

202010040311377
Titha Sae Ardhiana Putri
Prodi Ilmu Komunikasi

**PENERIMAAN KHALAYAK TENTANG TAYANGAN EDUTAINMENT
DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA
(Analisis Resepsi pada Konten Clash of Champions dari Ruangguru)**

SKRIPSI



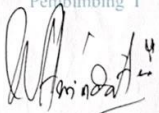
Disusun Oleh:

Titha Sae Ardhiana Putri
(202010040311377)

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG**

2026

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

JUDUL SKRIPSI	
PENERIMAAN KHALAYAK TENTANG TAYANGAN EDUTAINMENT DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA (Analisis Resepsi Pada Konten Clash of Champions dari Ruangguru)	
Diajukan Oleh :	
<u>TITHA SAE ARDHIANAPUTRI</u> 202010040311377	
Telah disetujui Rabu, 17 Juni 2026	
Pembimbing I	
 <u>Dr. Winda Haruyanti, S.Sos, M.Si</u>	
Wakil Dekan I	Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
  <u>Dr. Joko Susilo, M.Si.</u>	 <u>Novin Farid Styo Wibowo, M.Si.</u>

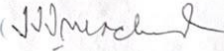
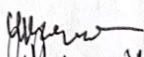
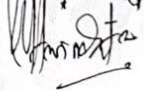
SKRIPSI

Dipersiapkan dan disusun oleh :

TITHA SAE ARDHIANA PUTRI
202010040311377

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji Skripsi
dan dinyatakan
L U L U S
Sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar
Sarjana (SI) Ilmu Komunikasi
Rabu, 17 Juni 2026
Dihadapan Dewan Penguji

Dewan Penguji :

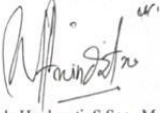
1. Prof. Dr. Muslimin Machmud, M.Si, Ph.D ()
2. Rahadi, M.Si ()
3. Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si ()

Mengetahui
Wakil Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



Eko Susilo, M.Si.

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

 UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG 	Lembar Persetujuan Skripsi Nama : Titha Sae Ardhiana Putri NIM : 202010040311377 Jurusan : Ilmu Komunikasi Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Judul Skripsi : Penerimaan Khalayak Tentang Tayangan Edutainment dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Mahasiswa (Analisis Resepsi pada Konten Clash of Champions dari Ruangguru)
Disetujui, Pembimbing  Dr. Winda Hardyanti, S.Sos., M.Si	
Mengetahui, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi  Novin Fard Setyo Wibowo, M.Si	
 STARS Sistem Akreditasi Riset dan Studi Kemampuan Mahasiswa Kampus 1 Jl. Bundung, 1 Malang, Jawa Timur P: +62 341 351 253 (Pusat) F: +62 341 455 435 Kampus 2 Jl. Bundungan Satrio No. 155 Malang, Jawa Timur P: +62 341 521 140 (Pusat) F: +62 341 542 000 Kampus 3 Jl. Raya Tuguas No. 240 Malang, Jawa Timur P: +62 341 454 318 (Pusat) F: +62 341 455 435 E: sekretariat@umm.ac.id	

SURAT PERNYATAAN (MATERAI)



UNIVERSITAS
MUHAMMADIYAH
MALANG

SURAT PERNYATAAN

Yang Bertandatangan di bawah ini :



1

Nama : Titha Sae Ardhiana Putri



2

NIM : 202010040311377



3

Program Studi : Ilmu Komunikasi



4

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang

Dengan ini menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa

1. Tugas Akhir dengan Judul :
PENERIMAAN KHALAYAK TENTANG TAYANGAN EDUTAINMENT DALAM
MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA (ANALISIS RESEPSI PADA
KONTEN CLASH OF CHAMPIONS DARI RUANGGURU)
adalah hasil karya saya dan dalam naskah tugas akhir ini tidak terdapat karya ilmiah yang pernah
diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademik di suatu Perguruan Tinggi, dan tidak
terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, baik sebagian
ataupun keseluruhan, kecuali yang secara tertulis dikutip dalam naskah ini dan disebutkan dalam
sumber kutipan dan daftar pustaka.
2. Apabila ternyata di dalam naskah tugas akhir ini dapat dibuktikan terdapat unsur-unsur
PLAGIASI, Saya bersedia TUGAS AKHIR INI DIGUGURKAN dan GELAR AKADEMIK
YANG TELAH SAYA PEROLEH DIBATALKAN, serta diproses sesuai dengan ketentuan hukum
yang berlaku.
3. Tugas akhir ini dapat dijadikan sumber pustaka yang merupakan HAK BEBAS ROYALTY
NON EKSKLUSIF.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya untuk dipergunakan sebagaimana
mestinya.

