
RESPON MAHASISWA PRODI ILMU KOMUNIKASI STAMBUK 2017 FIS UIN SU TERHADAP IKLAN ONLINE PORNOGRAFI DI FACEBOOK

Oleh

Alamsyah Ramadhan Bangun¹, Muhammad Al Fikri², Fakhrur Rozi³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

Email: ¹syaha3522@gmail.com

Article History:

Received: 02-06-2023

Revised: 20-06-2023

Accepted: 14-07-2023

Keywords:

Iklan Online, Pornografi,
Respon Mahasiswa

Abstract: Penelitian ini berjudul *Respon Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 FIS UIN SU Terhadap Iklan Online Pornografi di Facebook*. Adapun tujuan dalam penelitian ini adalah bagaimana respon mahasiswa prodi ilmu komunikasi stambuk 2017 FIS UIN SU mengenai iklan pornografi di Facebook. Sejumlah teori yang akan digunakan dalam penelitian ini antara lain: respon, komunikasi, teknologi komunikasi, new media, iklan online pornografi, dan SOR (stimulus, organism, response). Objek yang diteliti adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2017 UIN Sumatera Utara. Pendekatan yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa iklan online pornografi mendapat respon penolakan (negatif) dari kalangan Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 FIS UIN SU

PENDAHULUAN

Iklan sering kali dimuat dalam media tradisional seperti televisi dan koran. Namun seiring perkembangan zaman serta kemajuan teknologi komunikasi, maka iklan saat ini sudah mulai marak muncul atau di muat di internet melalui media sosial, seperti di Facebook, Instragram, Youtube dan lainnya. Perkembangan teknologi komunikasi ini menjadi lahan bisnis yang baru yang dilakukan secara online. Artinya internet ini digunakan untuk memaparkan sebuah gambaran iklan yang dikemas secara visual dan dimuat ke di media sosial, kemudian menawarkan produk tersebut sehingga menarik minat pengguna internet dan terjadi transaksi jual beli dalam berbagi produk, baik *brand*, jasa, maupun aplikasi digital.

Selain itu Dimas Priyandika juga berpendapat bahwa iklan yang bermunculan pada beranda Facebooknya berisi iklan aplikasi *live streaming*. Pada iklan tersebut banyak host-host yang lebih mempertontonkan dirinya sebagai objek seksual demi mendapat hadiah-hadiah dari penonton dan dalam penyebarannya iklan-iklan yang di tampilkan juga mulai mengikuti alur yang ada, sehingga penyalahgunaan iklan pada media online sangat meresahkan bagi masyarakat.

Selanjutnya Ihza Hutajulu juga beranggapan bahwa iklan berjalan sesuai dengan algoritma, namun dalam kemudahan mengakses internet di era ini, tentu saja banyak anak-anak yang belum cukup umur dengan mudahnya mendapat konten-konten dewasa yang bervariasi, sehingga seharusnya Kominfo lebih memperhatikan iklan tersebut, meskipun jika produk yang diiklankan dikhususkan bagi orang dewasa, namun tetap saja di dalam etika periklanan itu sudah sangat jelas melanggar.

Sehingga untuk mengeliminasi dampak negatif aktifitas periklanan dan sebagai wujud tanggung jawab sosial perusahaan, maka penegakan etika dan moral dalam beriklan sangat relevan untuk dikedepankan. Suatu etika sangat penting karena etika menjadi pegangan hidup bagi seseorang, hal ini sejalandengan pendapat K. Bertens yang mengatakan bahwa moral itu adalah nilai-nilai dan norma-norma yang menjadi pegangan bagi seseorang atau kelompok dalam mengatur tingkah lakunya (Hudiarni, 2017, p. 4).

Berdasarkan definisi ahli diatas disimpulkan bahwa etika merupakan standar moral dan norma-norma yang menjadi pegangan untuk mengatur perilaku, bagaimana seseorang bertindak dan mengharapkan orang lain bertindak serta etika berkaitan dengan penilaian tentang perilaku yang benar atau salah, yang baik atau tidak baik, yang pantas atau tidak pantas, yang berguna atau tidak berguna, dan yang harus dilakukan atau tidak boleh dilakukan. Dan dalam menampilkan sebuah iklan sudah sepantasnya etika dipahami sebagai proses memilih suatu penghargaan serta tanggung jawab moral ketika menulis, merancang dan menempatkan suatu iklan.

