

# **PENGARUH TAYANGAN NET 10 TERHADAP PENINGKATAN MINAT MAHASISWA UNTUK MENJADI SEORANG CITIZEN JOURNALISM**

**Wayan Nopi Rahayu<sup>1</sup>**  
**Edi Sudaryanto<sup>2</sup>**  
**Achluddin Ibnu Rochim<sup>3</sup>**

## **ABSTRACT**

*NET 10 is a one of news program, that's also give a lot of information going around the people who's in through Citizen Journalism segments. People who's seeing the interested things can record it and then just upload to the NET.CJ, and the last the best video will showing at Citizen Journalism segment on NET 10. Based on these, the authors are interested to take title "The Effect Of NET 10 Show For The Increased Interest Of Student To Become A Citizen Journalism". This study used a quantitative research methods with data retrieval technique using a questionnaire distributed to 63 students of communication science class 2015 as research samples. The data analysis using SPSS to test the validity, reliability, correlation coeficient test, coeficient and simple linear test, regression analysis techniques. There are two variables : X variables (NET 10 Show) and Y variables (The Increased Interest of Student). Analysis of the result is concluded that the study result are significant and have a sufficient correlation where the correlation result showed the number 0,303 with significant value  $0,016 < 0,05$ . Based on the results of this analysis, the impressions NET 10 (X variables) is has enough to effect the increased interest of student.*

*Keyword : NET 10 show, interest, Citizen Journalism.*

## **ABSTRAK**

NET 10 merupakan salah satu tayangan berita yang juga menyajikan beragam informasi yang terjadi disekitar warga melalui segmen *Citizen Journalist*. Warga yang melihat adanya peristiwa menarik yang terjadi disekitarnya dapat merekam dan kemudian mengunggahnya di akun media sosial NET.CJ yang nantinya akan diseleksi dan video terbaik akan ditayangkan melalui segmen *Citizen Journalist* di NET 10. Berdasarkan hal tersebut, penulis tertarik untuk mengambil judul "Pengaruh Tayangan NET 10 Terhadap Peningkatan Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Seorang *Citizen Journalism*". Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan teknik pengambilan data menggunakan kuesioner yang dibagikan kepada 63 mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2015 sebagai sampel penelitian. Terdapat dua variabel yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Tayangan NET 10 (variabel X) dan Peningkatan Minat Mahasiswa (variabel Y). Dari hasil analisa, diperoleh kesimpulan bahwa hasil penelitian bersifat signifikan dan memiliki hubungan korelasi yang cukup, dimana hasil korelasi menunjukkan angka 0,303 dengan nilai signifikansi  $0,016 < 0,05$ . Berdasarkan hasil analisa tersebut, maka tayangan NET 10 (variabel X) cukup berpengaruh terhadap peningkatan minat mahasiswa (variabel Y).

**Kata Kunci :** tayangan NET 10, minat, *Citizen Journalism*.

---

<sup>1</sup> Wayan Nopi Rahayu, S.I.Kom., alumni Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>2</sup> Drs. Edi Sudaryanto, M.I.Kom., dosen Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya

<sup>3</sup> Achluddin Ibnu Rochim, S.H., M.Si., dosen Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Untag Surabaya; mahasiswa S3 Prodi Ilmu Administrasi FISIP, Untag Surabaya

## PENDAHULUAN

Perkembangan media komunikasi mendukung manusia dalam menyampaikan informasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Perkembangan media komunikasi pun juga diikuti oleh perkembangan media massa yang juga semakin canggih. Perkembangan media komunikasi, baik itu cetak maupun elektronik saat ini juga di rasakan oleh banyak jurnalis. Karena dengan kemudahan itu, mereka dapat dengan mudah dan cepat menyampaikan beragam informasi kepada masyarakat luas. Kemudahan inilah yang kemudian mendukung terciptanya *Citizen Journalism*, sebuah pekerjaan dalam dunia jurnalistik yang dilakukan oleh warga sekitar.