Malang, 26 Februari 2026



0623EAK00733863983

Titha Sae Ardhiana Putri



5

Kampus I
Jl. Bawendang 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 252 (Hunting)
F. +62 341 550 535

Kampus II
Jl. Bawendang, Ruten No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 551 140 (Hunting)
F. +62 341 552 055

Kampus III
Jl. Raya Trowojan No. 240 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 454 213 (Hunting)
F. +62 341 453 435
E. ekmaster@umm.ac.id

LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI

 PERATURAN REKTOR NOMOR 2 TAHUN 2017-11-29

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG



TENTANG
PELAKSANAAN DETEKSI PLAGIASI PADA KARYA TULIS ILMIAH DOSEN DAN MAHASISWA DI UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

**LEMBAR PERSETUJUAN
DETEKSI PLAGIASI**

SKRIPSI/TESIS/DISERTASI DENGAN JUDUL:*)

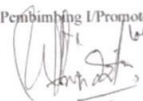
Oleh:

Nama : Titha Sae Ardhiana Putri
NIM : 202010040311377

Telah memenuhi persyaratan untuk dilakukan deteksi plagiasi

Menyetujui,

Malang, 3 Maret 2026

Pembimbing / Promotor

Dr. Winda Hardyaniti S.Sos., M.Si
NIP. 10318030656


Kampus 1
Jl. Pahlawan 1 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 052 (Kampus)
F. +62 341 591 051

Kampus 2
Jl. Bawakumpu, Sukarjo No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 189 (Kampus)
F. +62 341 591 080

Kampus 3
Jl. Raya Tugu, Sukarjo No. 158 Malang, Jawa Timur
P. +62 341 591 218 (Kampus)
F. +62 341 591 070
E. info@umm.ac.id

TANDA TERIMA CEK PLAGIASI

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI Tanda Terima
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG Plagiasi

Nama : Titha Sae Ardhiana Putri
NIM : 202010040311377

Hasil Plagiasi : 13/315/5

BAB I	12			
BAB II	37	14		
BAB III	29	12		

BAB IV	5			
BAB V	2			
BAB VI	5			

Malang, 15 Mei 2024
Admin Plagiasi Prodi,

 PROGRAM STUDI
ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH MALANG

ABSTRAK

Titha Sae Ardhiana Putri, 202010040311377, PENERIMAAN KHALAYAK TENTANG TAYANGAN EDUTAINMENT DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI BELAJAR MAHASISWA (ANALISIS RESEPSI PADA KONTEN CLASH OF CHAMPIONS DARI RUANGGURU).

Tayangan *edutainment Clash of Champions* (CoC) muncul sebagai gebrakan Ruangguru yang menjadi angin segar bagi industri hiburan edukatif di Indonesia. Viralnya tayangan ini memicu beragam penerimaan di kalangan mahasiswa karena kedekatan identitas dengan peserta. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi penerimaan khalayak mahasiswa terhadap tayangan CoC dalam meningkatkan motivasi belajar. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan analisis resepsi *Encoding-Decoding* Stuart Hall, data dikumpulkan melalui *Mini-Focus Group Discussion* bersama informan mahasiswa di Malang Raya. Informan dipilih via *purposive sampling* berdasarkan variasi rumpun ilmu, Indeks Prestasi Kumulatif (IPK), dan Status Sosial Ekonomi (SES).

Hasil penelitian menunjukkan penerimaan informan terfragmentasi berdasarkan latar belakang sosiokultural mereka. Pertama, Posisi Dominan-Hegemonik ditempati mahasiswa saintek ber-IPK tinggi dan ekonomi atas, di mana CoC menjadi katalisator motivasi intrinsik akademik. Penerimaan dominan terhadap aspek motivasi mobilitas sosial vertikal juga ditunjukkan mahasiswa soshum ber-IPK tinggi dari ekonomi bawah. Kedua, Posisi Negosiasi diambil mahasiswa saintek ber-IPK rendah dan ekonomi bawah karena cenderung memaknai tayangan ini dapat menginspirasi namun sekaligus mengingatkan akan keterbatasan diri. Negosiasi khusus mengenai format acara yang kurang inklusif dilakukan oleh mahasiswa soshum ber-IPK tinggi dari ekonomi bawah, sementara mahasiswa soshum ber-IPK rendah dan ekonomi atas menegosiasikan fungsi motivasi menjadi hiburan visual santai. Ketiga, pada dimensi pesan komersial, seluruh informan homogen berada di Posisi Dominan-Hegemonik karena memaklumi promosi bimbingan belajar sebagai timbal balik ekonomi atas estetika visual yang tinggi. Atribusi komersial ini sukses menjadi stimulus eksternal yang mengaktivasi motivasi ekstrinsik melalui pergeseran standar idola baru di ruang digital.

