

## **Peranan dan Impak Media Komunikasi untuk Menyemai Rasa Cinta Golongan Muda terhadap Institusi Beraja**

Rohayu Ab Majid\*  
Ismarani Ismail  
Universiti Teknologi MARA, Malaysia

Emel perhubungan: rohayumajid@uitm.edu.my\*

### **Abstrak**

*Media komunikasi merupakan medium yang amat penting dalam penyebaran ilmu dan maklumat semasa. Malah penglibatannya secara digital telah menyumbang kepada budaya percambahan ilmu yang sangat baik dalam kalangan masyarakat. Justeru peranan media dilihat amat penting untuk menyebarkan nilai-nilai positif khususnya terhadap Institusi Beraja yang menjadi tonggak perpaduan negara. Justeru kertas kajian ini bertujuan melihat sejauh manakah media komunikasi berperanan untuk menyemai rasa cinta dan kasih terhadap Institusi Beraja dalam kalangan golongan muda. Data kajian diperolehi menerusi borang soal selidik yang mendapat maklum balas daripada 14,154 sampel pelajar di sebuah Institut Pengajian Tinggi Awam. Variabel kajian menekankan 2 komponen utama, iaitu kadar perolehan maklumat berkenaan Institusi Beraja melalui sumber media, peranan media dalam penyebaran maklumat berkenaan Institusi Beraja serta impak hebahan ini untuk mewujudkan rasa cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja. Dua belas elemen yang dikembangkan dari dua komponen utama telah dijalankan analisis kebolehpercayaan (Reliability Test) dan analisis deskriptif bagi melihat skor persepsi golongan muda terhadap Institusi Beraja. Dapatan kajian memaparkan media komunikasi memainkan peranan penting dalam menyebarkan maklumat dan turut memberi impak ke atas rasa cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja. Namun kadar impak ini adalah sederhana ekoran kebergantungannya terhadap cara hebahan dan kontek penyampaian yang baik dan terancang*

**Kata kunci:** *Peranan dan Impak, Media Komunikasi, Cinta, Golongan Muda, Institusi Beraja*

## **The Roles and Impact of Communication Media in Cultivating Young People's Love for Royal Institutions**

### **Abstract**

Communication media is a very important medium in the dissemination of current knowledge and information. In fact, its involvement with digitalization has contributed to good culture of knowledge proliferation in the community. Therefore, the role of the media is seen as very important in spreading positive values, especially towards the Royal Institution which become a pillar of national unity. Therefore, this research paper aims to see the extent to which this communication media plays a role in instilling love and affection towards the Royal Institution among young people. The study data was obtained through a questionnaire that received feedback from a sample of 14,154 students at a Public Institute of Higher Education. The research variables emphasize two main components which are the rate of obtaining information about the Royal Institution through media sources, the role of the media in disseminating information about the Royal Institution as well as the impact of this publicity in creating a sense of love among young people for the Royal Institution. Twelve elements developed from the two main components are conducted reliability analysis (Reliability Test) and descriptive analysis to see the scores of young people's perception of Royal Institutions as a result of the role of communication media. The results of the study show that the communication media play an important role in disseminating the information and also have an impact on the young people's love for the Royal Institution. However, the rate of this impact is indicated at moderate level due to its dependence on the well-planned delivery and good content from media.

### **Keywords:**

*Role and Impact, Communication Media, Love, Young People, Royal Institutions*

*Peranan dan Impak Media Komunikasi Dalam Menyemai Rasa  
Cinta Golongan Muda Terhadap Institusi Beraja*

## **Pengenalan**

Media merupakan perkataan yang berasal dari Bahasa Latin, iaitu perkataan 'Medium' membawa maksud media, jamak, medium dan tunggal (Batubara (2011). Ia berfungsi sebagai pengantara - iaitu penyampai maklumat daripada satu pihak kepada pihak yang lain (Batubara, 2011; Grover et al., 2022). Lazimnya perhubungan yang wujud antara kedua-dua pihak ini boleh berlaku secara bersemuka mahupun tidak bersemuka (maya) bergantung kepada keperluan, status dan kedudukan lokasi pihak yang terlibat. Hari ini perhubungan yang wujud banyak berlaku secara maya menerusi pelbagai media elektronik (Suri, 2019), yang mempercepatkan penyampaian dan hebahan maklumat (Basori & Wang, 2020) kepada pihak yang berkepentingan (Grover et al., 2022).

Justeru maklumat berhubung Institusi Beraja sewajarnya menjadi agenda utama dalam penyampaian maklumat semasa (Mahmud & Pitchan, 2017). Hal ini dikatakan demikian kerana Institusi Beraja merupakan tonggak perpaduan negara. Kewujudan institusi ini telah berjaya mewujudkan semangat bekerjasama dalam mempertahankan negara tercinta tanpa mengira agama maupun bangsa (Suri, 2019; Grover et al., 2022). Justeru, peranan media komunikasi dalam menyebarkan maklumat semasa khususnya berkenaan Institusi Beraja amatlah penting dalam usaha menyemarakkan rasa cinta dan sayang akan institusi ini (Yusof & Hassan, 2020).