Hal seperti ini tak luput dari pandangan sebuah stasiun televisi yang saat ini sedang banyak di minati oleh kalangan muda. NET TV., sebagai televisi swasta baru, meluncurkan sebuah program acara berita bertajuk NET 10 yang di dalamnya terdapat segmen *Citizen Journalist*. Dalam segmen ini, NET TV mengajak masyarakat untuk berbagi informasi mengenai peristiwa yang terjadi di sekitar mereka dengan cara merekam kemudian mengunggah hasil video mereka kedalam akun NET.CJ milik NET TV. Sayangnya, hal ini belum mendapatkan perhatian lebih dari mahasiswa, banyak dari mereka yang belum memiliki minat untuk bergabung dalam dunia jurnalistik. Hal inilah yang kemudian mendorong penulis untuk mengetahui sejauh mana Pengaruh Tayangan NET 10 Terhadap Peningkatan Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Seorang *Citizen Journalism*.

Secara garis besar, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan, dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. Komunikasi dapat dilakukan secara verbal maupun non verbal. Menurut paradigma Harold Lasswell, komunikasi terdiri dari lima unsur penting yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Hal ini berkaitan dengan penjelasan singkat Lasswell tentang komunikasi, yaitu

*Who, Says What, In Which Channel, To Whom, With What Effect.*

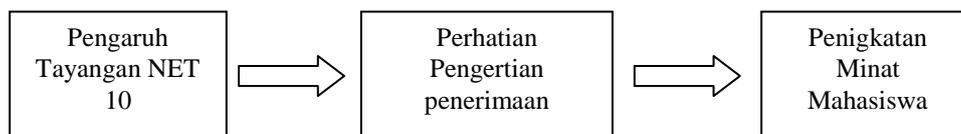
Secara sederhana, dapat disimpulkan bahwa jurnalistik merupakan aktivitas yang berhubungan dengan keterampilan dan proses penyajian berita kepada publik dalam waktu yang cepat dan memiliki jangkauan yang luas. *Citizen Journalism* sendiri merupakan bagian dari jurnalistik yang memiliki artian praktek jurnalistik yang di lakukan oleh non profesional jurnalis atau yang dalam hal ini adalah warga. Konsep *Citizen Journalism* didasarkan pada warga masyarakat yang berperan aktif dalam proses pengumpulan, pelaporan, analisis dan menyebarkan berita atau informasi. Penulisan berita dalam *Citizen Journalism* tetap harus memperhatikan prinsip dasar jurnalistik yaitu ketepatan, ketelitian, keterbukaan, kejujuran dan independensi.

Menurut Crow and Crow minat adalah pendorong yang menyebabkan seseorang memberi perhatian terhadap orang, sesuatu, dan aktivitas-aktivitas tertentu (Johny Killis: 1988). Faktor-faktor yang menimbulkan minat terdiri atas tiga faktor yaitu faktor yang timbul dari dalam diri individu, faktor motif sosial dan faktor emosional. Proses timbulnya minat sendiri dapat di deskripsikan sebagai berikut : pada awalnya sebelum terlibat di dalam suatu aktivitas, seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu yang kemudian menimbulkan keinginan untuk terlibat di dalam aktivitas tersebut. Minat kemudian memberikan daya tarik yang ada atau ada pengalaman yang menyenangkan dengan hal-hal tersebut.

S-O-R merupakan singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Asumsi dasar dari model ini adalah media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikan. Terdapat tiga indikator penting dalam teori ini, yaitu Perhatian, Pengertian, dan Penerimaan. Teori ini lebih menekankan pada proses terjadinya komunikasi. Karenanya, Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti.

Kemampuan komunikasi inilah yang melanjutkan proses berikutnya. Setelah komunikasi mengolah dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap. Teori ini mendasarkan asumsi bahwa penyebab terjadinya perubahan perilaku tergantung kepada kualitas rangsang (*stimulus*) yang berkomunikasi dengan organisme. Artinya kualitas dari sumber komunikasi (*sources*) misalnya kredibilitas, kepemimpinan, gaya berbicara sangat menentukan keberhasilan perubahan perilaku seseorang, kelompok atau masyarakat. Namun yang perlu diingat adalah bahwa setiap stimulus yang disampaikan belum tentu diterima oleh komunikasi, dalam artian ada kemungkinan bahwa stimulus bisa ditolak oleh komunikasi. Konsep dasar dari teori ini sama dengan teori S-OR. Namun yang perlu kita ketahui lebih dahulu adalah teori AIDDA sendiri merupakan akronim dari

