



CONTENT: JOURNAL OF COMMUNICATION STUDIES

Journal homepage: <https://talenta.usu.ac.id/cjcs>



Awareness of the Employment Crisis on @CNNIndonesia Among Islamic Broadcasting Students at the State Islamic University of North Sumatra

Aulia Fathurrahman^{*1} 

¹Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, 20353, Indonesia

*Corresponding Author: aulfathurr@gmail.com

ARTICLE INFO

Article history:

Received 20 June 2025

Revised 28 November 2025

Accepted 28 November 2025

Available online 30 November 2025

E-ISSN: 3032-4440

How to cite:

Faturrahman, A. (2025). Awareness of the Employment Crisis on @CNNIndonesia Among Islamic Broadcasting Students at the State Islamic University of North Sumatra. *CONTENT: Journal of Communication Studies*, 3(2), 21-26. <https://doi.org/10.32734/cjcs.v1i01.21444>

ABSTRACT

Society has experienced rapid development in the fields of health, technology, and social life. The continuously evolving digital era has transformed various aspects of social life, particularly in the ways people communicate, access information, and develop social awareness. Mass media plays an important role as a medium of interaction and information dissemination within society, especially among Millennials and Generation Z, who are recognized as digital natives. This study aims to analyze the responses of students of the Islamic Broadcasting Communication (KPI) Study Program at UINSU toward the issue of the employment crisis in Indonesia, as well as to examine the influence of social media news coverage on their awareness. This study uses a descriptive qualitative approach with a case study method. The research subjects were KPI UINSU students from the 2022 cohort who had accessed employment-related news through the Instagram account @cnnindonesia. The findings indicate that news about the difficulty of obtaining employment uploaded by the Instagram account @cnnindonesia was perceived as relevant to the social realities faced by society, particularly young people. The limited availability of job opportunities has become a shared source of concern, especially for graduates who have not yet obtained employment opportunities. Nevertheless, some informants considered that the information presented was not significantly different from other media and therefore did not have a specific influence on their patterns of thought or actions.

Keywords: Student Awareness, Mass Media, Agenda Setting, Employment Crisis Issue

ABSTRAK

Kehidupan masyarakat mengalami perkembangan pesat, baik dalam bidang kesehatan, teknologi, maupun sosial. Era digital yang terus berkembang telah mengubah berbagai aspek kehidupan sosial, terutama dalam cara manusia berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun kesadaran sosial. Media massa berperan penting sebagai sarana interaksi dan penyebaran informasi di tengah masyarakat, khususnya bagi generasi milenial dan Generasi Z yang dikenal sebagai *digital native*. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis respons mahasiswa Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam (KPI) UINSU terhadap isu krisis lapangan pekerjaan di Indonesia, serta mengkaji pengaruh pemberitaan media sosial terhadap kesadaran mereka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi kasus. Subjek penelitian adalah mahasiswa KPI UINSU angkatan 2022 yang telah mengakses pemberitaan mengenai isu ketenagakerjaan melalui akun Instagram @cnnindonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan tentang sulitnya memperoleh pekerjaan yang diunggah oleh akun Instagram @cnnindonesia dipersepsikan relevan dengan realitas sosial yang



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International. <http://doi.org/10.32734/register.v6i1.idarticle>

dihadapi masyarakat, khususnya generasi muda. Minimnya ketersediaan lapangan pekerjaan menjadi sumber keresahan bersama, terutama bagi lulusan yang belum memperoleh kesempatan kerja. Meskipun demikian, sebagian informan menilai bahwa informasi yang disajikan tidak berbeda secara signifikan dengan media lain sehingga tidak memberikan pengaruh yang spesifik terhadap pola pikir maupun tindakan mereka.