Namun begitu sebaran maklumat yang berlaku sering mengundang kecaman (Mahmud & Pitchan, 2017). Berita yang diwar-warkan pula tidak menampakkan kesahihan sehinga menimbulkan kekeliruan dalam kalangan penerima maklumat (Suparno et al., 2017) menerusi penjadualan khusus ataupun sesi masa tertentu (Abu Bakar & Nizah, 2021). Maklumat semasa berhubung Institusi Beraja lazimnya merupakan satu perkara yang sentiasa mendapat perhatian media. Malah rakyat jelata yang sentiasa menantikan kemunculan kaum kerabat Institusi Beraja maupun berkaitan aktiviti harian semasa sentiasa cakna dengan setiap maklumat semasa yang dihebahkan (Mahmud & Pitchan, 2017), samada menerusi media sosial maupun media lain.

Justeru, peranan media komunikasi ini amatlah penting dalam menstabilkan perpaduan dan keharmonian negara (Suparno et al., 2017). Berita yang menyumbang nilai positif terhadap Institusi Beraja sewajarnya menjadi perkara utama bagi memastikan institusi ini terus teguh dalam persepsi rakyat Malaysia (Prasanti & Fuady, 2018). Namun sebaran yang menimbulkan persepsi negatif terhadap Institusi Beraja pastinya mengundang pelbagai perdebatan malah merosakkan imej yang dipaparkan. Ini kerana cara dan bentuk penyampaian komunikasi serta pernyataan yang dibuat di media kadang kala disalah tafsir oleh pihak tertentu (Prasanti, 2018) dan tidak kurang juga dipolitikkan (Suparno et al., 2017).

Sehubungan itu menjadi satu keperluan untuk semua penerima maklumat menyemak dahulu kesahihan maklumat yang diterima (Prasanti & Fuady, 2018). Penerimaan yang berbeza-beza ini lazimnya disebabkan oleh profil yang berbeza. Pandangan dan tafsiran golongan muda pastinya ada perbezaan sekiranya sesuatu maklumat yang dipaparkan mengundang kecaman (Suparno et al., 2017). Namun, tindakan susulan yang sering diambil sama sekali jauh berbeza di antara golongan muda dan tua. Golongan muda dilihat mempunyai pandangan yang lebih sensitif dan sentiasa mahukan pembaharuan dan kemodenan (Prasanti, 2018). Semangat cinta akan negara dan raja amat kuat

tertanam dalam jiwa, sekiranya mereka disajikan dengan dengan bahan media yang bagus dan tidak menjengkelkan (Mahmud & Pitchan, 2017). Namun sekiranya bahan yang disebarkan media berbentuk provokasi, ia amat mudah mengundang kecaman daripada golongan muda berbanding golongan tua. Justeru, kertas kajian ini akan mengkaji sejauh mana media komunikasi dari pelbagai medium memainkan peranan dalam menyampaikan maklumat berhubung Institusi Beraja, seterusnya mempengaruhi persepsi dan perasaan cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja

### **Kajian Literasi**

Peranan media komunikasi hari ini amat penting sehingga boleh membentuk dan membangunkan tamadun dunia (Prasanti & Fuady, 2018; Prasanti & Pratamawaty (2017). Ini kerana setiap berita dan maklumat yang disebarkan pastinya menyumbang kepada pembangunan ilmu yang berkembang dari masa ke semasa. Justeru dalam usaha memupuk semangat cintakan Institusi Beraja, peranan media komunikasi ini tidak dapat dinafikan (Suri, 2019; Yusof & Hassan, 2020). Malah, ia menjadi batu loncatan kepada penggabungan pemikiran dalam kalangan masyarakat sehingga mewujudkan naratif tersendiri terhadap Institusi Beraja. Golongan muda yang bakal mewarisi pentadbiran negara (Suri, 2019), juga tidak terkecuali dari mempunyai pandangannya yang tersendiri terhadap Institusi Beraja. Namun, konsep dan bentuk hebahan ini amat berbeza antara semua media komunikasi yang ada.

Media cetak amnya boleh dirujuk kepada akhbar dan majalah yang diterbitkan secara berkala maupun berdasarkan program tertentu (Kusuma, 2016). Ia sering kali memaparkan maklumat berkaitan Institusi Beraja (Yusof & Hassan, 2020). Di Malaysia, media cetak dikawal oleh Akta Mesin Cetak dan Penerbitan 1984 (Pindaan 2012). Menurut Kustriyono (2016) media cetak merupakan komunikasi yang berunsur penulisan.