Kata Kunci: Analisis Resepsi, Edutainment, Motivasi Belajar, Clash of Champions, Mahasiswa.

KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT atas segala limpahan nikmat dan karunia-Nya yang telah mengantarkan Penulis untuk menyelesaikan skripsi dengan judul *Penerimaan Khalayak Tentang Tayangan Edutainment dalam Meningkatkan Motivasi Belajar (Studi Resepsi pada Konten Clash of Champions dari Ruangguru)*. Penulis menyadari bahwa masih terdapat banyak kekurangan dalam penyusunan skripsi ini. Namun berkat bimbingan, pengetahuan, dan dukungan yang diberikan oleh berbagai pihak, Penulis dapat menyelesaikan skripsi ini. Dengan tulus, penulis mengucapkan banyak terimakasih kepada:

Allah SWT, dengan limpahan rahmat serta karunia-Nya, serta anugerah kesehatan dan kemampuan yang diberikan kepada saya, sehingga saya mampu menjalankan serta menyelesaikan skripsi dengan baik.

1. Bapak Prof. Dr. Nazaruddin Malik, SE., M.Si, selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Malang.
2. Bapak Dr. Fauzik Lendriyono, M.Si, selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Malang
3. Bapak Novin Farid Styo Wibowo, M.Si. selaku Kepala Program Studi Dan didampingi oleh bapak Aditya Dwi Putra Bhakti, M.Med.Kom sebagai Sekretaris Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Muhammadiyah Malang
4. Ibu Dr. Winda Hardyanti, S.Sos, M.Si selaku dosen pembimbing I yang senantiasa sabar dalam membimbing penulis dalam menyelesaikan tugas akhir ini. Terimakasih atas segala arahan yang diberikan, pelajaran-pelajaran tentang kehidupan, motivasi yang diberikan kepada penulis hingga penulis bisa menyelesaikan penelitian ini serta terimakasih untuk selalu menanyakan progress bimbingan peneliti secara pribadi dan menganggap semua anak bimbingannya adalah anak beliau dan betapa ketangguhan sosok beliau sungguh menginspirasi penulis untuk terus bangkit meskipun beberapa kali terjatuh dan saat adakalanya hidup tidak selalu berada dikondisi yang baik-baik saja.

5. Untuk kedua orang tua saya tercinta Ayah dan Ibun serta kedua adik saya Rozaan Asyraf dan Iklila Zhafira yang selalu memberikan dukungan baik lahir dan juga batin kepada penulis, doa, nasehat, dan motivasi serta mendorong penulis untuk menyelesaikan penelitian ini.
6. Untuk sahabat dan teman-teman seperjuangan di perkuliahan saya yang selalu mendukung penulis Tata Cita Aldila, Sri Nursyahbani, Pratiwi Risang, Wulan Ayu Nadila Putri, Nafisa Aura Yassa, Nahda Awindya, Aurora Ramadianis, Nadila Dwi Hartanti, Ninda Wulan Winansih, Zain Arsyi Amin, Nadia Hasna Maulidiya, Daniel Efrata, Letticia Nabila, Ravida Chauria Shavir, Afsal Akbar, Qushayyi Akbar, Danang Rafi, Taylor Alison Swift terimakasih telah menjadi sahabat tercinta dan senantiasa mendukung serta mendorong penulis untuk segera menyelesaikan penelitian ini.
7. Yang tercinta diri saya sendiri, Titha Sae Ardhiana Putri dengan segala ketidak sempurnaan diri yang ada, terimakasih banyak telah berjuang dan berusaha dalam menyelesaikan semua tugas-tugas yang tidak mudah dalam perkuliahan, terimakasih untuk tidak menyerah demi hal-hal baik yang akan datang. Terimakasih juga untuk semua pihak yang tidak bisa penulis sebutkan satu-satu yang telah membantu hingga penelitian ini bisa terselesaikan.