Kata Kunci: Kesadaran Mahasiswa, Media Massa, Agenda Setting, Isu Krisis Pekerjaan

1. Pendahuluan

Kehidupan masyarakat telah melalui perkembangan yang cukup pesat, bagi dalam bidang kesehatan, teknologi, dan juga sosial. Dan saat ini telah berada dalam era digital yang terus berkembang, aspek kehidupan sosial manusia mengalami perubahan yang pesat, dimulai dengan cara manusia berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan membangun kesadaran sosial. Dalam hal ini media massa menjadi salah satu alat untuk bersosial di kalangan masyarakat. Terkhusus pada generasi saat ini generasi millinial dan generasi z yang dikenal sebagai digital native, di mana generasi ini dinyatakan sangat terhubung dengan media sosial untuk mencari informasi, berinteraksi, dan mengawasi perkembangan isu sosial yang terjadi di masyarakat nasional maupun internasional (Mahendra, 2025).

Definisi media massa pada penelitian ini tidak hanya tertuju pada sosial media namun juga media lainnya seperti blog, televisi, hingga radio. Menurut McQuail dalam (Iksan, 2024) Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola pandang terkait isu sosial dalam masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam pengendalian isu dikarenakan memiliki jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang berinteraksi dengan media massa tidak hanya individual namun sudah mencakup jumlah ratusan hingga ribuan, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

Mahasiswa juga mengambil peran dalam perkembangan isu sosial yang terjadi, Mahasiswa merupakan kumpulan masyarakat terdidik yang memiliki skill berbagai disiplin ilmu sehingga menjadi salah satu penggerak sosial yang berpengaruh dalam melakukan perubahan. Pengaplikasian perubahan tersebut bisa dengan turun ke masyarakat membantu menyelesaikan berbagai persoalan yang sedang dihadapi. Sebagai agen dari perubahan, peran penting mahasiswa harus memperjuangkan usaha menuju perbaikan di bidang ekonomi dan lain sebagainya dalam kehidupan masyarakat. Tak bisa dipungkiri, bahwa masyarakat di posisi strata sosial ke bawah, umumnya masih merupakan masyarakat yang belum tersentuh sektor pendidikan. Kemiskinan menjadi penyebab mereka terpuruk dalam berbagai permasalahan sosial lain, diantaranya pemerasan, kekerasan, kurang kepeduliannya orang tua terhadap anak sehingga anak terjerumus pergaulan seks bebas dan narkoba serta tindak kriminal (Syaiiful, 2023).

Pada tahun 2025, salah satu isu sosial yang menjadi perbincangan dalam masyarakat ialah terkait sulitnya mendapatkan pekerjaan di Indonesia. Berdasarkan survei LinkedIn, sekitar 70% profesional Indonesia aktif mencari pekerjaan baru, namun hampir 59% mengalami tidak menerima respons setelah mengajukan lamaran 58–59% menganggap proses pencarian menjadi lebih sulit dan lama dibanding tahun sebelumnya. Tantangan ini diperparah oleh ketidakcocokan keterampilan di mana banyak pelamar yang tidak memenuhi persyaratan teknis dan digital industri modern. Selain itu, tren automasi dan AI diperkirakan akan menghilangkan hingga 85 juta pekerjaan di Asia Tenggara, termasuk Indonesia, yang secara langsung mengurangi jumlah lowongan tradisional dan menuntut peningkatan dan diversifikasi keterampilan para pencari kerja. Dampak sosialnya pun terasa di media sosial, seperti munculnya tagar #KaburAjaDulu, yang mencerminkan keinginan migrasi kaum muda akibat keterbatasan peluang lokal. Pada tanggal 3 Juni 2025, CNN Indonesia menayangkan pemberitaan terkait sulitnya mendapatkan pekerjaan di Indonesia yang disampaikan oleh masyarakat kepada pemerintah.