Respon yang akan diteliti dalam penelitian ini dikhususkan terhadap respon mahasiswa Ilmu Komunikasi STAMBUK 2017 UIN SU yang mengacu pada iklan online bermuatan pornografi di media sosial Facebook. Dimana tentunya setiap mahasiswa yang hampir semuanya memiliki media sosial khususnya Facebook dan berpeluang besar melihat iklan pornografi tersebut. Responnyapun beragam baik positif dan negatif terhadap tampilan iklan tersebut tergantung kepada apa yang mereka rasakan setelah melihatnya. Oleh sebab itu sangat penting halnya untuk mengetahui bagaimana respon mahasiswa Ilmu Komunikasi STAMBUK 2017 UIN SU yang mengacu pada iklan online bermuatan pornografi di media sosial Facebook.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN SU) Fakultas Ilmu sosial prodi Ilmu Komunikasi, peneliti melihat bahwa hampir seluruh mahasiswa Ilmu Komunikasi khususnya mahasiswa Ilmu Komunikasi STAMBUK 2017 menggunakan media sosial Facebook dan peneliti akan meneliti bagaimana respon mahasiswa Ilmu Komunikasi terhadap iklan online pornografi di Facebook.

Berdasarkan uraian diatas maka yang menjadi rumusan masalahnya ialah: Bagaimana respon mahasiswa prodi Ilmu Komunikasi stambuk 2017 UIN SU terhadap iklan online pornografi di Facebook?

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kuantitatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi, dan variabel yang muncul dalam suatu komunitas kepentingan.

Berdasarkan hal tersebut di atas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan respon mahasiswa prodi Ilmu komunikasi stambuk 2017 FIS UINSU terhadap iklan online pornografi. Adapun cara yang digunakan adalah dengan mengambil data melalui kuesioner melalui online dengan media google form yang akan disebarakan kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa prodi ilmu komunikasi stambuk 2017 Uinsu.

Tabel 1. Sampel penelitian

Kelas	Jumlah
Ikom 1 Jurnalistik	30
Ikom 2 Jurnalistik	35
Ikom 3 Jurnalistik	30
Ikom 4 Jurnalistik	34
Ikom 5 Humas	45
Ikom 6 Humas	35
Ikom 7 Humas	30
Ikom 8 Humas	46
Jumlah	285

Pemilihan sampel dilakukan dengan *Purposive Sampling* yaitu orang-orang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat peneliti berdasarkan tujuan penelitian. Adapun kriteria sampel adalah:

1. Mahasiswa UIN Sumatera Utara Prodi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017.
2. Mahasiswa yang telah melihat iklan online pornografi
3. Memiliki Akun Media Sosial Facebook

Sampel dalam penelitian ini, penulis menggunakan rumus Slovin, dimana rumusnya sebagai berikut:

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

Dimana:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

E = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir 1%, 2%, 3%, 4%, 5% atau 10%

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

$$n = \frac{285}{1 + 285(10\%)^2}$$

$$n = \frac{285}{1 + 285(0,01)}$$

$$n = \frac{285}{1+2,85}$$

$$n = \frac{285}{3,85}$$

$$n = 74,02$$

$$n = 74$$

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik penelitian lapangan dan penelitian pustaka dengan menggunakan kuisioner butir butir pertanyaan dimana responden memilih jawaban yang sesuai dengan memberikan check list yang disediakan di kolom *rating scale* yang bertujuan mempermudah responden dan peneliti mendapat data yang akurat. Skala pengaturan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan 2 skala yaitu respon audiens terhadap iklan pornografi dan dampak pornografi terhadap iklan-iklan online yang ditampilkan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dan Analisis Data

