Sam Ratulangi*.Volume VI. Hal 1-18. *E-Journal Acta Diurna*.diakses tanggal 22 Februari 2018 pukul 09.15 Wita.
- Fakoniko, M. Christyfera.2016.*Kepuasan Followers Akun Infia\_Fact dalam Mendapatkan Informasi Pada Akun Infia\_Fact di Instagram*.Volume IV. Hal 1-10.*Jurnal E-Komunikasi*. diakses tanggal 30 April 2018 pukul 14.15 Wita.
- Fatty Faiqah, Muh.Nadjib, Andi Subhan Amir.2016.*Youtube Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas Makassarvidgram*. Volume:5. Hal 259-272.*Jurnal Komunikasi KAREBA*. diakses tanggal 22 Februari 2018 pukul 9.15 Wita.
- Handayani, Tutut.2011.*Membangun Komunikasi Efektif Untuk Meningkatkan Kualitas dalam Proses Belajar Mengajar*.Volume:16.Hal:273-302. diakses tanggal 16 Desember 2017 pukul 11.33 Wita.
- Henni Nur Farida dan Dian Novita.2014.*Uji Coba Pembelajaran Jarak Jauh Menggunakan Media Pembelajaran Blog "Guided-Chembond" Pada Materi Ikatan Kimia Untuk Siswa Kelas X*.Volume: 3.Hal:222-230.*Journal Of Chemical Education*.diakses tanggal 28 Februari 2018 pada pukul 15.43 Wita.
- Hoga Saragih dan T. Husain.2012. *Pengaruh Fitur-Fitur Blog Terhadap Continuance Intention To Visit Blogs Pada Toko Online Multiply*.Vol: 1 No.1.Hal:5-18. *Journal Of Computer & Information*. Diakses tanggal 4 Juli 2018 pada pukul 21.00 Wita.
- Iskandar, Abubakar, Gina, Wibowo, Cahyono.2014. *Pengaruh Transformasi Sistem E-Learning terhadap Minat Belajar Siswa Sekolah Menengah Kejuruan Wikrama di*

- Kota Bogor. Volume:12. Hal:1-49. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*. diakses tanggal 16 Desember 2017 pukul 11.13 Wita.
- Kadir, Latifa. 2014. *Motif Remaja Terhadap Penggunaan Situs Jejaring Facebook (Siswa SMK Negeri 7 Samarinda)*. Vol:2 No.4. Hal:53-63. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*. diakses tanggal 4 Juli 2018 pukul 21.24 Wita.
- Mansur Aliyu, Murni Mahmud, dan Abu Osman Md Tap. 2012. *Eksploring Islamic Website Features That Influence User Satisfaction: A Conceptual Model*. Hal: 656-661. *Procedia-Social and Behavioral Sciences. International Islamic University Malaysia*. Diakses tanggal 2 April 2018 pukul 10.00 Wita.
- Mellyaningsih, Adinda. 2016. *Motif Subscriber Menonton Channel Youtube Raditya Dika*. Vol: 4 No.1. Hal: 1-12. *Jurnal E-Komunikasi*. diakses tanggal 4 Juli 2018 pukul 21.40 Wita.
- M. Ridha S. Damanik dan Ali Nurman. 2016. *Pemanfaatan Blog Pada Mata Kuliah Sistem Informasi Geografi Jurusan Pendidikan Geografi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Negeri Medan*. Volume: 8. Hal: 1-13. *Jurnal Geografi*. diakses tanggal 28 Februari 2018 pukul 15.43 Wita.
- Novianto, Iik. 2013. *Perilaku Penggunaan Internet Di Kalangan Mahasiswa (Studi Deskriptif Tentang Perilaku Penggunaan Internet Dikalangan Mahasiswa Perguruan Tinggi Negeri (FISIP UNAIR) Dengan Perguruan Tinggi Swasta (FISIP UPN) Untuk Memenuhi Kebutuhan Informasinya)*. Volume: 2 Nomor 1. Hal 1-40. *Jurnal Universitas Airlangga*. diakses tanggal 6 Juli 2018 pukul 19.56 Wita.
- Prisgunanto, Ilham. 2015. *Pengaruh Sosial Media Terhadap Tingkat Kepercayaan Bergaul Siswa*. Volume:19. Hal:101-112. *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. diakses tanggal 16 Desember 2017 pukul 10.00 Wita.
- Ready, Algu. 2016. *Penggunaan Media Online Sebagai Sumber Informasi Akademik Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Riau*. Vol.3. Hal:1-16. *JOM FISIP*. diakses tanggal 12 Februari 2018 pukul 10.58 Wita.
- Rianawaty, Ida. 2014. *Pengaruh Model Pembelajaran Kreatif Produktif Terintegrasi dengan Blog dan Facebook terhadap Prestasi dan Motivasi Belajar IPA Siswa Kelas VIII SMP*. Volume: 1 Nomor 2. Hal:190-198. *Jurnal Inovasi Teknologi Pendidikan*. diakses tanggal 28 Februari 2018 pukul 15.41 Wita.
- Setiawan, Rudy. 2013. *Kekuatan New Media Dalam Membentuk Budaya Populer di Indonesia (Studi Tentang Menjadi Artis Dadakan Dalam Mengunggah Video Musik di Youtube)*. Volume:1. Hal: 355-374. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*. diakses tanggal 12 Februari 2018 pukul 14.17 Wita.
- Siswa R., Muhammad. 2015. *Penggunaan Youtube Sebagai Electronic Public Relation Untuk Meningkatkan Citra Pemerintah Kabupaten Kutai Kartanegara*. Volume:3. Hal:15-29. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*. diakses tanggal 22 Februari 2018 pukul 12.07 Wita.
- Soetikno, Robby. 2013. *Efektifitas Pesan Iklan Telkomsel “Kartu As Wow Gratis 100x Lipat” terhadap Customer Telkomsel di Surabaya*. Volume:1. Hal:167-176. *Jurnal E-Komunikasi*. diakses tanggal 16 Desember 2017 pukul 12.33 Wita.
- Susanti, Rini. 2007. *Fungsi Teori Dalam Penelitian Kuantitatif*. Volume XI. Hal: 172-194. *Jurnal Teknodik*. Diakses tanggal 30 April 2018 pukul 13.47 Wita.