Menurut Bernard C.Cohen dalam (Agustin et al., 2024) teori agenda setting menggambarkan media sebagai pusat penentuan fakta yang mampu mengarahkan kesadaran dan pengetahuan dalam agenda publik. Teori agenda setting pertama kali dikemukakan oleh Maxwell McCombs dan Donald L.Shaw

pada penelitian 1968-1972 yang menyatakan pemilihan presiden Amerika Serikat tahun 1968 memiliki korelasi diantara penekanan berita dan bagaimana berita itu dinilai oleh pemilih, mereka menemukan bahwa topik-topik yang dianggap penting oleh masyarakat ternyata sangat berkorelasi dengan isu-isu yang lebih banyak diberitakan oleh media. Artinya, media tidak memberi tahu publik apa yang harus dipikirkan, tetapi lebih kepada apa yang harus dipikirkan tentang apa (“media may not tell us what to think, but they are stunningly successful in telling us what to think about”)(Agustin et al., 2024).

Teori ini berangkat dari asumsi bahwa media memiliki kekuatan dalam menyeleksi dan menyoroti isu-isu tertentu, sehingga membentuk realitas sosial yang diyakini oleh khalayak. Proses ini menciptakan sebuah agenda publik yang sering kali selaras dengan agenda media. Menurut McCombs (2004) dalam (Agustin et al., 2024), terdapat dua tingkatan dalam agenda setting: tingkat pertama berfokus pada pentingnya isu (issue salience), sedangkan tingkat kedua berkaitan dengan aspek-aspek dari isu tersebut yang ditonjolkan (attribute salience), yang turut memengaruhi cara pandang publik terhadap isu itu sendiri. Secara praktis, teori agenda setting telah banyak dibuktikan dalam berbagai penelitian, terutama dalam konteks sosial dan media. Dalam konteks isu sosial, media sering menjadi penentu arah opini publik, karena masyarakat cenderung mempercayai bahwa isu yang sering muncul di media adalah yang paling penting. Oleh karena itu, teori ini sangat relevan dalam mengkaji peran media dalam membentuk opini, keputusan politik, dan bahkan kebijakan publik.

Teori Uses and Gratification merupakan teori yang diperkenalkan oleh Katz pada tahun 1974, dengan tujuan untuk menunjukkan bahwasannya yang menjadi permasalahan utama bukanlah bagaimana media mengubah sikap dan perilaku khalayak, namun juga bagaimana media memenuhi kebutuhan sosial khalayaknya.(Hasugian, 2023) Michael Gurevitch, Jay G Blumler, beserta dengan Katz mengembangkan teori ini dan menyatakan bahwa setiap individu yang mengkonsumsi media memiliki alasan masing-masing, baik memenuhi kebutuhan mereka, atau mencari kebenaran dari asumsi yang mereka miliki melalui media (Nurfadila, 2024). Dalam kata lain, pemanfaatan teori ini berguna untuk melihat bagaimana media memberikan pengaruh kepada kehidupan sosial suatu kelompok dan khalayak hingga mengubah perilaku individu. Pemanfaatan teori ini memiliki hubungan erat dengan komunikasi massa dikarenakan komunikasi menggunakan media sebagai alat pengirim pesan dengan target khalayak luas

Menurut Philip Palmgreen (2020)(Rubin et al., 2020) dalam Nurfadila (2024), pendekatan uses and gratifications mengkaji motivasi khalayak, harapan, dan perilaku yang berkaitan dengan konsumsi media massa, dengan fokus pada kebutuhan pribadi, asal-usul sosial dan sosial dan psikologis, dan dampak konsumsi media terhadap kepuasan. Pendekatan ini membagi kepuasan menjadi kepuasan yang dicari dan diperoleh.

Menurut McQuail dalam (Iksan, 2024) Media massa sangat berperan dalam perkembangan atau bahkan perubahan pola pandang terkait isu sosial dalam masyarakat, oleh karena itu kedudukan media massa dalam masyarakat sangatlah penting. Media massa memiliki pengaruh yang besar dalam pengendalian isu dikarenakan memiliki jaringan yang luas dan bersifat massal sehingga masyarakat yang berinteraksi dengan media massa tidak hanya individual namun sudah mencakup jumlah ratusan hingga ribuan, sehingga pengaruh media massa akan sangat terlihat di permukaan masyarakat.