TS	58	68	47	49	47	48	48	49	52	54	57	48	65	64	58	57	56	70	51	37	68	73	76	68	70	73	85	68
T ₁₂	116	120	94	98	94	96	98	98	104	108	134	96	130	128	116	114	112	140	102	74	132	146	152	132	140	146	130	136
O ₁₂	3163	3680	2209	2401	2209	2304	2381	2401	1794	2916	4489	2363	4225	4096	3384	3249	3130	4900	2061	1389	4538	3328	2716	4336	4800	5820	4225	4624
O ₁₅	5220	4620	3995	3871	3948	3504	4116	3822	1640	4590	5427	3936	5785	4880	5278	4902	4256	6440	4335	2997	4628	5110	6640	4818	5250	6278	5655	5712
r tabel	0,374																											
r hitung	0,29	0,71	0,18	0,376	0,455	0,4511	0,4088	0,387	0,316	0,489	0,443	0,412	0,7042	0,551	0,664	0,4328	0,587	0,455	0,394	0,452	0,303	0,51	0,328	0,727	0,505	0,51	0,31	0,603
Status	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid	Valid

Setelah dilakukan uji validitas dalam penelitian ini, dapat dilihat dari tabel bahwa semua instrumen pernyataan valid. Menggunakan uji *bivariate pearson* dimanamengacu pada r tabel. Untuk df N-2 maka diperoleh r tabel sebesar 0,374 sehingga r hitung > r tabel maka pernyataan dikatakan valid. Dari tabel di atas dapat terlihat bahwa semua nilai r hitung > r tabel, maka dapat di simpulkan bahwa semuapernyataan valid.

No	Nama	Item Pertanyaan																										total
1	A	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	3	3	2	3	4	2	1							58
2	B	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2							51
3	C	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2							57
4	D	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	4	2	1							47
5	E	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	3	2	2							54
6	F	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2							48
7	G	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2							59
8	H	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3							55
9	I	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2							47
10	J	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	1	1							56
11	K	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	1							52
12	L	3	4	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2							56
13	M	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	4	2							57
14	N	2	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2							47
15	O	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	2							59
16	P	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3							58
17	Q	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3							51
18	R	4	4	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2							60
19	S	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	2							59

20	T	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	55	
Total		58	60	47	49	47	48	49	49	52	54	67	48	65	64	58	57	56	70	51	37	1086
total varians butir																						
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20			
0,3	0,3	0,2	0,3	0,2	0,4	0,4	0,3	0,3	0,3	0,2	0,5	0,2	0,3	0,4	0,3	0,4	0,5	0,5	0,2			
Jumlah		6,416																				
Total Varians			Cronbach Alpha																			
19,6947			0,7																			

Lalu berdasarkan tabel reliabilitas Alpha Cronbach diatas terlihat hasilnya **0,7** dimana artinya jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60 maka instrumen tersebut dinyatakan reliabel atau konsisten.