*Attention* (Perhatian), *Interest* (Minat), *Desire* (Hasrat atau Keinginan), *Decision* (Keputusan), dan *Action* (Tindakan). Teori ini lebih mengutamakan proses komunikasi, yaitu perhatian komunikasi kepada komunikator saat berkomunikasi. Karenanya, seorang komunikator dituntut harus memiliki daya tarik tersendiri agar perhatian komunikasi dapat terjalin dengan baik. Apabila perhatian komunikasi dapat terjalin dengan baik, maka selanjutnya akan menimbulkan minat, keinginan, keputusan dan tindakan untuk melakukan sikap sesuai dengan apa yang diharapkan oleh komunikator. Sehingga akhirnya, melalui kajian teori diatas ditentukan dua variabel, yaitu variabel X-nya adalah Pengaruh Tayangan NET 10 dan Y-nya adalah Peningkatan Minat Mahasiswa dan juga menentukan kerangka berpikir, yang tertera dalam bagan dibawah ini :



**Gambar 1 Bagan Kerangka Berpikir**

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian deskriptif kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif adalah suatu metode yang mengutamakan keterangan melalui angka-angka sehingga gejala-gejala penelitian diukur dengan menggunakan skala-skala. Dalam penelitian ini, pendekatan yang dipakai adalah metode survey, yaitu penelitian yang dilakukan untuk memperoleh fakta – fakta mengenai fenomena – fenomena yang ada di dalam obyek penelitian dan mencari keterangan secara aktual dan sistematis.

Jumlah sample yang digunakan adalah 63 orang mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2015, dari jumlah awal 170 orang. Penghitungan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane, teknik sampling yang digunakan adalah teknik purposive

sampling. Penelitian ini menggunakan kuesioner dengan skala Likert sebagai acuan dalam penilaian kuesioner. Dalam pengukuran variabel kuesioner, penulis menggunakan indikator-indikator dari Minat dan teori S-O-R.

Penelitian ini dilakukan di Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya yang terletak di jalan Semolowaru 45 Surabaya.

**Teknik Analisa Data:** Uji Validitas, Uji Reliabilitas, Uji Koefisien Korelasi, Uji Koefisien Determinasi, Teknik Analisis Regresi Linier Sederhana.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Data Responden

Dari hasil penghitungan menggunakan kuesioner, diperoleh data responden sebagai berikut :

**Tabel 1 Frekuensi Jenis Kelamin Responden**  
**Jeniskelamin**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Pria	23	36.5	36.5	36.5
Wanita	40	63.5	63.5	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Analisa SPSS

Dari penghitungan tabel SPSS diatas dapat dilihat bahwa responden terbanyak berjenis kelamin wanita sebanyak 40 orang, dengan presentase

sebesar 63,5% dan responden pria sebanyak 23 orang dengan presentase sebesar 36,5%.

**Tabel 2 Frekuensi Usia Responden**  
**Usia**

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19-20th	34	54.0	54.0	54.0
21-22th	29	46.0	46.0	100.0
Total	63	100.0	100.0	

Sumber : Hasil Analisa SPSS

Dari penghitungan tabel SPSS diatas dapat dilihat bahwa usia responden terbanyak adalah 19-20 tahun sebanyak 34 orang, dengan presentase sebesar 54% dan usia 21-22 tahun sebanyak 29 orang dengan presentase sebesar 46%.

kuesioner, yang diukur dengan mengkorelasikan antara skor yang diperoleh dari tiap-tiap butir pertanyaan dengan skor total yang diperoleh dari penjumlahan semua skor pertanyaan. Taraf signifikansi yang digunakan untuk mengukur valid tidaknya kuesioner adalah  $< 0,05$  (Ghozali:2005):

**Hasil Uji Validitas**

Uji validitas digunakan untuk mengukur valid tidaknya suatu

**Tabel 3 Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Tayangan NET 10)**

Nomor pertanyaan	Nilai signifikansi	Taraf signifikansi	Keterangan
P1	0,004	$< 0,05$	Valid
P2	0,000	$< 0,05$	Valid
P3	0,000	$< 0,05$	Valid
P4	0,000	$< 0,05$	Valid
P5	0,000	$< 0,05$	Valid

**Tabel 4 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y  
(Peningkatan Minat Mahasiswa)**

Nomor pertanyaan	Nilai signifikansi	Taraf signifikansi	Keterangan
P6	0,000	< 0,05	Valid
P7	0,000	< 0,05	Valid
P8	0,000	< 0,05	Valid
P9	0,000	< 0,05	Valid

Dari hasil tabel diatas dapat diketahui bahwa semua item pertanyaan pada variabel X (Tayangan NET 10) dan variabel Y (Peningkatan Minat Mahasiswa) telah valid. Hal ini dapat dilihat dari nilai signifikansi tiap item pertanyaan yang bernilai dibawah 0,05.