Penulisan yang dibuat bersama paparan gambar yang menarik serta pernyataan positif ini, sering kali mengundang rasa senang hati rakyat Malaysia terhadap Institusi Beraja. Namun, hebahan maklumat menerusi media elektronik juga turut memberi impak tersendiri (Grover et al., 2022). Paparan maklumat dalam program televisyen dan radio menerusi audio yang jelas sering kali dilihat meninggalkan kesan di hati para pendengar dan seterusnya menimbulkan rasa cinta terhadap Institusi Beraja dalam kalangan rakyat (Yusof & Hassan, 2020).

Namun pengelolaan program yang berlangsung seharusnya sinonim dengan Institusi Beraja bagi memastikan nilai positif yang ingin disampaikan berjaya menyuntik perasaan, hati dan nurani penonton.

Selain itu Media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter dan Youtube tidak kurang impaknya (Basori & Wang, 2020; Grover et al (2022). Menerusi media ini, maklumat yang disampaikan adalah secara spontan tanpa menerusi penjadualan khusus ataupun sesi masa tertentu (Abu Bakar & Nizah, 2021). Apa yang pasti hebahan maklumat menjadi pantas dan mudah (Grover et al., 2022), serta mampu menarik perhatian masyarakat umum terhadap Institusi Beraja (Yusof & Hassan, 2020).

Hebahan berita portal juga turut menjadi trend semasa untuk menyebarkan maklumat berhubung Institusi Beraja. Ia biasanya melibatkan penulisan pendek secara akademik dan bukan akademik di laman web. Portal Berita mampu menarik perhatian pembaca menerusi tajuk dan isu yang difokuskan. Antara contoh Paparan media ini adalah menerusi Malaysia Kini dan Malaysia Today.

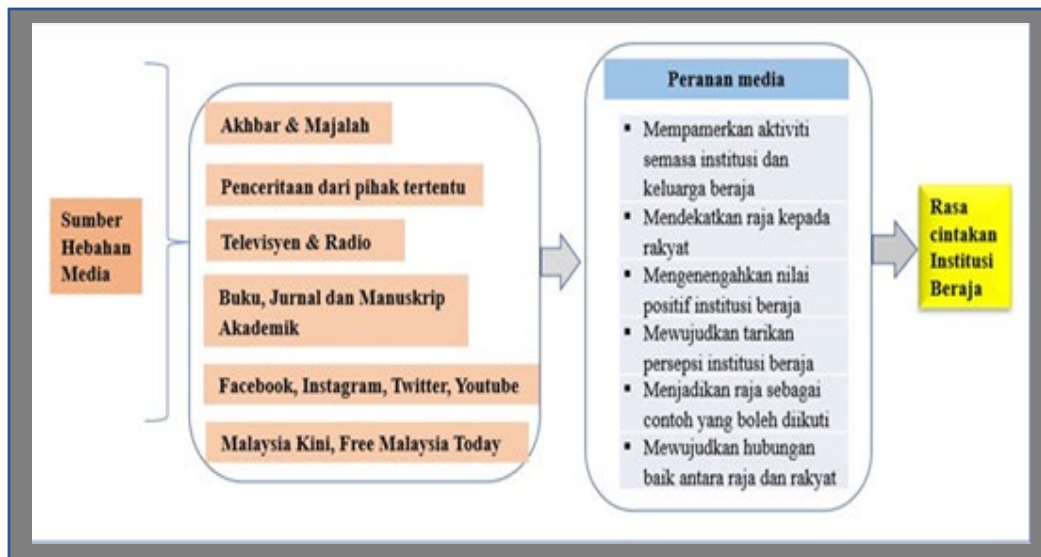
Selain itu, hebahan maklumat berhubung Institusi Beraja juga turut berlaku menerusi penulisan buku, jurnal dan manuskrip akademik yang sering ditulis oleh ahli akademik (Yusof & Hassan, 2020; Mahmud & Pitchan, 2017). Namun penulisan ini hanya mendapat tumpuan oleh golongan tertentu sahaja khususnya yang berkecimpung dalam dunia ilmiah berbanding dengan masyarakat luar. Hal demikian kerana ia melibatkan kupasan yang teliti disusuli dengan fakta tertentu yang perlu dibuktikan (Kustriyono, 2016). Justeru golongan muda yang lebih terarah kepada berita sensasi amat gemar kepada berita portal berbanding penulisan akademik (Prasanti, 2018).

Media komunikasi seterusnya adalah hebahan secara lisan yang mana merujuk kepada perpindahan maklumat dari mulut ke mulut pihak yang berlainan (Cheung & Thadani, 2010). Namun kaedah penyampaian ini sering kali mengundang isu sensitif yang mana tahap ketepatan maklumat yang disebarkan kadang kala menjauhi fakta sebenar (Lim & Chung, 2011; Cheung & Thadani, 2010). Ini kerana maklumat asal yang disalurkan berpotensi melalui fasa penambahan cerita yang berlaku dalam kalangan penyampai yang berbeza pendapat dan tafsiran tersendiri (Cheung & Thadani 2012).