Media dalam konteks komunikasi massa, berfungsi sebagai saluran utama dalam proses penyebaran informasi dari komunikator (misalnya pemerintah, jurnalis, atau organisasi) kepada audiens yang luas dan heterogen. Menurut Werner I Severin dan James W Tankard. Ji dalam (Khatibah, 2020) Komunikasi massa merupakan bagian dari keterampilan, seni dan ilmu pengetahuan. Makna keterampilan komunikasi massa ialah dalam berkomunikasi meliputi teknik-teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari. Makna seni komunikasi massa ialah dalam berkomunikasi meliputi tantangan-tantangan kreatif seperti menuli skrip dan mengembangkan tata letak dalam suatu wadah atau media. Dan makna ilmu pengetahuan komunikasi massa ialah dalam berkomunikasi meliputi prinsip-prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat berbagai hal menjadi lebih baik. Dengan hadirnya media massa di kehidupan sosial masyarakat, tentu praktek komunikasi massa menjadi hal yang mudah untuk dilakukan.

Media massa, dalam perkembangan teknologi digital saat ini mengalami transformasi besar, terutama dengan munculnya media baru seperti media sosial, portal berita online, dan platform streaming. Menurut Denis McQuail (2010) (Aliawati, 2020), media massa modern tidak hanya berperan sebagai penyampai informasi, tetapi juga sebagai ruang diskusi publik yang memungkinkan interaktivitas antara produsen dan konsumen pesan. Hal ini menandai pergeseran dari model komunikasi satu arah ke dua arah, di mana audiens kini lebih aktif dalam memilih, menyebarkan, bahkan memproduksi informasi.

Isu sosial adalah permasalahan yang muncul di tengah masyarakat dan berdampak negatif terhadap kehidupan bersama, baik secara langsung maupun tidak langsung. Isu ini mencerminkan ketidakseimbangan dalam struktur sosial yang menimbulkan keresahan, konflik, atau ketidakadilan, sehingga memerlukan perhatian dan penyelesaian secara kolektif. Menurut Kornblum dan Julian (2009) dalam (Ritonga & Safitriani, 2023) tertulis dalam bukunya *Social Problems*, isu sosial adalah kondisi yang diyakini oleh sebagian besar anggota masyarakat sebagai sesuatu yang memerlukan penanganan karena bertentangan dengan nilai-nilai sosial yang berlaku. Isu sosial tidak bersifat personal, melainkan sistemik, menyangkut banyak orang, dan umumnya berlangsung dalam jangka waktu panjang.

Jenis-jenis isu sosial sangat beragam, tergantung pada waktu, tempat, dan konteks budaya suatu masyarakat. Beberapa isu sosial yang umum ditemukan di berbagai negara antara lain: kemiskinan, pengangguran, ketimpangan gender, diskriminasi rasial, kekerasan dalam rumah tangga, pelanggaran HAM, perubahan iklim, hingga ketimpangan akses pendidikan dan kesehatan. Di Indonesia, isu sosial yang menonjol misalnya adalah kemiskinan struktural, konflik agraria, penggusuran paksa, korupsi, dan ketimpangan antarwilayah.

Penanganan isu sosial membutuhkan keterlibatan berbagai pihak, baik dari pemerintah, lembaga swadaya masyarakat, dunia usaha, akademisi, hingga partisipasi masyarakat sendiri. Pendekatan yang digunakan pun beragam, mulai dari reformasi kebijakan publik, kampanye kesadaran sosial, hingga program intervensi berbasis komunitas. Dalam era digital, media sosial juga berperan besar dalam membentuk kesadaran kolektif terhadap isu-isu sosial melalui viralitas dan mobilisasi solidaritas.