DAFTAR ISI

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	iii
SURAT PERNYATAAN (MATERAI)	iv
LEMBAR PERSETUJUAN DETEKSI PLAGIASI	v
TANDA TERIMA CEK PLAGIASI	vi
ABSTRAK.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR PUSTAKA	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.4.1 Manfaat Teoritis	8
1.4.2 Manfaat Praktis	9
BAB II.....	10
TINJAUAN PUSTAKA	10
2.1 Komunikasi Massa	10
2.1.1 Definisi Komunikasi Massa	10
2.1.2 Fungsi Komunikasi Massa	12
2.1.3 Pengaruh Komunikasi Massa	13
2.2 Analisis Resepsi Stuart Hall (Encoding/Decoding).....	16
2.2.1 Konseptualisasi Khalayak dalam teori Encoding/Decoding	17
2.3 Tayangan Edutainment dalam Industri Kreatif Media	18
2.4 Konsep Motivasi Belajar Mahasiswa	19
2.5 Penelitian Terdahulu.....	20
BAB III	26
METODE PENELITIAN.....	26
3.1 Paradigma dan Pendekatan Penelitian	26
3.2 Tipe Penelitian dan Batasan Objek.....	27
3.3 Waktu Tempat dan Fokus Penelitian.....	28

3.4 Sumber Data dan Kriteria Informan	30
3.5 Teknik Pengumpulan Data	32
3.5.1 <i>Mini-Focus Group Discussion</i> (Mini-FGD)	32
3.5.2 Wawancara Mendalam Kontekstual	33
3.5.3 Dokumentasi (<i>Visual-Mapping</i>).....	33
3.6 Teknik Analisis Data	34
3.7 Keabsahan Data	35
BAB IV	37
GAMBARAN UMUM OBJEK DAN SUBJEK PENELITIAN	37
4.1 Deskripsi Umum Objek penelitian	37
4.1.1 Deskripsi Konten Clash of Champions	37
4.2 Deskripsi Umum Subjek Penelitian.....	38
4.2.1 Profil Subjek Penelitian.....	38
BAB V	45
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	45
5.1 Hasil Penelitian.....	45
5.1.1 Konstruksi Pesan Atribusi Status Sosial melalui Representasi Profil Mahasiswa Berprestasi	45
5.1.2 Konstruksi Format <i>Edutainment</i> melalui Tantangan Logika Numerik sebagai Sarana Edukasi dan Hiburan bagi Semua Kalangan	47
5.1.3 Konstruksi Transmisi Nilai Pendidikan Melalui Visualisasi Kerja Sama Tim Peserta Berprestasi dalam Investasi Kesadaran Pendidikan Jangka Panjang	49
5.1.4 Konstruksi Pesan Komersial dan Penghubung melalui Adegan Simulasi Pengajaran dalam Penguatan Citra Merek Ruangguru	52
5.2 Pembahasan	55
5.2.1 Analisis Resepsi terhadap Konstruksi Pesan Atribusi Status Sosial Mahasiswa Berprestasi	55
5.2.2 Analisis Resepsi terhadap Konstruksi Format <i>Edutainment</i> bagi Semua Kalangan.....	58
5.2.3 Analisis Resepsi terhadap Konstruksi Transmisi Nilai Investasi Kesadaran Pendidikan.....	60
5.2.4 Analisis Resepsi terhadap Konstruksi Pesan Komersial dan Penghubung Merek Ruangguru.....	62
BAB VI.....	65
KESIMPULAN DAN SARAN.....	65
6.1 Kesimpulan Penelitian.....	65
6.2 Saran-Saran Penelitian.....	66
LAMPIRAN.....	69

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	21
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu	22
Tabel 2. 3 Penelitian Terdahulu	24
Tabel 3. 1 Matriks Klasifikasi Karakteristik Informan	31
Tabel 5. 1 Matriks Hasil Penelitian	54



DAFTAR GAMBAR

Gambar 5. 1 Grafik Pengenalan Prestasi Akademik Peserta CoC	46
Gambar 5. 2 Tampilan Visual Tantangan Logika-Matematika di Studio CoC	48
Gambar 5. 3 Potongan Adegan Diskusi Kerja Sama Tim Peserta CoC.....	50
Gambar 5. 4 Atribusi Komersial Penempatan Iklan Layanan Bimbel Ruangguru di tengah Tayangan CoC.....	52