No	Nam a	Item Pertanyaan																				Skor							
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20		21	22	23	24	25	26	27
1	Sadiyah Fajrin	3	3	2	3	3	4	3	2	3	4	4	2	4	3	3	2	3	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	90
2	Agung Prasetya	4	4	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	2	2	2	2	4	2	2	4	3	4	3	3	3	3	77
3	Indah Sri Wahyuni	2	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	4	4	4	4	3	3	3	85
4	Uswatun Hasanah	2	2	3	2	2	2	2	2	2	2	4	3	3	3	2	2	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4	4	79
5	Imran Efendi	3	3	3	3	3	3	2	2	3	2	4	2	3	3	3	3	3	2	2	2	3	4	4	3	4	4	4	84
6	M. Farhanil Mumtaz	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	2	3	2	3	2	2	3	3	4	2	3	4	3	73
7	M.Ismail	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	84
8	Mahmudi	3	3	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	3	3	3	3	3	3	2	78
9	Rizky Fitri Ramadhani	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	2	3	3	2	2	3	3	2	2	3	3	3	2	3	3	3	70
10	Silvi Suci AP	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	1	4	3	3	3	3	4	1	1	4	4	4	4	4	4	1	85
11	July Susanti Br Sinuraya	3	2	3	3	3	3	3	3	3	2	3	1	3	3	2	3	2	4	2	1	1	4	4	4	4	4	4	81
12	Dwiki Zuhri	3	4	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	4	3	2	3	3	4	3	3	4	3	82
13	Krismonica Agustina	3	3	2	2	2	2	2	2	2	2	4	2	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	89
14	Alfi Syahri Rangkuti	2	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	2	3	3	3	3	2	3	2	2	3	4	4	3	4	4	3	75
15	Khairumam Hakim Hrp	3	3	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	91
16	Ahmad Deny Sinambela	3	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	4	4	3	4	4	3	86
17	Iqbal Maulana	2	3	2	2	3	2	2	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	3	2	3	3	76
18	Bayu Ihza Mahendra L	4	4	2	3	2	2	3	3	2	2	4	3	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	92
19	Dimas Priyai	3	3	2	2	2	2	4	3	3	3	4	2	3	4	4	3	3	4	3	2	3	4	4	3	3	3	3	85
20	Dhea Amelia	3	3	2	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	2	4	3	2	2	3	3	3	4	4	4	81
21	Rosalindah Hasibuan	3	3	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	2	3	3	3	3	2	3	1	2	2	2	2	2	2	2	70
22	Rahil Fauzan	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	1	3	3	3	3	3	3	1	2	3	3	3	2	3	3	3	70
23	Vira Indar	2	4	2	3	2	3	4	4	4	3	3	2	3	3	3	3	3	2	3	2	4	4	4	4	4	4	4	90
24	Emelia Agustina	2	3	2	3	2	2	2	2	3	2	3	2	2	3	2	3	3	3	2	2	3	3	3	3	3	3	3	73
25	Rury Infadillah	2	3	2	2	2	2	2	2	2	2	3	3	3	3	3	4	3	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	75
26	Husna Imama	3	3	2	3	2	2	3	2	3	4	3	3	3	3	3	3	3	4	3	1	4	4	4	4	4	4	2	86
27	Aldino Mazuda	4	4	3	3	2	3	2	3	3	2	3	3	3	3	3	3	3	4	3	2	4	3	4	3	3	4	3	87
28	Nur Zdakiah Safitri	3	3	4	3	3	3	2	3	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	3	84
29	Eka Aprilia	3	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	4	3	3	3	3	3	3	1	3	3	4	3	4	4	3	85
30	M. Alfian Syahputra	3	3	3	3	3	2	2	3	3	2	4	2	4	4	3	3	3	4	3	2	4	4	4	4	4	4	4	91
31	Fuzi Sholeha	4	3	3	3	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	2	3	2	4	2	2	2	4	4	3	3	3	3	80
32	Evan Dando	3	3	3	3	3	2	2	3	3	4	4	1	4	3	3	3	4	4	2	2	4	2	4	4	4	4	4	89
33	Afwan Syahril Manurung	3	3	2	1	3	3	1	4	2	1	3	4	1	1	3	3	3	3	3	2	2	2	2	3	4	2	2	68
34	Dendi Siswanto	4	4	3	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	4	4	4	108
35	Aslizar Rambe	4	4	4	4	3	3	3	3	4	4	3	2	4	3	3	3	2	4	2	1	4	4	4	4	4	4	3	94
Total		10	108	8	9	8	8	8	92	97	9	1	8	11	10	1	1	1	1	91	6	1	1	1	1	1	1	1	289

	4		8	2	7	7	6			4	1	5	1	9	0	0	0	2		4	1	2	2	1	2	2	1	2	3	
											5				2	4	1	0			5	1	8	5	2	4	1	0		
Rata-rata	83																													
Standart- deviasi	8,4																													
Varians	70																													
rata-rata	3	3,1	2,5	2,6	2,5	2,5	2,5	2,6	2,8	2,7	3,3	2,4	3,2	3,1	2,9	3	2,9	3,4	2,6	1,8	3,3	3,5	3,7	3,3	3,5	3,5	3,3	3,3	3,3	2,952040816
standart deviasi	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,7	0,6	0,6	0,8	0,5	0,8	0,7	0,6	0,6	0,5	0,6	0,7	0,5	0,8	0,7	0,7	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,6	0,81529555
varians	0,4	0,3	0,4	0,4	0,3	0,4	0,5	0,4	0,4	0,6	0,2	0,6	0,5	0,3	0,3	0,3	0,5	0,5	0,3	0,6	0,3	0,4	0,3	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	0,4	

Setelah dilakukan analisis data yang diperoleh nilai $t_{hit} = 0,815$ sedangkan nilai t tabel untuk jumlah sampel 35 dengan taraf signifikansi 0,05 adalah 3,3606. Maka $t_{hit} < t$ tabel sehingga H_0 diterima dan H_a ditolak, maka disimpulkan bahwa timbul respon negatif (penolakan) pada *iklan online pornografi* yang artinya mahasiswa ilmu komunikasi stambuk 2017 yang pernah melihat maupun yang tidak pernah melihat iklan tersebut menolak iklan yang menampilkan pornografi.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai Respon Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Stambuk 2017 FIS UIN SU maka disimpulkan bahwa:

Setelah dilakukan pengujian terkait respon mengenai adanya iklan online pornografi menyatakan bahwa respon yang timbul adalah penolakan (negatif), Hal ini berdasarkan penelitian sebelumnya, hal ini berdasarkan penelitian di bab sebelumnya dimana sebanyak 47,3% menjawab tidak tertarik dengan iklan-iklan berbau pornografi. Maka di sini stimulus berhasil menyampaikan pesan berupa perhatian terhadap responden, dan menghasilkan respon penolakan (negatif) karena organisme dapat menerima pesan atau stimulus tersebut dan penerimaan tersebut menghasilkan respon negatif sejalan dengan pemahaman yang diterima organisme

Data membuktikan bahwa 71,6% tidak setuju bahwa responden terpengaruh setelah melihat iklan online pornografi, hal ini membuktikan bahwa stimulus berupa kebutuhan dan kepribadian yang didapatkan responden menghasilkan respon negatif yang artinya tidak sesuai dengan kebutuhan dan kepribadian. Dalam hal ini, kebutuhan dan kepribadian dipengaruhi oleh sistem masyarakat yang ada, dapat dilihat dari data, sebanyak 43,7% sangat setuju Iklan Online Pornografi tidak sesuai dengan norma kesusilaan dan sebanyak 58,1% sangat setuju terhadap Iklan Online Pornografi bertentangan dengan ajaran agama.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta: Aswaja Pressindo.
- [2] Antoni. (2015). Komunikasi Antarpribadi Keluarga TKI (Studi Kasus Penggunaan Teknologi Komunikasi Antarpribadi Keluarga TKI di Desa Stabat Lama). 1- 10.
- [3] Astuti, S. R. (2010). Analisis Pengaruh Iklan, Kepercayaan Merek Dan Citra Merek Terhadap Minat Beli Konsumen. *Jurnal Manajemen*, 37-45.

- [4] Darmawan, D. (2009). *Teknik Penulisan Modul Di Perguruan Tinggi*. Bandung: Fakultas Pertanian Unpad.
- [5] Fachry, H. (2020). Respon Siswa SMAN 10 Pekanbaru Terhadap Sosialisasi Larangan Membawa Kendaraan Bagi Siswa Di Kota Pekanbaru. 11.
- [6] Gani, A. G. (2018). Pengenalan Teknologi Internet Serta Dampaknya. *Jurnal Sistem Informasi*, 71-80.
- [7] Haqani, M. F., & Hidayat, D. (2015). Komunikasi Antarpribadi Dalam Membangun Kepribadian Santri. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 39-52.
- [8] Hasanah, N. (2021). Persepsi Mahasiswa Terhadap Efektivitas Iklan Youtube Grammarly.
- [9] Hastomo, P. A. (2013). Respon Masyarakat Terhadap Pelaksanaan Program CSR (Corporate Social Responsibility) PT Multimas Nabati Asahan Di Desa Lalang Kecamatan Medang Deras Kabupaten Batu Bara. 1-15.
- [10] Hudiarni, S. (2017). Penyertaan Etika Bagi Masyarakat Akademik Di Kalangan Dunia Pendidikan Tinggi. *Jurnal Moral Kemasyarakatan*, 1-13.
- [11] Kurniawati, D. (2017). Pemanfaatan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Oleh Perangkat Desa Gandulan Kecamatan Kaloran Kabupaten Temanggung. 24.
- [12] Panjaitan, J., & Ariwangsa, I. B. (2018). Respon Masyarakat Lokal Terhadap Aktivitas Hiburan Malam Di Legian, Kuta. *Jurnal Destinasi Pariwisata*, 199- 203.
- [13] Rakhmat, J. (1999). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [14] Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi Dan Komunikasi Dalam Industri Media Di Indonesia. 144-156.
- [15] Sarwono, J. (2006). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [16] Sobur, A. (2003). *Semiotika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- [17] West, R., & Turner, L. (2008). *Pengantar Teori Komunikasi Analisis Dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.

HALAMAN INI SENGAJA DIKOSONGKAN