Walaupun media komunikasi datang dalam pelbagai bentuk, namun setiap darinya mempunyai misi yang sama, iaitu memberikan maklumat semasa berhubung Institusi Beraja (Yusof & Hassan, 2020; Mahmud & Pitchan, 2017). Namun, kesemua media ini cenderung membentuk peranan yang berbeza kerana sifat dan konsep penyampaian yang berbeza (Suri, 2019). Antaranya termasuklah mempamerkan aktiviti semasa Institusi dan Keluarga Beraja. Menerusi kaedah ini ia berjaya mengetengahkan nilai positif Institusi Beraja di samping mewujudkan tarikan dan persepsi tertentu kepada Institusi Beraja (Yusof & Hassan, 2020; Mahmud & Pitchan, 2017). Persepsi ini akhirnya akan mewujudkan hubungan baik antara raja dengan rakyat walaupun berlangsung secara maya.

Situasi ini akan mendekatkan raja kepada rakyat dan meletakkan raja sebagai permata bernilai. Sehubungan itu, akan menyuburkan rasa cinta dan sayangkan Institusi Beraja dalam kalangan rakyat jelata. Nilai kasih ini akhirnya menjadikan seseorang raja tersebut idola rakyat jelata yang menjadi contoh ikutan oleh golongan muda.

Gambar Rajah 1 memaparkan kerangka teoritikal yang dibangunkan hasil perbincangan di atas. Sebanyak enam sumber media komunikasi telah dikaji dan di analisis peranan dan pengaruhnya terhadap persepsi golongan muda, yang akhirnya mewujudkan rasa cinta mereka terhadap Institusi Beraja.



Gambar Rajah 1: Kerangka Teoritikal Kajian

## Metodologi

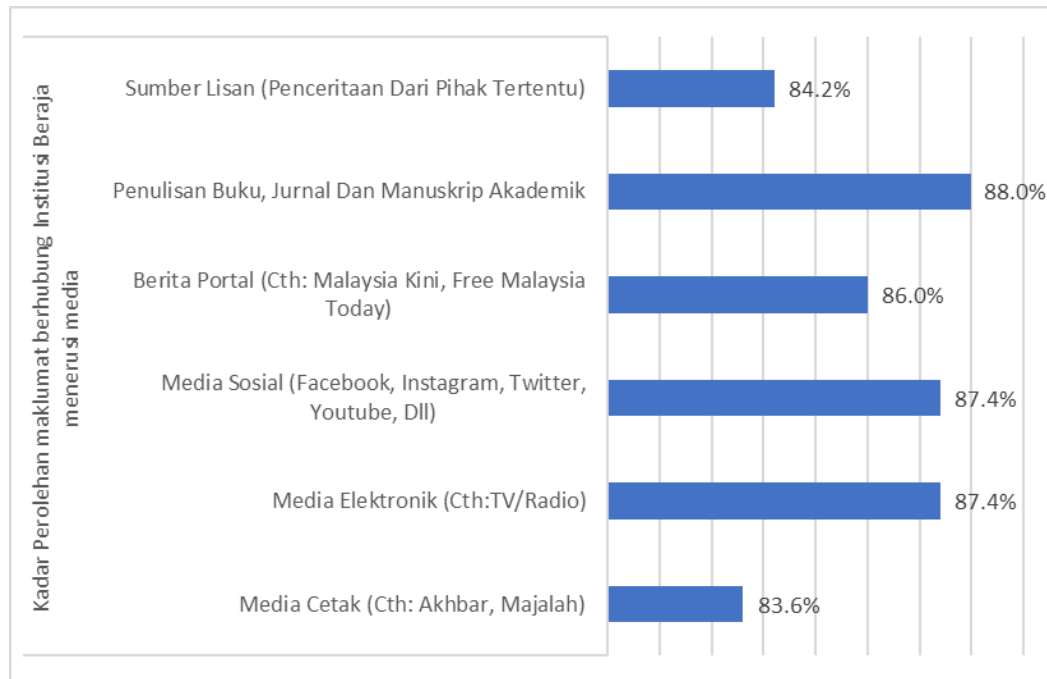
Kajian ini dijalankan secara kuantitatif. Data primer diperolehi daripada borang soal selidik yang diedarkan kepada pelajar di sebuah Institut Pengajian Tinggi Awam sebagai responden kajian. Komponen utama kajian iaitu i) Enam jenis media dan ii) Enam peranan media untuk mewujudkan rasa cinta akan Institusi Beraja oleh golongan muda telah diperuntukkan dalam instrumen kajian. Data kajian dijalankan analisis diskriptif dan inferensi bagi melihat sejauh mana hebahan media berhubung Institusi Beraja ini mendapat perhatian golongan muda. Setiap media yang dikaji akan dijana skor peranan masing-masing dalam penghebahan maklumat berhubung Institusi Beraja kepada pihak awam. Seterusnya data tersebut dijalankan analisis korelasi bagi melihat sejauh mana peranan yang dimainkan media komunikasi yang ada berjaya menyulam rasa cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja.

