



# Pengaruh Penggunaan Media *Online* Pinterest Terhadap Pembelajaran Mahasiswa

Rizka Aufa Fandiya<sup>1</sup>, Suryadi<sup>2</sup>, Arief Johari<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

<sup>2</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

<sup>3</sup>Desain Komunikasi Visual, Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung, Indonesia

Korespondensi: : nananggandaprawira62@upi.edu

## ABSTRAK

Media *online* Pinterest memudahkan seorang mahasiswa untuk memenuhi kebutuhannya akan referensi. Pengaruh penggunaan media *online* Pinterest terhadap proses pembelajaran mahasiswa ini dapat dikaji dengan menggunakan teori *Uses and Gratifications* yang difokuskan pada mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif dengan teknik menyebarkan kuesioner kepada mahasiswa dengan penghitungan skala likert. Dari penelitian ini dapat disimpulkan bahwa media *online* Pinterest sangat berpengaruh terhadap proses pembelajaran, perkembangan ide dan gaya desain mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam membuat karya.

© 2021 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

## ARTICLE INFO

### Article History:

Received 10 Jan 2022

Revised 14 Feb 2022

Accepted 23 Mar 2022

Available online 1 Apr 2022

### Kata Kunci:

Media *online*,

Pinterest,

Mahasiswa Desain Komunikasi

Visual

## 1. PENDAHULUAN

Di era modern ini, teknologi berkembang dengan sangat pesat, sehingga menjadi bagian dari kehidupan manusia dalam memenuhi kebutuhan. Salah satu hasil dari perkembangan teknologi tersebut adalah adanya internet yang dapat mengakses media online. Media online atau media baru merupakan media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Media online menjadi tempat berbagi beragam informasi kepada khalayak. Hal ini memudahkan setiap orang dalam pencarian inspirasi dan referensi. Termasuk dalam proses pembelajaran mahasiswa, khususnya yang menekuni bidang seni dan desain memerlukan ide kreatif dan pembaruan setiap hendak menghasilkan karya baik untuk pribadi, studi maupun memperkenalkannya secara luas. Melalui media tersebut mereka bisa mendapatkan beragam inspirasi dan referensi yang menarik untuk karyanya.

Media online seperti Pinterest, Behance, Dribbble dan media online lainnya merupakan sumber yang biasanya digunakan sebagai media pencari inspirasi maupun referensi dalam berkarya kemudian dikembangkan oleh mahasiswa desain sesuai dengan kebutuhannya. Pinterest adalah mesin penemuan visual untuk menemukan ide-ide seperti resep, rumah, inspirasi gaya, dan banyak lagi. Penggunaannya dapat mengunggah foto atau gambar yang bisa dimasukkan kedalam kategori-kategori yang dapat disesuaikan namanya.

Sesuai dengan fungsinya sebagai perantara penemuan atau untuk pengembangan ide yang dipaparkan kepada para penggunanya, bisa menyebabkan pengguna yang terpengaruh oleh paparan ide visual dalam Pinterest tersebut membatasi diri dalam mengembangkan ide untuk karyanya. Selain itu, ada diantaranya yang memiliki rasa kurang percaya diri yang akhirnya kurang mengapresiasi ide sendiri. Padahal, semua ide baru adalah campuran atau leburan dengan satu ide lain atau lebih. Semakin banyak ide yang dikumpulkan maka semakin banyak pengaruh yang dapat dipilih. Maka dalam hal ini, semakin banyak ide yang dikumpulkan oleh pengguna dari Pinterest, maka semakin banyak pengaruh dan pilihan yang dapat diambil untuk menciptakan sesuatu yang baru.

Topik dari penelitian ini yaitu mengenai pengaruh penggunaan media online Pinterest terhadap proses pembelajaran mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “pengaruh” memiliki arti daya yang ada atau timbul dari sesuatu (orang, benda) yang ikut membentuk watak, kepercayaan atau perbuatan seseorang. Sehingga dapat dikatakan bahwa pengaruh adalah sesuatu yang dapat merubah suatu hal. Sedangkan “media” adalah sebuah alat atau sarana komunikasi seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Media pun dapat dikatakan sebagai perantara, karena media pun merupakan alat. Alat untuk membantu dalam mencapai pemenuhan kebutuhan dan menghasilkan kepuasan. Media online atau media baru adalah media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet (Suryawati, 2011). Media online merupakan media massa yang dapat kita akses melalui internet. Media tersebut berisi tulisan, suara, foto dan video. Salah satu media yang sering diakses oleh mahasiswa, khususnya mahasiswa desain adalah pinterest.

