



## JURNAL SIMBOLIKA

### Research and Learning in Communication Study

Available online <http://ojs.uma.ac.id/index.php/simbolika>

DOI : <https://doi.org/10.31289/simbolika.v6i2.4035>

---

## Utopia Islam Disfungsi *Subliminal Message* dalam Media Sosial

### *Islamic Utopia Subliminal Message Dysfunction in Social Media*

Ahmad Tamrin Sikumbang, Zainun & Imam El Islamy\*

Program Studi Pasca Sarjana Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

Diterima: 17 Juli 2020; Disetujui: 27 Oktober 2020; Dipublish: 31 Oktober 2020

Corresponding email: \*imamzyan@gmail.com

---

#### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana disfungsi subliminal yang terjadi di media sosial dalam konteks Islam. Teknik penelitian yang digunakan adalah studi pustaka, melihat berbagai sumber mengenai subliminal dan mengaitkannya dengan keadaan di media sosial. Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah. Sedangkan pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi yaitu untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Adapun hasil penelitian yang diperoleh ialah Islam mengajarkan umatnya untuk memiliki dalam etika dalam melakukan semua kegiatan, termasuk komunikasi dalam media sosial. Dalam konsep *Subliminal Message* dari pesan tersembunyi mengajak masyarakat untuk jangan pernah percaya terhadap informasi-informasi yang diterima dari sosial media, sebelum mencari tahu kebenaran dan keakuratan akan pesan tersebut, dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, mendukung, dan berhubungan dengan pesan tersebut. Kesimpulan dalam penelitian ini bahwa konsep *Subliminal Message* mengajak masyarakat untuk jangan pernah percaya terhadap informasi-informasi yang diterima dari sosial media, sebelum mencari tahu kebenaran dan keakuratan akan pesan tersebut, dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, mendukung, dan berhubungan dengan pesan tersebut.

**Kata Kunci:** Disfungsi; *Subliminal Message*; Media Sosial.

#### Abstract

*This study aims to see how subliminal dysfunction occurs in social media in an Islamic context. The research technique used is literature study, looking at various sources regarding subliminals and relating them to conditions in social media. This type of research is descriptive qualitative research, which is a research process to understand human or social problems by creating a comprehensive and complex picture presented in words, reporting detailed views obtained from information sources, and carried out in a different setting natural. While the approach used is phenomenology, which is to describe the reality that is happening without explaining the relationship between variables. The research results obtained are that Islam teaches its people to have ethics in carrying out all activities, including communication on social media. In the concept of Subliminal Message from hidden messages invites the public to never trust the information received from social media, before finding out the truth and accuracy of the message, from sources that can be trusted, supported, and related to the message. The conclusion in this research is that the Subliminal Message concept invites the public to never believe the information received from social media, before finding out the truth and accuracy of the message, from sources that can be trusted, supported, and related to the message.*

**Keywords:** Dysfunction; *Subliminal Message*; Social Media.

**How to Cite:** Sikumbang, A.T., Zainun, & Islamy, I.E. (2020). Utopia Islam Disfungsi *Subliminal Message* dalam Media Sosial. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, 6 (2): 143-151

---

## PENDAHULUAN

Teknologi melalui suatu media mampu memberikan manfaat yang baik dengan adanya fasilitas yang bisa saling mendekatkan hubungan antar individu-individu yang dari tidak tahu menjadi tahu, dari yang belum kenal menjadi kenal, menjadikan orang-orang yang jauh disekitar kita menjadi teman dekat. Media tersebut banyak dikenal dengan istilah sosial media, yang memiliki beragam konten dari berbagai aplikasi. Selain itu, dengan adanya jaringan serta teknologi komunikasi dan informasi orang dapat berinteraksi dengan mudah dan membentuk komunitas-komunitas yang mereka inginkan di dunia maya (Dyah, 2016).

Media sosial adalah sebuah media *online*, dengan para penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual (<https://sosmedkini.wordpress.com/pengertian-media-sosial/> diakses pada tanggal 28 Maret 2020 Pukul 22.00 WIB). Sosial media menjadi hal yang sangat wajib dimiliki oleh masyarakat penduduk di dunia, dan sulit dilepaskan antara keduanya, karena semua orang sekarang bisa dengan mudah, bahkan hampir setiap saat mengakses sosial media.