**Hasil Uji Reliabilitas**

Uji reliabilitas digunakan sebagai syarat untuk mengukur tiap butir

dalam intrumen teknik yang digunakan untuk mengukur reliabilitas dengan menggunakan alat ukur yang sama. Taraf penghitungan yang digunakan untuk mengukur reliabilitas suatu variabel adalah jika nilai *Cronbach Alpha* ( $\alpha$ ) > 0,60 maka variabel tersebut reliabel. Berikut adalah hasil penghitungan berdasarkan SPSS :

**Tabel 5 Hasil Pengujian Reliabilitas**

No	Variabel	Nilai r Alpha	Keterangan
1	Tayangan NET 10 (X)	0,723	Reliabel
2	Peningkatan Minat Mahasiswa Untuk Menjadi Citizen Journalism (Y)	0,739	Reliabel

Dari hasil diatas dapat dilihat bahwa variabel X (Tayangan NET 10) dan variabel Y (Peningkatan Minat Mahasiswa) semuanya variabel, dengan nilai reliabilitasnya 0,723 dan 0,739, nilai ini lebih dari 0,60 dalam standart *Cronbach Alpha*.

**Hasil Analisis Koefisien Korelasi**

Penghitungan ini didasarkan untuk mengukur kekuatan hubungan antar dua variabel yang sifatnya kuatitatif.. dan berdasarkan hasil SPSS, diperoleh hasil sebagai berikut :

**Tabel 6 Hasil Analisa Korelasi**

		Correlations	
		tayanganNET10	Peningkatanminatmahasiswa
Tayangan NET10	Pearson Correlation	1	.303*
	Sig. (2-tailed)		.016
	N	63	63
Peningkatan minat mahasiswa	Pearson Correlation	.303*	1
	Sig. (2-tailed)	.016	
	N	63	63

\*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Dari hasil penghitungan diatas dapat disimpulkan bahwa korelasi antara variabel X dan variabel Y memiliki nilai 0,303 yang dapat dikategorikan memiliki hubungan korelasi yang cukup, dan berdasarkan uji signifikansi, hasilnya menunjukkan nilai 0,016 yang berarti asosiasi kedua variabel adalah signifikan. Hal ini memberikan hasil bahwa variabel X memberikan pengaruh yang cukup terhadap variabel Y. Untuk memudahkan melakukan interpretasi mengenai kekuatan hubungan antar dua

variabel, penulis memberikan kriteria sebagai berikut:

- Jika angka signifikansi hasil riset < 0,05 maka hubungan kedua variabel signifikan.
- Jika angka signifikansi hasil riset > 0,05 maka hubungan kedua variabel tidak signifikan.

#### Hasil Analisis Koefisien Determinasi

Dari hasil uji statistik dengan menggunakan SPSS, didapatkan hasil sebagai berikut :

**Tabel 7 Hasil Koefisien Determinasi**

**Model Summary**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.303 <sup>a</sup>	.092	.077	2.07073

a. Predictors: (Constant), x

Dari hasil pengolahan data diatas diperoleh koefisien korelasi (R) sebesar 0,303. Nilai tersebut dapat diartikan bahwa hubungan antara Tayangan NET 10 dengan Peningkatan Minat Mahasiswa memiliki nilai yang cukup. Sedangkan R Square atau koefisien determinasi memiliki nilai 0,092. Maka dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa 9,2% variasi dari variabel Tayangan NET 10, sedangkan 90,8% dijelaskan oleh variabel lain.