Pinterest merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi berupa media online. Pinterest adalah mesin penemuan visual untuk menemukan ide-ide seperti resep, rumah dan inspirasi gaya, dan banyak lagi. Pinterest sendiri memiliki beberapa fitur yaitu sajian beranda, pin, papan dan profil. Berbagai fitur yang telah tersedia seperti sajian beranda adalah tempat untuk menemukan pin, orang dan merek yang direkomendasikan oleh Pinterest kepada pengguna berdasarkan aktivitas terkini pengguna. Fitur ini juga akan menampilkan berbagai pin dari orang, topik dan papan yang diikuti. Sajian beranda ini juga akan menyajikan ide-ide

berupa gambar sesuai dengan kategori yang diminati atau dipilih oleh pengguna ketika membuat akun. Kemudian ada fitur Pin, yaitu bookmark yang digunakan oleh orang-orang untuk menyimpan ide yang mereka sukai di Pinterest. Dengan mengklik Pin, pengguna akan mengunjungi situs web untuk mempelajari cara membuatnya atau tempat membelinya. Saat menemukan Pin yang disukai, dapat klik tombol simpan untuk menyimpannya di papan pengguna. Lalu pin yang telah disimpan tersebut akan berada di papan pengguna. Pengguna dapat menamai papan dan menyusunnya di profil sesuai keinginan (Pinterest.id, 2020). Selain itu, gambar yang ada di Pinterest dapat diunduh dengan mudah menggunakan fitur unduh gambar untuk menyimpan gambar yang sudah dicari atau muncul di sajian beranda sebagai referensi kedalam device pengguna. Berbagai fitur tersebut sangat membantu untuk memudahkan pengguna dalam mengumpulkan ide. Media online pinterest ini sangat memberikan pengaruh kepada pengguna yang mengaksesnya dalam mengembangkan ide maupun mencari inspirasi dan referensi. Perkembangan teknologi memberikan kemudahan bagi pelajar, seperti mahasiswa salah satunya. Cukup dengan internet, sangat membantu mereka untuk mengakses media online seperti situs media sosial dan situs lain sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya.

Menurut Knopfemacher, mahasiswa adalah insan-insan calon sarjana yang terlibat dalam keterlibatannya dengan perguruan tinggi, dididik dan diharapkan menjadi calon-calon intelektual (Suwono, n.d.). Dalam penelitian ini, akan difokuskan pada mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Sehingga dapat dikatakan mahasiswa Desain Komunikasi Visual merupakan insan calon sarjana yang menekuni bidang Desain Komunikasi Visual di suatu perguruan tinggi, dididik dan diharapkan menjadi calon desainer yang memiliki kekayaan intelektual. Dalam pembelajaran mata kuliah program studi Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia terdapat beberapa mata kuliah praktik yang memerlukan referensi visual. Tidak sedikit mahasiswa memilih menggunakan media online Pinterest sebagai salah satu upaya untuk mengembangkan ide dalam proses pembelajarannya. Meskipun banyak juga yang menggunakan media online lain, selain Pinterest yang memiliki fungsi serupa.

Berdasarkan uraian diatas, dapat dirumuskan bahwa permasalahan dari penelitian ini adalah seberapa besar pengaruh Pinterest terhadap proses pembelajaran, perkembangan ide dan gaya desain mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia?

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar pengaruh media online Pinterest terhadap proses pembelajaran, perkembangan ide dan gaya desain mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat mengingatkan kembali kepada mahasiswa agar tidak mencukupkan diri, membatasi ide untuk berkarya karena pengaruh dari paparan ide-ide yang sama dengan apa yang mereka lihat pada media online seperti Pinterest.

## 2. KAJIAN TEORI

Penelitian ini berkaitan dengan apa yang mahasiswa lakukan terhadap media. Berbagai macam media *online* membuat mahasiswa sebagai pengguna dapat memilih media yang tepat untuk memenuhi kebutuhannya. Dalam penelitian ini yaitu bagaimana kepuasan mahasiswa terhadap kegunaan media pencarian referensi visual. Maka dari hal tersebut penulis melihat adanya kaitan dengan teori *uses and gratifications* atau teori kegunaan dan kepuasan.

## 2.1. Teori *Uses and Gratifications*

Teori ini mencoba untuk memahami fakta bahwa orang mengonsumsi berbagai pesan media untuk segala macam alasan dan efek yang diberikan pesan mungkin tidak sama untuk semua orang. Dengan memahami kebutuhan khusus konsumen media, alasan konsumsi media menjadi jelas. Efek media tertentu atau kurangnya efek media juga dapat diperjelas (Griffin et al., 2019). Teori *uses and gratifications* dikenalkan oleh Blumer dan Elihu Katz yang menekankan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut.

Pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi, pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik dalam upaya memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2017). Teori *uses and gratifications* telah menjadi pendekatan teoritis untuk mempelajari bagaimana dan mengapa individu menggunakan media tertentu selama beberapa dekade. Hal ini mengidentifikasi kebutuhan dan keinginan yang dimiliki seseorang untuk menggunakan saluran media tertentu (Katz et al., 1973).

Teori *uses and gratifications* termasuk kedalam komunikasi massa. Dalam proses komunikasi massa, teori *uses and gratifications* menempatkan fungsi menghubungkan gratifikasi kebutuhan dan pilihan media jelas di sisi khalayak. Ini menunjukkan bahwa kebutuhan masyarakat mempengaruhi media apa yang mereka pilih, bagaimana mereka menggunakan media tertentu dan apa gratifikasi yang media berikan kepada mereka. Pendekatan teori ini juga mengatakan bahwa media bersaing dengan sumber informasi lain untuk mendapat kepuasan kebutuhan audiens (Blumler & Katz, 1974).

## 2.2. Asumsi Teori *Uses and Gratifications*

2.2.1. Orang menggunakan media dengan keperluan tertentu untuk mereka sendiri  
Asumsi dasar ini tentang bagaimana media mempengaruhi orang, dan memperhitungkan fakta bahwa orang dengan sengaja menggunakan media untuk tujuan tertentu. Dalam *uses and gratifications* audiens dilihat sebagai sesuatu yang tidak pasif. Mereka dapat memutuskan media mana yang ingin mereka gunakan dan efek apa yang mereka inginkan dari media tersebut.

### 2.2.2. Mencari pemenuhan kebutuhan

Orang memiliki kebutuhan yang ingin mereka puaskan melalui penggunaan media, sama dengan orang yang ingin memuaskan hasrat tertentu seperti makan. Pada tahun 1974 Katz dengan Jay Blumer dan Michael Gurevitch menulis esai yang menyatakan bahwa dalam proses komunikasi massa terdapat banyak upaya dalam memenuhi kebutuhan pemuasan dan pilihan media terletak pada audiens. Hal ini menempatkan batasan yang kuat dalam teori tentang segala bentuk efek garis lurus konten media pada sikap. Efek garis lurus media adalah efek spesifik pada perilaku yang terprediksi dari konten media saja dengan sedikit pertimbangan perbedaan orang yang konsumsi konten itu. Menurut Katz, kunci untuk memahami media bergantung pada kebutuhan mana yang coba dipenuhi seseorang saat memilih pesan media.

### 2.2.3. Media bersaing untuk perhatian dan waktu kita

Pendekatan *uses and gratifications* secara langsung mengakui persaingan. Tidak hanya media bersaing dengan waktu, mereka bersaing dengan aktivitas lain yang tidak hanya melibatkan eksposur media. Gagasan bahwa media bersaing untuk mendapatkan perhatian dan waktu hanyalah langkah awal dalam memahami pilihan yang dibuat seseorang. Menurut teori *uses and gratifications* kita tidak dapat memahami pilihan media yang dibuat sampai kita mengenali terlebih dahulu kebutuhan mendasar yang memotivasi perilaku kita.

### 2.2.4. Media mempengaruhi orang dengan berbeda-beda

Pesan media tidak memiliki efek yang sama terhadap setiap orang. Pengetahuan efek media memberikan dukungan kuat terhadap *uses and gratifications* yang mengklaim bahwa efek media mempengaruhi orang yang berbeda secara berbeda.

### 2.2.5. Orang dapat menyampaikan dengan akurat tentang penggunaan media dan motivasi mereka

Jika *uses and gratifications* akan menjadi sebuah teori, peneliti harus menemukan cara untuk mengungkap media yang digunakan orang dan alasan mereka menggunakannya. Maka cara yang jelas untuk mengumpulkan data yaitu dengan bertanya kepada orang secara langsung agar mereka melaporkan jumlah waktu yang mereka gunakan untuk berbagai media beserta alasannya dan kemudian mencatat jawabannya. Manfaatnya untuk mengetahui, mengukur apakah orang-orang benar-benar memahami alasan mereka dalam menggunakan media (Griffin et al., 2019)

Dari pengertian teori tersebut, maka dapat dikatakan bahwa mahasiswa sebagai pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media. Dalam konteks penelitian ini yaitu memilih dan menggunakan media *online* Pinterest untuk segala macam alasan, kebutuhan dan efek yang berbeda. Maka mahasiswa desain sebagai pengguna media adalah pihak yang aktif dalam menggunakan media sebagai upaya mencari sumber referensi atau inspirasi yang paling baik untuk memenuhi kebutuhannya. Teori *uses and gratifications* memiliki pilihan untuk memuaskan kebutuhan pengguna, dalam penelitian ini yaitu mahasiswa dan teori tersebut menjadi sebuah pendekatan untuk mempelajari bagaimana dan mengapa mahasiswa desain menggunakan media pencari ide visual.