Fenomena penggunaan sosial media oleh para penggunanya, bahwa sosial media dimanfaatkan untuk hal-hal yang negatif seperti saling sindir, mencaci, memaki, menghina, mengejek dan kegiatan negatif lainnya, sehingga timbullah permusuhan dan perpecahan karenanya. Penggunaan sosial media tidak terlepas dari pesan atas informasi yang disampaikan didalamnya dan penerimaan pesan tersebut dalam menerima berita atau informasi. Masyarakat sering sekali tidak mencari tahu kebenaran atau kebaikan atas isi pesan dan informasi yang disampaikan.

Untuk menjadi utopia Islam yang kita harapkan, maka masyarakat haruslah *tabayyun* saat menerima pesan yang disampaikan. Allah SWT telah berfirman di dalam Al-qur'an bahwa:

“Wahai orang-orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka telitilah kebenarannya, agar kamu tidak mencelakakan suatu kaum karena kebodohan (kecerobohan), yang akhirnya kamu menyesali perbuatanmu itu (QS. Al Hujurat: 6).”

Allah SWT memerintahkan untuk memeriksa dengan teliti berita yang datang orang fasik dan hendaklah berhati-hati dalam menerimanya dan jangan menerimanya begitu saja (tanpa *Tabayyun*), yang akibatnya akan

membalikkan kenyataan. Orang yang menerima begitu saja berita darinya, berarti ia sama saja dengan mengikuti jejaknya (Katsir, 1987).

*Tabayyun* secara literal berarti menggali kejelasan sebuah informasi, juga erat kaitannya dengan fungsi kritik atau setidaknya bisa menjadi landasan kritik. Kritik dikatakan sebagai kritik dan berfungsi sebagai kritik sejauh dilandasi informasi yang memadai pada apa yang hendak dikritik. Kaitannya dengan kritik. Seringkali, secara gegabah, *tabayyun* dipakai dengan cara serampangan sebagai *bamper* terhadap berbagai kritik. Tak bisa dipungkiri fungsi kritik dan cara mengoperasikannya menjadi semakin rumit dalam konteks *riil* politik di Indonesia, karena setiap kritik bisa dengan mudah disetarakan dengan sinis, *nyinyir*, atau sedang cari-cari kesalahan orang lain (<https://indoprogress.com/2018/09/menjernihkan-makna-kata-tabayyun/> diakses pada tanggal 28 Maret 2020 Pukul 22.05 WIB).

Kebiasaan masyarakat yang tidak mencari tahu kebenaran atau keakuratan suatu informasi, maka lahirnya istilah *Subliminal Message*. *Subliminal Message* merupakan pesan tersembunyi dengan makna tersirat yang berfungsi bersifat persuasi dan berfungsi untuk mempengaruhi atau istilahnya "mencuci

otak" orang yang menerima informasi. Sebelumnya *Subliminal Message* dimanfaatkan oleh beberapa ahli pemasaran dan psikologi. Dimanfaatkan oleh ahli pemasaran untuk sistem jual beli agar orang-orang membeli produk yang dijualnya. Dimanfaatkan oleh ahli psikologi untuk menggali pesan-pesan yang memiliki makna kejiwaan.

Namun sekarang *Subliminal Message* sering digunakan oleh orang-orang yang memiliki tujuan dan niat tidak baik, yaitu untuk menghancurkan suatu kelompok dengan cara melakukan propaganda yang akhirnya menimbulkan kerusakan dan perpecahan di dalam kelompok tersebut. Contohnya masyarakat luar negeri yang ingin menghancurkan dan mengambil keuntungan dari Indonesia yang seluruh penduduk terkenal dengan ramah tamah dan sangat baik serta potensi negara yang sangat bagus.