## Hasil Kajian

Jadual 1: Ujian Kebolehpercayaan

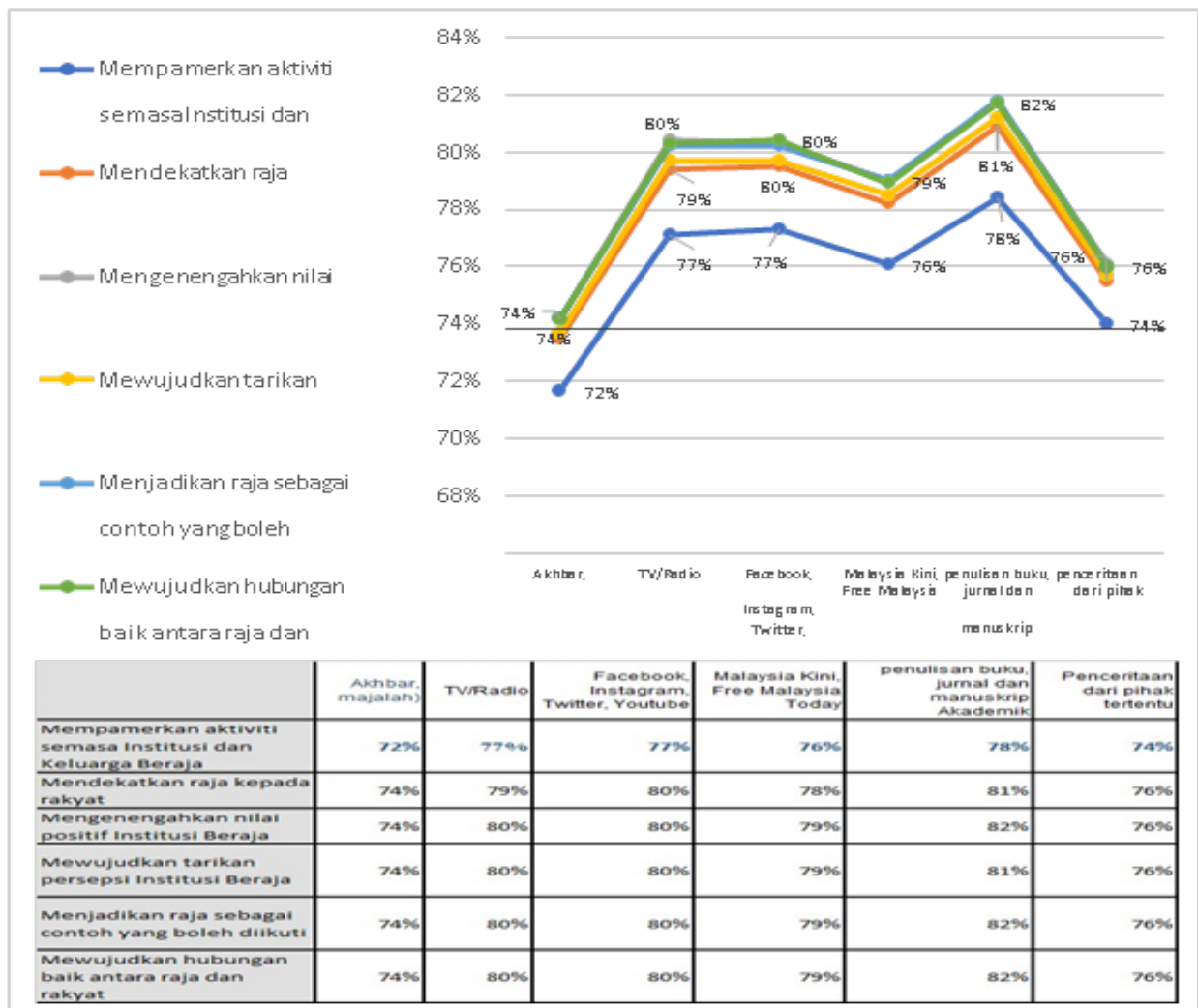
Komponen	Elemen	Cronbach's Alpha
Kadar perolehan maklumat berkenaan Institusi Beraja melalui hebahan media	Media cetak (cth: Akhbar, majalah)	.943
	Media elektronik (cth:TV/Radio)	.940
	Media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, Youtube, dll)	.942
	Berita portal (cth: Malaysia Kini, Free Malaysia Today)	.942
	Penulisan buku, jurnal dan manuskrip Akademik	.942
	Sumber lisan (penceritaan dari pihak tertentu)	.943
Peranan Media (media cetak/ eletronik, sosial, penulisan buku/ sumber lisan)	Mempamerkan aktiviti semasa Institusi dan Keluarga Beraja	.939
	Mendekatkan raja kepada rakyat	.938
	Mengenengahkan nilai positif Institusi Beraja	.937
	Mewujudkan tarikan persepsi Institusi Beraja	.937
	Menjadikan raja sebagai contoh yang boleh diikuti	.938
	Mewujudkan hubungan baik antara raja dan rakyat	.938