Isu sosial dalam konteks ilmu komunikasi dipahami sebagai pesan atau fenomena sosial yang menjadi perhatian publik karena dianggap menimbulkan dampak luas dan memerlukan solusi kolektif melalui proses komunikasi. Isu sosial dalam perspektif komunikasi tidak hanya dipandang sebagai masalah substantif, tetapi juga sebagai konstruksi makna yang terbentuk melalui interaksi sosial, wacana media, dan proses komunikasi publik. Dikutip dari (Zaenal mukarom, 2020) Menurut Littlejohn dan Foss (2009) dalam *Encyclopedia of Communication Theory*, isu sosial merupakan bagian dari komunikasi publik yang dipertukarkan melalui media massa, media digital, atau forum-forum diskusi, dan berfungsi sebagai pemicu dialog serta pembentukan opini publik.

2. Metode

Jenis penelitian ini mengadopsi penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus. Pendekatan ini digunakan untuk meneliti kesadaran mahasiswa KPI UINSU angkatan 2022 setelah melihat ataupun membaca berita pada akun instagram @cnnindonesia. Teknik observasi, wawancara, dan dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dalam penelitian ini. Sejalan dengan filosofi penelitian ilmiah, peneliti dapat berbaur dan berinteraksi dengan informan selama pengumpulan data (Sugiyono, 2018:11-17). Teknik pengumpulan data dilakukan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan untuk mengamati pola konsumsi media, sementara wawancara dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali persepsi, sikap, dan pengalaman informan. Dokumentasi digunakan sebagai data pendukung untuk memperkuat hasil temuan lapangan. Analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles dan Humberman yang meliputi proses reduksi data, penyajian data, serta penarikan Kesimpulan secara berkesinambungan (Tamba et al., 2022:23-25).

3. Hasil dan Pembahasan

Isu sulitnya mendapatkan pekerjaan yang secara konsisten diangkat oleh akun Instagram @cnnindonesia bukan sekadar menyampaikan informasi, melainkan juga membentuk persepsi publik terhadap urgensi masalah tersebut. Teori agenda setting menyatakan bahwa media tidak selalu memberi tahu masyarakat apa yang harus dipikirkan, tetapi lebih kepada apa yang harus dipikirkan tentang. Dengan terus menyoroti isu ketenagakerjaan, media seperti @cnnindonesia menempatkan isu ini di urutan teratas dalam pikiran khalayak. Ini terbukti dari bagaimana narasumber dalam wawancara merasa bahwa pemberitaan tersebut sangat relate dan mencerminkan kenyataan hidup mereka.

Pemberitaan yang ditayangkan pada sosial media instagram @cnnindonesia telah memicu reaksi emosional dan kognitif yang beragam dari para informan. Beberapa mengalami kecemasan dan tekanan, yang merupakan dampak psikologis dari eksposur intens terhadap isu sosial. Hal ini juga sejalan dengan tahap kedua teori agenda setting, yakni attribute agenda setting, di mana bukan hanya isu yang dibahas, tetapi bagaimana isu tersebut dibingkai dan disajikan yang pada akhirnya memengaruhi cara publik menilai dan merasakan isu tersebut. Misalnya, jika pemberitaan lebih menonjolkan sisi krisis dan kegagalan sistem, maka publik cenderung menilai kondisi ketenagakerjaan sebagai sangat mengkhawatirkan.

Berdasarkan hasil wawancara dari beberapa narasumber, dapat disimpulkan bahwa pemberitaan mengenai isu sulitnya mendapatkan pekerjaan yang disampaikan melalui akun Instagram @cnnindonesia dianggap sangat relevan dan mencerminkan kondisi riil yang dialami masyarakat, terutama oleh generasi muda dan mahasiswa. Banyak yang merasa cemas, khawatir, bahkan tertekan melihat tingginya persaingan kerja serta minimnya lapangan pekerjaan, meskipun mereka telah menempuh pendidikan tinggi. Namun, pengaruh pemberitaan tersebut terhadap kehidupan pribadi informan bervariasi. Sebagian merasa terpengaruh secara signifikan dan terdorong untuk lebih mempersiapkan diri, seperti dengan mengikuti pelatihan dan membangun koneksi. Sementara sebagian lainnya menganggap pemberitaan tersebut sama seperti media lain dan tidak terlalu mempengaruhi secara langsung.