## 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Penelitian kuantitatif adalah metode pengukuran data kuantitatif dan statistika objektif melalui perhitungan ilmiah berasal dari sampel orang-orang atau penduduk yang diminta menjawab sejumlah pertanyaan tentang survei untuk menentukan frekuensi dan persentase tanggapan mereka (Creswell, 2003). Objek penelitian menjelaskan tentang apa dan atau siapa yang menjadi objek penelitian. Juga dimana dan kapan penelitian dilakukan. Bisa juga ditambahkan hal-hal lain jika dianggap perlu (Umar, 2005). Objek dari penelitian ini yaitu mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia, yang terdiri dari 3 angkatan, mulai dari angkatan 2018, 2019 sampai 2020.

Pada metode penelitian ini penulis menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran. Skala likert adalah suatu skala psikometrik yang umum digunakan dalam angket dan

merupakan skala yang paling banyak digunakan dalam riset berupa survei (Likert, 1932). Biasanya skala likert memiliki 5 pilihan yang termasuk pilihan netral di dalamnya untuk mengukur tanggapan positif atau negatif, ada pula yang hanya menggunakan 4 pilihan dalam pengukurannya. Namun dalam kuesioner penelitian ini, penulis membuat 10 pernyataan yang telah disediakan 5 pilihan skala dan dapat langsung dipilih oleh responden.

Pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini berupa kuesioner *online* yang dapat disebar melalui media sosial, dapat disebar dengan cepat dan diisi dimanapun tanpa harus mengajukan secara tatap muka. Penyebaran kuesioner menggunakan aplikasi administrasi survei yaitu google form yang telah dilakukan secara tertutup pada tanggal 3 Desember 2020 dengan 5 pilihan dan nilai 1-5 yang formatnya itu sangat tidak setuju, tidak setuju, netral, setuju dan sangat setuju. Data yang dihasilkan dari metode ini berupa angka dan telah diperoleh sebanyak 41 responden mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia yang pernah menggunakan media *online* Pinterest. Untuk menghitung hasil akhir dari survei tersebut dan mendapati hasil analisis data yang tepat, penulis menghitung jumlah keseluruhan dari setiap indikator pernyataan, skor atau nilai, frekuensi dan nilai frekuensi. Jumlah skor tersebut kemudian dicantumkan dalam rumus indeks. Hingga didapat persentase frekuensi keseluruhan mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia yang menggunakan media *online* Pinterest guna mengetahui seberapa besar pengaruh dari media *online* tersebut terhadap pembelajaran dan proses kreativitas mereka.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam proses berkarya mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia biasanya menggunakan media *online* untuk mencari inspirasi dan referensi. Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, dari hasil angket kuesioner yang disebar, sebanyak 89% dari mahasiswa menggunakan media *online* Pinterest dalam mencari inspirasi atau referensi dalam berkarya. Salah satu alasan mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia menggunakan media *online* Pinterest yaitu untuk mendapatkan inspirasi atau referensi sebelum berkarya. Karena pada umumnya, hakikat manusia ialah meniru. Baik seniman, desainer atau profesi apapun pasti memerlukan referensi. Jika tidak menggunakannya, akan cenderung kesulitan dan bingung tidak terarah. Hal tersebut dapat dilihat dari hasil penelitian ini, yaitu sebanyak 78% mahasiswa merasa cukup bingung dan cenderung kesulitan jika berkarya tanpa melihat referensi terlebih dahulu dan Pinterest sangat menginspirasi bagi 74% mahasiswa lainnya dalam berkarya.