Jadual 1 memaparkan keputusan ujian kebolehpercayaan (*reliability test*) bagi melihat tahap kebolehpercayaan setiap soalan berhubung kadar perolehan maklumat dan peranan yang dimainkan oleh setiap media yang dikaji. Secara keseluruhannya 12 variabel yang dikaji memaparkan nilai  $> 0.75$ . Hal ini menunjukkan bahawa kesemua soalan yang dibangunkan dalam kajian ini boleh dipercayai, dapat difahami dengan jelas oleh responden dan boleh digunakan bagi tujuan penyelidikan ini.



**Gambar Rajah 2:** Kadar perolehan maklumat oleh golongan muda dari sumber media

Gambar Rajah 2 memaparkan enam jenis media yang berpotensi menyumbang kepada penyebaran maklumat yang baik berhubung Institusi Beraja. Ke semua enam media yang dikaji mencatatkan peratusan melebihi 80% dengan catatan antara 83.6% (Media cetak) dan 88% (Penulisan Buku). Penulisan buku mencatatkan peratusan tertinggi ekoran dari keperluan tugas akademik pelajar IPTA yang mementingkan maklumat dari sumber yang sahih dan rasmi serta fakta yang betul iaitu, melalui penulisan akademik, berbanding media cetak yang terdiri daripada akhbar dan majalah yang lebih memfokuskan berita sensasi.



**Gambar Rajah 3:** Kadar peranan media komunikasi terhadap penyebaran maklumat berhubung Institusi Beraja.

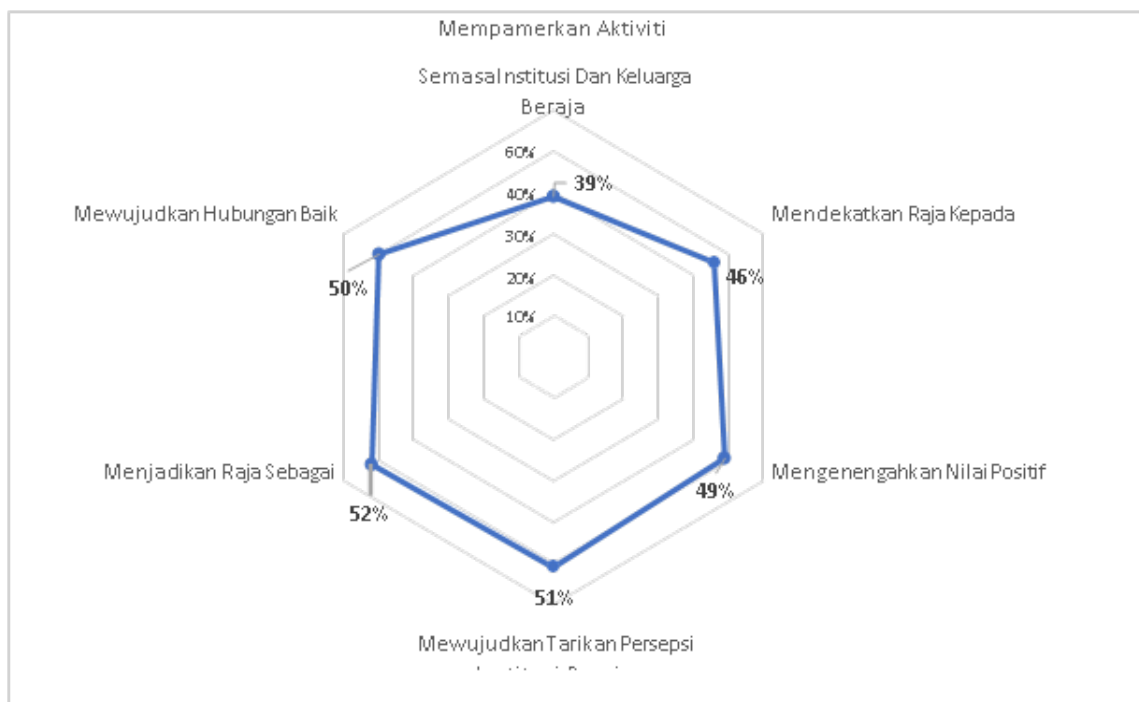
Berdasarkan Gambar Rajah 3, Media sosial (Facebook, Instagram, Twitter, You Tube), Media elektronik (radio & TV) dan media penulisan jurnal banyak mempamerkan aktiviti semasa raja dengan catatan 77-78%. Media penulisan akademik juga mencatatkan nilai tertinggi dalam usaha mengetengahkan nilai positif Institusi Beraja (82%) yang secara tidak langsung mewujudkan hubungan yang baik antara raja dengan rakyat di mana raja tersebut merupakan sebahagian komponen dari Institusi Beraja, yang menjadi contoh ikutan rakyat jelata. Secara keseluruhannya lima jenis media mencatatkan kadar nilai peratusan melebihi 75% dalam usaha menyebarkan maklumat Institusi Beraja berbanding media cetak yang berbentuk hiburan dan sebagainya.