Pemberitaan yang terus-menerus mengenai isu pengangguran di sisi lain juga berpotensi menjadi pendorong perubahan sikap dan tindakan. Sebagian narasumber menyebut bahwa mereka terdorong untuk mengikuti pelatihan, memperluas jaringan, dan mulai mempersiapkan diri menghadapi realitas kerja. Ini menunjukkan bahwa media, melalui agenda setting, dapat memainkan peran strategis dalam memengaruhi orientasi tindakan masyarakat, bukan hanya pemahaman mereka terhadap sebuah isu. Media bukan hanya cermin, tetapi juga peta yang mengarahkan perhatian dan langkah-langkah publik.

Beberapa informan dalam hal pandangan terhadap pemerintah, cenderung kurang setuju dengan kinerja pemerintah terkait penanganan persoalan lapangan kerja. Para informan menganggap bahwa pemerintah belum cukup responsif dan strategis dalam menciptakan lapangan pekerjaan yang sesuai dengan perkembangan zaman serta kebutuhan masyarakat. Meskipun begitu, ada juga yang bersikap netral dan tidak terlalu mempersoalkan peran pemerintah.

Wawancara ini secara keseluruhan menunjukkan bahwa isu lapangan pekerjaan merupakan masalah serius yang sangat dirasakan oleh generasi muda, dan membutuhkan respons nyata serta kebijakan yang berpihak pada peningkatan kompetensi dan kesempatan kerja yang merata. Hasil wawancara juga menegaskan bahwa media sosial milik lembaga pers seperti @cnnindonesia telah menjadi instrumen agenda setting yang sangat efektif, terutama di kalangan generasi muda yang mengonsumsi berita lewat platform digital. Dengan framing yang konsisten dan distribusi yang luas, media mampu membangun opini publik, memicu diskusi kritis, dan bahkan memengaruhi arah kebijakan melalui tekanan sosial. Oleh karena itu, penting bagi media untuk menyajikan isu secara berimbang dan solutif agar tidak hanya membangkitkan kepedulian, tetapi juga memberi arah yang konstruktif bagi masyarakat dan pemangku kebijakan.

Relevansi hasil penelitian dengan teori Agenda Setting juga terlihat dalam ketidakpuasan informan terhadap peran pemerintah. Ketika media gencar menyoroti permasalahan ketenagakerjaan tanpa disertai pemberitaan positif tentang solusi atau intervensi pemerintah, maka publik cenderung membentuk opini negatif terhadap kinerja pemerintah. Temuan ini sesuai dengan asumsi teori yang

menyatakan bahwa media memiliki peran dalam membentuk *salience* atau tingkat kepentingan suatu isu, dan juga dalam membentuk citra aktor sosial atau institusi yang terkait dengan isu tersebut. Dalam hal ini, pemberitaan menjadi salah satu faktor yang memengaruhi citra publik terhadap pemerintah.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial, khususnya akun Instagram @cnnindonesia, memiliki peran signifikan dalam membentuk kesadaran mahasiswa terhadap isu krisis lapangan pekerjaan di Indonesia. Paparan berita secara intensif tidak hanya meningkatkan pengetahuan responden, tetapi juga membentuk sikap emosional berupa kecemasan, kekhawatiran, dan dorongan untuk melakukan persiapan diri menghadapi dunia kerja. Namun, pengaruh media tidak bersifat homogen. Sebagian responden bersikap kritis dan menilai bahwa informasi yang disajikan tidak berbeda secara substansial dengan media lain, sehingga dampaknya terhadap perubahan perilaku bersifat terbatas. Temuan ini menegaskan bahwa media berfungsi sebagai pembentuk agenda publik, namun interpretasi tetap dipengaruhi oleh latar belakang individu. Oleh karena itu, penelitian ini merekomendasikan pentingnya literasi media bagi mahasiswa agar mampu mengolah informasi secara kritis dan tidak terjebak dalam framing yang berpotensi menimbulkan kecemasan kolektif.