Mempropagandakan seks bebas, perjudian, narkoba dan lain sebagainya kepada para remaja melalui media-media yang digunakan oleh para remaja merupakan caranya, karena menurut penelitian 50% pengguna sosial media adalah para remaja. Sehingga dapat merusak moral dan menghancurkan generasi Indonesia serta mengambil keuntungan dari hal tersebut.

Masyarakat harus mengetahui bahwa *Subliminal Message* dapat digunakan untuk hal-hal positif yang tentunya memberikan hasil yang baik, untuk penerima pesan maupun yang memberi pesan. Dalam makalah ini, penulis akan membahas konsep *Subliminal Message*. Agar masyarakat dapat menggunakan sosial media dengan etika yang baik sehingga tidak merugikan dirinya sendiri dan orang lain.

*Subliminal Message* bagaikan dua mata pisau yang memiliki dua sisi, baik dan buruk. Saat pisau sering dimanfaatkan untuk memotong bahan-bahan dapur maka tidak menutup kemungkinan pisau digunakan untuk membunuh seseorang. Maka dari itu, *Subliminal Message* merupakan aspek tidak dapat di kesampingkan dari sisi etika dalam menggunakan sosial media.

## **METODE PENELITIAN**

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif yaitu suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.

Pada pendekatan yang digunakan adalah fenomenologi yaitu untuk menggambarkan realitas yang sedang terjadi tanpa menjelaskan hubungan antar variabel. Sumber data yang digunakan yaitu data primer dan sekunder (dokumentasi). Teknik pengumpulan data menggunakan studi pustaka yaitu mengambil beberapa referensi berdasarkan tulisan-tulisan terkait dengan penelitian.

Sedangkan untuk menganalisisnya peneliti menggunakan teknik analisis data kualitatif Miles dan Huberman dengan mereduksi data, menyajikan dan memverifikasi data penelitian (Bungin, 2003).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Kapita Selektika Komunikasi Islam**

Sebagai makhluk sosial manusia tidak dapat hidup sendiri dan bergantung pada manusia lain untuk melakukan sesuatu, sehingga komunikasi sangat tidak dapat dipisahkan dari hal tersebut. Termasuk unsur-unsur komunikasi yaitu: komunikator, pesan, komunikan, media, dan efek dari komunikasi tersebut.

Pesan yang disampaikan dalam komunikasi meliputi pesan verbal maupun non verbal (Budyatna, 2011). Islam telah mengatur segala kegiatan manusia walau dari hal terkecil yang dilakukan. Termasuk kegiatan komunikasi dan interaksi satu sama lain.

Karena Allah SWT berkomunikasi dengan makhluk-makhluk ciptaannya dalam ruang dan waktu yang tidak terbatas.

Komunikasi Islam adalah komunikasi yang dibangun di atas prinsip-prinsip Islam yang memiliki roh kedamaian, keramahan, dan keselamatan. Berdasarkan informasi dari Al-quran dan Hadits ditemukan bahwa komunikasi Islam adalah komunikasi yang berupaya untuk membangun hubungan dengan diri sendiri, dengan sang pencipta, serta dengan sesama untuk kedamaian, keramahan dan keselamatan untuk diri dan lingkungan dengan cara tunduk atas perintah Allah SWT dan Rasul-Nya (Taufik, 2012).

Tindakan apapun yang membuat hati seseorang menjadi rusak atau hati seseorang menjadi sakit, maka itu sudah bertentangan dengan ruh komunikasi dalam Islam. Ayat-ayat Al-quran yang berisikan perintah dan anjuran, selalu berisikan cara penyampaian (*Qawlan Ma'rufan*) perkataan yang lemah lembut dan baik. Hal ini terlihat dalam anjuran tentang pembagian harta kepada kerabat dan anak yatim, yang diakhiri dengan kalimat *qawlan ma'rufan*. Kalimat tersebut merupakan penutup dari tata cara memberi sesuatu kepada orang lain, artinya jangan sampai menyakiti perasaan penerima dijelaskan di dalam Al-quran surat An-Nisa ayat 8.