**Jadual 2:** Status signifikan dan nilai korelasi peranan media dalam mewujudkan rasa cintakan Institusi Beraja dalam kalangan orang muda.

Peranan Media Komunikasi	Asymptotic Significance (2-sided)	Pearson Chi-Square
Mempamerkan Aktiviti Semasa Institusi Beraja dan Keluarga Beraja	.000	39.457a
Mendekatkan Raja Kepada Rakyat	.000	45.961 <sup>a</sup>
Mengenengahkan Nilai Positif Institusi Beraja	.000	48.533 <sup>a</sup>
Mewujudkan Tarikan Persepsi Institusi Beraja	.000	51.269 <sup>a</sup>
Menjadikan Raja Sebagai Contoh Yang Boleh Diikuti	.000	51.913 <sup>a</sup>
Mewujudkan Hubungan Baik Antara Raja dan Rakyat	.000	49.839 <sup>a</sup>

Enam peranan media yang dikaji ini turut memaparkan status yang sangat signifikan terhadap pandangan dan pemikiran golongan muda dan seterusnya mewujudkan rasa cintakan Institusi Beraja dalam kalangan mereka. Kesemua peranan yang dikaji mencatatkan nilai Asymptotic Significance (2-sided) pada 0.000 iaitu, sangat signifikan. Namun begitu kadar impak dari peranan media ini ke atas rasa cinta terhadap Institusi Beraja hanya mencatatkan nilai yang sederhana iaitu, antara 39.457a sehingga 51.913a pada nilai Pearson Chi-Square.



**Gambar Rajah 4:** Impak Media komunikasi dalam menyemai rasa cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja

Secara keseluruhannya enam jenis media komunikasi yang dikaji memberi impak kepada perasaan cinta terhadap Institusi Beraja. Berdasarkan Gambar Rajah 5, kadar impak media komunikasi hanya mencatatkan kadar antara 39% hingga 52%. Peranan media dalam menyemai rasa cinta akan Institusi Beraja ini datang dari usaha mewujudkan hubungan yang baik antara raja dan rakyat (50%) yang akhirnya berjaya mewujudkan persepsi positif golongan ini ke atas Institusi Beraja (51%). Malah hebahan media yang menonjolkan sifat ketokohan seorang raja juga mendorong rasa cinta golongan muda terhadap Institusi Beraja (52%). Sebaliknya paparan aktiviti semasa yang berkait rapat dengan Institusi Beraja kurang memberi impak yang kuat iaitu, hanya 39%. Hal ini kerana aktiviti ini hanya melibatkan pihak-pihak tertentu dan aktiviti yang terbatas pada lokasi dan masa tertentu sahaja, berbanding aktiviti perhubungan langsung antara raja dan rakyat dalam mana-mana program umum yang secara tidak langsung mendekatkan hubungan antara raja dan rakyat

### **Perbincangan**

Media komunikasi merupakan nadi yang menggerakkan perhubungan dalam kehidupan masyarakat. Justeru setiap jenis media komunikasi yang ada memainkan peranan tersendiri untuk memastikan setiap maklumat yang mahu disebarikan sampai kepada pihak yang betul dalam tempoh yang sepatutnya, sebagaimana apa yang diutarakan oleh Basori & Wang (2020) dan Grover et al., (2022). Catatan peratusan enam jenis media yang melebihi 80% juga telah membuktikan peranan besar media komunikasi ini untuk menyebarkan maklumat semasa, secara langsung menyemai rasa cinta terhadap Institusi Beraja (Yusof & Hassan, 2020). Namun penulisan akademik lebih mendapat perhatian pelajar berbanding media komunikasi yang lain ekoran keperluan skop tugas akademik yang bersandarkan kepada sumber dan fakta yang sahih. Namun, media komunikasi lain turut menjadi pilihan golongan muda bergantung kepada cara hebahan dan konteks penyampaian yang berbeza antara media.