#### Hasil Analisis Regresi

Hasil analisa regresi linier sederhana yang akan dihitung disini adalah untuk mengetahui nilai standar koefisien regresi yang dimiliki oleh variabel bebas untuk menentukan tingkat signifikansi terhadap variabel terikat. Adapun hasil yang diperoleh dari analisa dengan menggunakan SPSS dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

**Tabel 8 Hasil Analisis Regresi**

**Variables Entered/Removed<sup>b</sup>**

Model	Variables Entered	Variables Removed	Method
1	x <sup>a</sup>		.Enter

a. All requested variables entered.

b. Dependent Variable: y

#### ANOVA<sup>b</sup>

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	26.374	1	26.374	6.151	.016 <sup>a</sup>
	Residual	261.562	61	4.288		
	Total	287.937	62			

a. Predictors: (Constant), x

b. Dependent Variable: y

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	6.080	1.106		5.498	.000
X	.247	.099	.303	2.480	.016

a. Dependent Variable: y

1. Persamaan regresi sederhana :

$$Y = a + b X$$

$$Y = 6,080 + 0,247 X$$

2.  $\beta_0 = 6,080$  artinya apabila variabel tayangan NET 10 (variabel X) konstan, maka variabel peningkatan minat mahasiswa (variabel Y) meningkat sebesar 6,080.

3.  $\beta_1 = 0,247$  artinya apabila variabel tayangan NET 10 (variabel X) konstan, maka variabel peningkatan minat mahasiswa (variabel Y) meningkat sebesar 0,247.

### **Pembahasan**

Berlandaskan hasil jawaban, dapat diketahui bahwa media massa, yang dalam hal ini adalah televisi merupakan alat komunikasi massa yang efektif dalam menyampaikan informasi kepada khalayak luas. Pada hasil penelitian diketahui bahwa korelasi antara variabel tayangan NET 10 (variabel X) dan variabel peningkatan minat mahasiswa (variabel Y) mempunyai nilai 0,303 yang berarti bahwa kedua variabel memiliki tingkat korelasi yang cukup. Dan asosiasi kedua variabel adalah signifikan dengan nilai 0,016.

Dari pernyataan diatas dapat diartikan bahwa tayangan NET 10 memiliki pengaruh yang cukup terhadap peningkatan minat mahasiswa khususnya dalam penelitian ini adalah mahasiswa Fisip program study Ilmu Komunikasi angkatan 2015 untuk menjadi seorang *Citizen Journalism*. Hal ini berkaitan dengan apa yang di ungkapkan oleh Noelle-Neuman tentang teori *powerfull effect model* yang menekankan bahwa media massa, yang dalam hal ini adalah televisi memiliki pengaruh yang cukup kuat kepada khalayak melalui informasi yang disampaikannya. Lippman dalam bukunya *Public Opinion* berpendapat bahwa gambaran realita dibentuk dengan sangat kuat oleh media massa,

yang dengan kata lain bahwa efek media massa bersifat langsung.

Teori efek kuat ini juga mengasumsikan bahwa media massa dapat menyuntikkan informasi, ide, dan bahkan propaganda kepada publik. Individu berpikir dan berperilaku merujuk pada pesan yang mereka terima yang dalam hal ini adalah pesan yang disampaikan oleh tayangan NET 10 tentang *Citizen Journalist* dan bagaimana cara agar bisa bergabung menjadi seorang *Citizen Journalism*. Teori ini begitu kuat karena berpendapat bahwa media memiliki kekuatan yang luar biasa sehingga dapat langsung mempengaruhi khalayak sesuai dengan cara yang dimaksudkan oleh pendesain pesan.

### **KESIMPULAN**

Dari hasil penelitian yang dilakukan oleh penulis, dapat ditarik kesimpulan bahwa ada pengaruh yang signifikan antara variabel X yaitu "Tayangan NET 10" dan variabel Y yaitu "Peningkatan Minat Mahasiswa" dan hasil korelasi kedua variabel juga menunjukkan hasil yang cukup. Mengacu pada hasil kuesioner yang disebar melalui populasi penelitian yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan tahun 2015, banyak dari mereka yang sudah memiliki minat untuk berbagi informasi yang terjadi di sekitarnya

melalui program *Citizen Journalist* yang ada dalam tayangan NET 10. Hal ini juga berpengaruh terhadap peningkatan minat mereka untuk menjadi seorang *Citizen Journalism*.

Berdasarkan hasil perhitungan secara kuantitatif, peneliti mendapatkan hasil yang signifikan dalam penelitian ini. Hal ini dapat dilihat pada hasil output SPSS yang memiliki hasil :

- Nilai korelasi antara variabel X dan Y memiliki nilai 0,303 yang berarti korelasi antara variabel X dan Y memiliki nilai cukup.
- Dan uji signifikansi antara kedua variabel menunjukkan angka 0,016. Nilai ini  $< 0,05$  yang berarti hubungan kedua variabel adalah signifikan.