Sementara dalam surat Al Baqarah ayat 263 disebutkan kata "*Ma'ruf*" lebih baik

daripada sedekah yang diiringi perkataan yang menyakitkan, artinya:

"Perkataan yang baik dan pemberian maaf lebih baik dari sedekah yang diiringi tindakan yang menyakiti. Allah Mahakaya, Maha Penyantun." (QS. Al Baqarah: 263)

Para mufasir mengartikan kata "*Ma'rufan*" dengan semua perkataan baik dan perbuatan baik serta perlakuan baik di hadapan orang tersebut atau dibelakangnya, semua kebaikan suatu kebaikan yang dikenal oleh *syari'ah* maupun akal. Karena pentingnya komunikasi tersebut, Islam yang mengusung prinsip "*Kaffah*" atau komprehensif dalam ajarannya tidak membiarkan umat yang meyakiniya berkomunikasi tanpa panduan.

Kehadiran ilmu komunikasi Islam bertujuan untuk membimbing kaum Muslimin secara khusus dan manusia secara umum agar mampu membangun komunikasi kepada pencipta mereka, dengan diri sendiri, serta dengan sesama berdasarkan prinsip-prinsip Islam. Dengan panduan agama, maka komunikasi akan berjalan sesuai dengan alur yang ditentukan oleh Allah (Hefni, 2015).

Komunikasi yang terjalin dengan prinsip komunikasi Islam akan menghadirkan kedamaian dan keselamatan, baik untuk diri komunikasi maupun untuk masyarakat secara umum. Jika umat Islam melakukan komunikasi dengan ikhlas untuk menjalin silaturahmi dan meningkatkan kualitas hubungan positif dengan sesama manusia, maka mereka tidak

hanya mendapatkan keuntungan dunia tetapi juga akan mendapat pahala akhirat.

### **Media Sosial dan Problematika**

Kehidupan manusia semakin berkembang seiring dengan perkembangan zaman. Baik perkembangan gaya hidup maupun teknologi yang semakin canggih dan sangat memberi manfaat banyak. Suatu teknologi berupa media mampu memberikan fasilitas untuk saling mendekatkan hubungan antar individu, individu yang dari tidak tahu menjadi, dari yang belum kenal menjadi kenal, menjadikan orang-orang yang jauh disekitar kita menjadi teman dekat.

Sosial media memiliki beragam konten dari berbagai aplikasi. Segi perangkat media, era media baru juga ditandai dengan apa yang disebut konvergensi media. Secara struktural konvergensi media berarti integrasi dari tiga aspek, yakni: (1) Telekomunikasi; (2) Data Komunikasi; dan (3) Komunikasi Massa dalam Satu Medium.

Konvergensi ini pada kenyataannya mengaburkan perbedaan antara telekomunikasi, data komunikasi dan komunikasi massa itu sendiri. Melalui penyebutan multimedia dan internet apa yang disebut sebagai data yang bersifat pribadi mapun berkreasi menjadi multifungsi (Nasrullah, 2014).

Berbeda dengan media tradisional seperti buku, majalah, bahkan radio dalam media baru. Keberadaan pengguna tidak hanya pasif menerima informasi tetapi juga aktif memproduksi informasi. Pengguna tidak hanya menerima satu informasi sesuai apa yang diproduksi oleh institusi media yang terkadang memuat informasi yang tidak sesuai dengan keinginan pengguna tetapi pengguna bisa memilih informasi apa saja yang diinginkan dan dari sumber yang jumlahnya bisa dikatakan tidak terbatas.

Dalam menyampaikan pendapat lewat sosial media, kita diharapkan untuk tidak lupa bahwa kita dan orang lain adalah sesama manusia yang harus saling menghormati. Kita sebagai manusia memiliki keterbatasan yang mestinya tidak membuat kita berlaku sombong, sewenang-wenang dan merendahkan manusia lainnya. Sombong merupakan sifat iblis yang sangat tidak Allah sukai, Allah SWT berfirman dalam Al-quran surat Al Baqarah ayat 34 yang artinya:

“Dan ingatlah ketika kami berfirman kepada para malaikat “sujudlah kamu kepada Adam !” mereka pun sujud kecuali iblis. Ia menolak dan menyombongkan diri, dan ia termasuk golongan yang kafir” (Katsir, 2003).