### **Kesimpulan**

Institusi Beraja merupakan sebuah komponen penting dalam sistem pentadbiran negara, selain menjadi simbol kemakmuran dan perpaduan negara. Justeru usaha menyemai rasa cintakan Institusi Beraja ini wajar dilakukan secara berterusan oleh pihak media komunikasi. Namun peranan media komunikasi ini perlulah jelas pada misi dan sasarannya agar setiap maklumat yang dihebahkan dapat menyentuh hati rakyat jelata menerusi pelbagai kreativiti penyampaian dan hebahan. Apa yang jelas aspek ketokohan golongan yang berkait rapat dengan Institusi Beraja menjadi titik fokus utama yang membuatkan rakyat memandang tinggi terhadap kedudukan Institusi Beraja dan menaruh kepercayaan yang tinggi terhadap institusi ini sebagai tunggak sistem pemerintahan negara.

### **Penghargaan**

Penulis ingin mengucapkan ribuan terima kasih kepada Prof. Emeritus Datuk Dr Zainal Kling, mantan pertama Kursi Institusi Raja-Raja Melayu (KIRRM) yang banyak menyumbang ilmu dalam usaha penulis menyiapkan kajian di KIRRM dan seterusnya meneruskan penerbitan Ilmiah berkaitan Institusi Beraja.

## Rujukan

- Abu Bakar, A. R., Nizah, M.A. M. (2021). Pengaruh media sosial dalam penyebaran unsur negatif terhadap elemen anak watan dan keselamatan: satu tinjauan awal pasca PRU 14. *Jurnal Psikologi Keselamatan, Bil.3*, 121-133.
- Basori, N. E. M. Wang J. (2020). Pengaruh media terhadap sokongan kepada parti politik di Malaysia. *e-BANGI: Journal of Social Sciences and Humanities. Vol. 17 Issue 5*
- Batubara A. K., (2011). *Diktat media komunikasi*, Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri, Sumatera Utara Medan
- Cheung C. M. K., Thadani D. R., (2010). *The Effectiveness of Electronic Word-of-Mouth Communication: A Literature Analysis*. Kertas kerja dibentangkan pada 23rd Bled eConference eTrust: Implications for the Individual, Enterprises and Society, 20-23 Jun 2010, Bled, Slovenia.
- Cheung & Thadani (2012). The impact of electronic word-of-mouth communication: A literature analysis and integrative model. *Decision Support Systems. Vol 54, Issue 1*, December 2012, 461-470.
- Grover P., Kar A.K., Dwivedi Y., (2022). The evolution of social media influence - A literature review and research agenda. *International Journal of Information Management Data Insights. Vol. 2, Issue 2*, November 2022, 100116.
- Mahmud W. A. W., Pitchan M. A., (2017). media baharu dan Institusi Raja di Malaysia: Kes penghinaan Raja-raja di media sosial. *Jurnal Komunikasi, Malaysian Journal of Communication Jilid 33(1) 2017*: 406-422.
- Kustriyono E., (2016). Perubahan makna dan faktor penyebab perubahan makna dalam media cetak. *Bahastra, Maret 2016, Volume XXXV, Nomor 2*. 13-25.
- Lim B. C., Chung C. M. Y. (2011). The impact of word-of-mouth communication on attribute evaluation *Journal of Business Research. Vol 64, Issue 1*, January 2011, 18-23.
- Kusuma S., (2016) Posisi media cetak di tengah perkembangan media online di Indonesia. *Jurnal InterAct, Vol 5, No 1* <http://ojs.atmajaya.ac.id/index.php/fiabikom/article/view/772>
- Prasanti D. (2018). Penggunaan media komunikasi bagi remaja perempuan dalam pencarian informasi kesehatan. *Jurnal LONTAR, Vol. 6, No 1*, 13-21.
- Prasanti D., Fuady I., (2018). pemanfaatan media komunikasi dalam penyebaran informasi kesehatan kepada masyarakat. *REFORMASI. Volume 8 No 1*, 8-14
- Prasanti, D & Pratamawaty, BB. (2017). Penggunaan Media Promosi dalam Komunikasi Terapeutik Bagi Pasien di Kab. Serang. Studi Deskriptif Kualitatif tentang Penggunaan Media Promosi Dalam Komunikasi Terapeutik Tenaga Medis kepada Pasien di Puskesmas Tunjung Teja Kab. Serang Ditha.
- Suparno B. A., Muktiyo W. & Susilastuti R. R. (2017). Memahami eksistensi manusia melalui media komunikasi. *KAWISTARA, Vol 7, No. 3*, 22 Desember. 207-314.
- Suri D. (2019). Pemanfaatan media komunikasi dan informasi dalam perwujudan pembangunan nasional. *Jurnal Komunikasi Pembangunan, Vol 17, No. 2*, 177-187.
- Yusof F. & Hassan M. S. (2020). Kes penghinaan Raja-Raja/Yang Di-Pertuan Agong di media sosial: Tindakan dan penguatkuasaan undang-undang dalam kebebasan bersuara. *Journal of Law & Governance, Vol. 3,1, 2020*, 127-142.