Jadi dapat ditarik kesimpulan bahwa tayangan NET 10 memiliki berpengaruh signifikan terhadap peningkatan minat mahasiswa untuk menjadi seorang *Citizen Journalism*. Seperti yang dikemukakan oleh Noelle-Neuman tentang teori *powerfull effect model* yang menekankan bahwa media massa, yang dalam hal ini adalah televisi memiliki pengaruh yang cukup kuat kepada khalayak melalui informasi yang disampaikannya. Efek media massa bersifat langsung, yang artinya dapat secara langsung mempengaruhi khalayak untuk melakukan sesuai dengan apa yang disampaikan oleh pendesain pesan.

Dari hasil penelitian, peneliti dapat menyampaikan beberapa saran yang ditujukan kepada NET.TV berkaitan dengan tayangan NET 10 dalam segmen *Citizen Journalist*, diantaranya :

1. Hendaknya segmen *Citizen Journalist* tidak hanya di tayangkan di satu acara saja tetapi juga di setiap tayangan berita di NET TV. Di karenakan banyak dari mahasiswa ataupun penonton lain yang memiliki kesibukan sehingga tidak bisa menonton segmen *Citizen Journalist* pada saat jam NET 10 ditayangkan.
2. Kegiatan *Citizen Journalism* baiknya di informasikan secara lebih luas, tidak hanya melalui tayangan NET 10, tapi bisa juga melalui *event-event*

atau kegiatan luar ruang yang bisa diadakan oleh NET TV. dengan tema *Citizen Journalism* atau dalam bentuk kompetisi sebagai seorang Jurnalis.

3. Tidak hanya untuk pihak televisi, tapi juga untuk semua kalangan mahasiswa maupun masyarakat luas, diharapkan juga dapat lebih lagi selektif dalam memilih tayangan televisi, dikarenakan saat ini juga banyak tayangan televisi yang bersifat tidak edukatif.
4. Dari segi komunikasi, diharapkan pihak NET TV dapat lebih lagi melakukan perbaikan terkait dengan adanya laporan yang bersifat langsung dari *netizen*.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, Hafied. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Definisi Pengertian Minat. <http://soaldankuncijawabanbloggerpekolingan.blogspot.co.id/2013/05/definisi-pengertian-minat-menurut-para.html?m=1> akses 9 Desember 2015
- Effendy, Onong Uchjana. (1992). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. (1986). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remadja Karya CV
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- KOMPAS TV. [http://www.kompasiana.com/jojowulan/citizen-journalism-apa-dan-bagaimana\\_550ffe8a813311af36bc6061](http://www.kompasiana.com/jojowulan/citizen-journalism-apa-dan-bagaimana_550ffe8a813311af36bc6061) akses 9 Desember 2015
- NET. TV. <http://www.netmedia.co.id/about> akses 6 November 2015
- Pengertian Teori AIDDA dalam Komunikasi. <http://www.landasanteori.com/2015/10/pengertian-teori-aidda-dalam-komunikasi.html?m=1> akses 3 November 2015
- Rakhmat, Jalaluddin. (1989). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya

Rosmawaty. (2010). *Mengenal Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran

S-O-R Theory. <http://ilmukomunikasi.blogspot.co.id/2008/02/s-o-r-theory.html?m=1> akses 3 November 2015

Suprpto, Tommy. (2006). *Pengantar Teori Komunikasi*. Yogyakarta: Media Pressindo

Suryawati, Indah. (2011). *Jurnalistik Suatu Pengantar : Teori dan Praktik*. Bogor: Ghalia Indonesia

Televisi. <https://id.wikipedia.org/wiki/Televisi> akses 29 Oktober 2015

UM PALANGKARAYA. <http://um-palangkaraya.ac.id/web/index.php/berita-kampus/72-tumbuhkan-minat-menulis-lewat-lokakarya-jurnalistik> akses 22 Oktober 2015

UNTAG Surabaya. <http://untag-sby.ac.id/> akses 7 November 2015

Yunus, Syarifudin. (2012). *Jurnalistik Terapan*. Bogor: Ghalia Indonesia