Referensi

- Abdussamad, H. Z. (2021). *Metode Penelitian Kualitatif*. Syakir Media Press.
- Agustin, K. Y., Kurnia, D., Putra, S., & Hasanah, R. (2024). Relevansi Teori Agenda Setting Pada Film Dokumenter Dirty Vote Terhadap Warga Bandung Menjelang Pilpres 2024. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 11(6), 7454–7468.
- Aliawati, M. (2020). *Kampanye Politik Di Media Massa Pasangan Adang Daradjatun–Dani Anwar Dalam Masa Kampanye Pilkada DKI Jakarta* (Skripsi). UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Hermansyah, D., Astini, B. I., Aqodiah, Said, K., Hassanah, N., & Mappanyompa. (2020). Peran Media Sosial Dalam Meningkatkan Kesadaran Kewarganegaraan Melalui Pembelajaran PKn Di MI. *Jurnal Kesehatan Masyarakat Indonesia*, 15(2), 112–124.
- Iksan, M. (2024). Peran Media Massa Dalam Pembentukan Karakter. *Jurnal Kependidikan*, 7(2), 19–27.
- Khatibah. (2020). Komunikasi Massa Dalam Al-Qur'an. *Al-Idarah*, 6(5), 56–75.
- Kusumastuti. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Deepublish.
- Mahendra, S. (2025). Peran Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Nasional Mahasiswa Di Era Digital. *Jurnal Sosial Humaniora*, 3(1), 13–16.
- McCombs, M. E., & Shaw, D. L. (1972). The Agenda-Setting Function Of Mass Media. *Public Opinion Quarterly*, 36(2), 176–187.
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory* (6th ed.). Sage Publications.
- Nur Arifin, T. S. (2023). Media Massa Dan Proses Konstruksi Realitas Dalam Kajian Teori Sistem Dan Diferensiasi. *Mukasi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(2). <https://doi.org/10.54259/mukasi.v2i2.1576>
- Ritongga, R. R., & Safitriani. (2023). Analisis Peran Media Sosial Dalam Membangun Kesadaran Masyarakat Tentang Pentingnya Partisipasi Masyarakat Dalam Pembangunan Desa. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat*, 7(2), 36–47.
- Rubin, A. M., Palmgreen, P., & Sypher, H. E. (2020). *Communication Research Measures II: A Sourcebook*. Routledge.
- Severin, W. J., & Tankard, J. W., Jr. (2010). *Communication Theories: Origins, Methods, And Uses In The Mass Media* (5th ed.). Pearson.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, Dan R&D*. Alfabeta.
- Syaiful, A. (2023). Peran Mahasiswa Sebagai Agen Perubahan Di Masyarakat. *Journal Of Instructional And Development Researches*, 3(1), 29–34. <https://doi.org/10.53621/jider.v3i1.102>
- Tamba, D., Sipahutar, R., & Purba, A. M. (2022). Analisis Perbandingan Minat Berwirausaha Dan Bekerja Sebagai Karyawan Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Manajemen Dan Bisnis*, 8(1), 20–30.
- Trisnadiwan, R. (2024). Kepedulian Dan Keterlibatan Mahasiswa Terhadap Isu-Isu Hak Asasi Manusia Di Indonesia. *Juris Humanity: Jurnal Riset Dan Kajian Hukum Hak Asasi Manusia*, 3(1), 15–26. <https://doi.org/10.37631/jrkhm.v3i1.33>
- Zaenal Mukarom. (2020). *Teori-Teori Komunikasi*. Airlangga University Press.