Dijelaskan bahwa hal ini merupakan penghormatan yang besar dari Allah SWT,

untuk Adam dan dilimpahkan kepada keturunannya, yaitu bahwa Allah SWT telah memerintahkan kepada para malaikat untuk bersujud dan menghormati Adam hal ini diperkuat pula oleh banyak hadits yang menunjukkan bahwa hal tersebut benar-benar terjadi (Katsir, 2003).

Ilustrasinya adalah bahwa semua manusia memiliki sembilan lubang yang menjijikkan, dan semua lubang itu ada pada semua jenis manusia. Lalu apa yang membuat kita sombong, menganggap diri benar, mencaci, menghujat mengolok-olok, fitnah, adu domba, atau menyampaikan ujaran kebencian di media sosial (Kriyantono, 2019).

Kita berhak menyampaikan pendapat, kita boleh mengkritik orang lain, tetapi tetap dengan cara yang santun dan dilengkapi data yang valid. Jika yang dikritik itu mempunyai kebaikan, kita mesti dengan besar hati memujinya karena tidak ada manusia yang hanya memiliki sifat dan perbuatan jelek saja. Dengan demikian problematika media sosial yang bersifat negatif dapat kita minimalisir dengan rasa saling menghargai dan menghormati agar terciptanya ketenangan, kedamaian, serta mendatangkan pahala untuk pelakunya.

### **Konsep *Subliminal Message***

Pesan tersembunyi dengan makna tersirat tentunya tidak kita sadari secara

langsung saat kita membaca pesan yang diberikan tersebut. Karena memang pesan yang disampaikan dalam *Subliminal Message* adalah pesan tersembunyi yang bertujuan untuk memengaruhi komunikan atau penerima pesan agar tujuan dari komunikator dapat sampai. *Subliminal* yang akan dibahas ialah dengan pendekatan Retorika Bahasa, dengan retorika yakni melalui penyusunan bahasa maka *Subliminal Message* akan dapat dilakukan.

Karena tujuan *subliminal* yaitu untuk mempengaruhi, maka pesan yang akan disampaikan harus disusun sedemikian rupa agar menarik perhatian pembaca. Sehingga terciptalah komunikasi persuasif yang sesuai dengan tujuan komunikator. Agar komunikasi persuasif mencapai tujuan dan sasaran, perlu dilakukan perencanaan yang matang.

Perencanaan dilakukan berdasarkan komponen-komponen komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, dan komunikan. Bagi seorang diplomat, suatu pesan yang akan dikomunikasikan hendaklah sudah jelas formulasi dan isinya. Pesan harus di tata sesuai dengan keadaan diri mitra dialognya yang akan dijadikan sasaran penyampaian pesan. Disini biasanya tidak jarang komunikator terlebih dahulu melakukan pendekatan melalui komunikasi intrapersonal.

Tujuannya untuk individu atau kelompok, latar belakang pribadinya, baik pekerjaan, agama, ideologi serta hobinya, dan lain sebagainya. Semua aspek tersebut bersangkutan dengan media apa yang akan dipilih dan digunakan untuk penyampaian pesan (Badara, 2012). Apabila semua telah diketahui dan dipelajari, serta media telah ditetapkan, tiba saatnya untuk menata pesan (Shoelhi, 2018).

Sebelum menyampaikan pesan, Shoelhi (2018) menjelaskan bahwa keadaan emosional dari penerima menjadi unsur terpenting agar pesan dapat dengan mudah mencapai tujuan. Bila daya tarik diibaratkan sebagai peluru, maka emosi adalah tenaga pendorong peluru itu. Ada lima penggerak emosi yaitu: (1) Rasa belas; (2) Unsur seks; (3) Hasrat menonjol; (4) Dasar kesusilaan; dan (5) Kebencian.

Retorika biasa disinonimkan dengan seni atau kepandaian berbicara, sedangkan tujuannya adalah menyampaikan pikiran dan perasaan kepada orang lain agar mereka mengikuti kehendak kita (Mufid, 2005). Apabila dilihat dari istilah tradisional, retorika merupakan teknik pemakaian bahasa sebagai seni, yang didasarkan pada pengetahuan yang tersusun baik. Ada dua aspek penting dalam mempelajari retorika. Pertama, pengetahuan mengenai bahasa dengan baik; kedua, pengetahuan mengenai objek

tertentu yang akan disampaikan dengan bahasa yang diungkapkan manusia (Mufid, 2005).