Untuk mengatasi perasaan kesulitan dan kebingungan dalam berkarya, khususnya membuat karya sebagai tugas mata kuliah program studi Desain Komunikasi Visual, mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia menggunakan media *online* Pinterest untuk membantu dalam proses pembelajarannya. Fitur yang tersedia dalam media online Pinterest baik pada versi web maupun aplikasinya, sangat membantu mahasiswa sebagai pengguna untuk mengumpulkan ide sebagai referensi, mengembangkan dan membantu memenuhi kepentingannya. Terdapat 87% mahasiswa merasa sangat terbantu oleh Pinterest dalam proses pembelajarannya sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual dan 82% mahasiswa lainnya merasa cukup terbantu. Pinterest pun dapat mempengaruhi gaya desain mereka. Didasari oleh data penelitian ini, mahasiswa yang

gaya desainnya terpengaruh oleh pinterest sebanyak 68%. Ide dapat berkembang seiring dengan banyaknya informasi dan referensi. Hal tersebut berlaku pula pada mahasiswa Desain Komunikasi Visual. Media *online* Pinterest mempengaruhi perkembangan ide 82% dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia, namun mereka tidak terpaku pada paparan ide yang tersedia di Pinterest, dimana terdapat dalam data penelitian ini bahwa hanya 30% mahasiswa yang terpaku pada paparan ide yang tersedia di media *online* Pinterest. Sebanyak 79% dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia yang menggunakan media *online* Pinterest, mengembangkan ide yang ada di dalam media *online* tersebut untuk dituangkan ke dalam karyanya sebagai bentuk kreativitas.

Sebagian dari mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia tetap merasa percaya diri pada idenya, dengan melihat atau tanpa melihat referensi dari Pinterest dan media *online* lainnya terlebih dahulu. Karena mereka mampu dan percaya diri dengan imajinasinya. Hal ini dapat diketahui dari penelitian bahwa sebanyak 65% mahasiswa cukup merasa percaya diri dengan idenya meski tanpa melihat referensi dari Pinterest atau media *online* lainnya terlebih dahulu. Maka mahasiswa mampu berkarya untuk memenuhi kewajibannya sebagai mahasiswa Desain Komunikasi Visual dengan bekal ilmu dan referensi sebagai salah satu penunjang yang mereka dapatkan dari media *online* Pinterest dan hal itu tidak membatasi diri mereka untuk terus menggali ide dan mengembangkannya untuk setiap karyanya sebagai desainer.

## 5. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan terkait pengaruh penggunaan media online Pinterest terhadap pembelajaran mahasiswa di Universitas Pendidikan Indonesia, dengan responden yang didominasi oleh mahasiswa angkatan 2019 ini dapat disimpulkan bahwa Media online Pinterest memiliki pengaruh terhadap proses pembelajaran, perkembangan ide dan gaya desain mahasiswa Desain Komunikasi Visual dalam membuat karya. Karena mahasiswa Desain Komunikasi Visual di Universitas Pendidikan Indonesia ini merasa bingung dan kesulitan jika membuat karya tanpa melihat referensi terlebih dahulu, maka mereka memilih menggunakan Pinterest sebagai salah satu pilihan untuk menunjang kebutuhan akan inspirasi dan referensi visual. Referensi yang diambil dari Pinterest kemudian dikembangkan dan dituangkan ke dalam karya mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia. Dengan menuangkan referensi tersebut, mahasiswa tidak terpaku pada paparan ide yang ada di Pinterest. Karena hal itu tidak menghilangkan rasa percaya diri mereka dalam menggali ide. Mahasiswa Desain Komunikasi Visual Universitas Pendidikan Indonesia tetap mengembangkan idenya sendiri dan terus mengeksplorasi ide tersebut meski tanpa menggunakan referensi visual dari media online Pinterest atau media online lainnya seperti Behance, Dribbble dan sejenisnya.

## 7. DAFTAR PUSTAKA

- Blumler, J., & Katz, E. (1974). *The Uses of Mass Communications: Current Perspectives on Gratifications Research* (J. Blumler & E. Katz (eds.)). SAGE Publications.
- Creswell, J. W. (2003). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. SAGE Publications, 2003.
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory, tenth Edition* (10th ed.). Mc Graw Hill Education.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973). Public Opinion Quarterly. *Uses and Gratifications Research*, 37(4), 509–523. <https://doi.org/10.1093/poq/nfz039>
- Likert, R. (1932). Archives of Psychology. *A Technique for the Measurement of Attitudes*, 140.
- Nurudin. (2017). *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Rajawali Pers.
- Pinterest.id. (2020). *Segalanya tentang Pinterest*. <https://help.pinterest.com/id/guide/all-about-pinterest>
- Suryawati, I. (2011). *Jurnalistik - Suatu Pengantar Teori Praktik* (Z. A. Naufal (ed.)). Ghalia Indonesia.
- Suwono. (n.d.). *Definisi Mahasiswa menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia*. 1978. <http://www.pengertianku.net/2014/11/kenali-pengertian-mahasiswa-dan-menurut-para-ahli.html>
- Umar, H. (2005). *Metode Penelitian Untuk Tesis Dan Bisnis*. Grafindo Persada.