Retorika merupakan bagian dari komunikasi yang bertujuan menerangkan kaidah-kaidah yang menjadi landasan dari tulisan yang bersifat prosa atau wacana lisan yang membentuk pidato, orasi, ataupun ceramah untuk memengaruhi sikap dan perasaan orang (Abidin, 2012). Dalam penyampaian melalui retorika yang dapat mempersuasi komunikan, tentunya tidak boleh adanya unsur berlebih-lebihan atau kebohongan di dalamnya. Allah SWT berfirman:

“Bukankah Aku telah katakan bahwa Aku mengetahui rahasia langit dan bumi, dan Aku mengetahhui apa yang kamu nyatakan dan yang kamu sembunyikan” (QS. Al Baqarah: 33).

Ayat ini menegaskan bahwa kebenaran dan keburukan apapun yang disembunyikan Allah SWT mengetahuinya, dan akan menjadikan manusia yang melakukannya berada dalam kerugian.

## **SIMPULAN**

*Subliminal Message* merupakan pesan tersembunyi dengan makna tersirat yang berfungsi bersifat persuasi dan berfungsi untuk mempengaruhi atau istilahnya “mencuci otak” orang yang menerima informasi. *Subliminal Message* sering



digunakan untuk kepentingan pribadi maupun kelompok yang bertujuan memberikan hal negatif di dalamnya yakni untuk mempropaganda suatu individu atau kelompok agar dapat menghancurkan keberadaan atau nilai-nilai kebaikan yang dimilikinya. Islam mengajarkan umatnya untuk memiliki dalam etika dalam melakukan semua kegiatan, termasuk komunikasi dalam media sosial. Dalam konsep *Subliminal Message* dari pesan tersembunyi mengajak masyarakat untuk jangan pernah percaya terhadap informasi-informasi yang diterima dari sosial media, sebelum mencari tahu kebenaran dan keakuratan akan pesan tersebut, dari sumber-sumber yang dapat dipercaya, mendukung, dan berhubungan dengan pesan tersebut.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Y.Z. (2012). Pengantar Retorika. Bandung. Pustaka Setia.
- Badara, A. (2012). Analisis Wacana. Jakarta. Kencana
- Budyatna, M. (2011). Komunikasi Antar Pribadi. Jakarta. Kencana
- Bungin, B., (2003). Analisa Data Penelitian Kualitatif: Pemahaman Filosofis Ke Arah Penguasaan Model Aplikasi. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Dyah, S. (2016). Media Sosial Interaksi, Identitas dan Modal Sosial. Jakarta: Kencana.
- Hefni, H. (2015). Komunikasi Islam. Jakarta. Kencana.
- <https://indoprogress.com/2018/09/menjernihkan-makna-kata-tabayyun/> diakses pada tanggal 28 Maret 2020 Pukul 22.05 WIB.
- <https://sosmedkini.wordpress.com/pengertian-media-sosial/> diakses pada tanggal 28 Maret 2020 Pukul 22.00 WIB.
- Katsir. I.I. (2003). Tafsir Ibnu Katsir juz 1. Bandung: Algensindo
- Kementerian Agama Republik Indonesia. (2010). Alquran dan Terjemahnya. Jakarta: Raja Publishing.
- Kriyantono, R. (2019). Pengantar Lengkap Ilmu Komunikasi. Jakarta.Kencana
- Mufid, M. (2005). Komunikasi dan Regulasi Penyiaran. Jakarta: Kencana
- Nasrullah, R. (2014). Teori dan Riset Media Cyber. Jakarta. Kencana.
- Shoelhi, M. (2018). Propaganda dalam Komunikasi Internasional. Bandung. Simbiosis Media
- Taufik, T. (2012). Etika Komunikasi Islam. Bandung: Pustaka Setia.