DAFTAR PUSTAKA

- Athnan Nur. (2015). Efektivitas strategi komunikasi konsultan dalam program bantuan langsung masyarakat pnpm mandiri perkotaan di kota raha kabupaten muna. *Jurnal Administrasi Negara*, 3(2), 45–54.
- Basuki, H. O., Faizah, H. N., & Pitaloka, D. (2021). The Effect of Multi-Step Flow of Communication on Social Agency Farming Factors in Jarorejo Village. *Jurnal Penelitian Sekolah Tinggi Ilmu Kesehatan Nahdlatul Ulama Tuban*, 3(1).
<https://doi.org/10.47710/jp.v3i1.69>
- Geni Eka Novianti. (2015). *HUBUNGAN MOTIVASI BELAJAR DENGAN HASIL BELAJAR MATA PELAJARAN Pengeritingan Rambut Siswa Jurusan Tata Kecantikan SMK N 7 PADANG*. September.
- Irma Lusi Nugraheni. (2018). *Hubungan Self Efficacy terhadap Motivasi Berprestasi Pada Mahasiswa Pendidikan Geografi Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan Universitas Lampung*. 9(1), 52–64.
- Lestari, R. A., & Darmawan, P. (2024). *ANALISIS DAMPAK GAME SHOW CLASH OF CHAMPIONS TERHADAP MOTIVASI BELAJAR DI KALANGAN GEN-Z*. 135–151.
- Lintang Bagas Pratama. (2023). *Analisis Resepsi Khalayak Mengenai Klarifikasi Isu Rangka Karatan Kendaraan Motor Honda Pada Akun Instagram @welovehonda_id*. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative/article/view/6758/4663>
- Qudratullah. (2018). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh*, 12(2), 41–46. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/6024>
- Rake Banuwangsa. (2021). ANALISIS RESEPSI PROGRAM TALKSHOW RUMAH UYA TRANS7 TERKAIT GIMMICK. *Pharmacognosy Magazine*, 75(17), 399–405.
- Rofiq, P. I. R. (2024). *Penerimaan Khalayak Tentang Konsep Parenting Ala Artis Nikita Willy*.

Badan Pusat Statistik. (2024). *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Per Provinsi: Pengelompokan Kelas Pengeluaran Sosiologis*.

Baran, S. J., & Davis, D. K. (2020). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (8th ed.). Cengage Learning.

Basuki, A., Rahmawati, D., & Wijaya, K. (2021). Rantai Informasi Bertingkat: Operasionalisasi Multi-Step Flow Communication dalam Media Baru. *Jurnal Studi Media Dan Komunikasi*.

Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka pelajar.

DeVito, J. A. (2011). *he Interpersonal Communication Book (12th Edition) atau gunakan buku beliau tentang komunikasi umum: Human Communication: Foundation Course* (12th Editi). Pearson.

Dominick, J. R. (2013). *The Dynamics of Mass Communication: Media in Transition* (12th ed.). McGraw-Hill.

Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakrie.

Fajriah, N. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. PT Remaja Rosdakarya.

Hall, S. (1980). *Culture, Media, Language*. Hutchinson.

Hamruni. (2021). *Edutainment dalam Pembelajaran*.

Jensen, K. B. (2012). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies* (2nd Editio). Routledge.

Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan T. I. i. (2022). *IPK Rata-Rata Sarjana di Indonesia: Data Statistik Nasional Kemdikbudristek*.
<https://indonesiabaik.id/infografis/ipk-rata-rata-sarjana-di-indonesia>

McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications.

Miles, Matthew B. Huberman, A. Michael Saldana, J. (2014). *Qualitative Data*

Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Editio). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7 th). Pearson Education Limited.

Nur, A. (2015). Perkembangan Teori Jarum Hipodermik dalam Studi Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Massa*.

Qudratullah. (2018). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh*, 12(2), 41–46. <https://journal.uin-alaudidin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/6024>

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish.

Sardiman. (2018). *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. RajaGrafindo Persada.

Schunk, D. H., Meece, J. L., & Pintrich, P. R. (2014). *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications*. Pearson.

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (5th ed.). Pearson.

Singhal, A., & Rogers, E. M. (2012). *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*. Routledge.

SWA.co.id. (2024). *Clash of Champions: Strategi Ruangguru untuk Edukasi, Entertainment dan Brand Engagement*. <https://swa.co.id/read/451907/clash-of-champions-strategi-ruangguru-untuk-edukasi-entertainment-dan-brand-engagement>

Tambunan, S. M. (2024). Analisis Aliran Komunikasi Dua Tahap dan Peran Opinion Leader di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*.

The Nielsen Company. (2022). *Nielsen Consumer Media View: Consumer Economic Segmentation (SES) Classification in Urban Indonesia*.

UU No.12. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi*. Lembaran Negara Republik Indonesia.

- Badan Pusat Statistik. (2024). *Pengeluaran untuk Konsumsi Penduduk Indonesia Per Provinsi: Pengelompokan Kelas Pengeluaran Sosiologis*.
- Baran, S. J., & Davis, D. K. (2020). *Mass Communication Theory: Foundations, Ferment, and Future* (8th ed.). Cengage Learning.
- Basuki, A., Rahmawati, D., & Wijaya, K. (2021). Rantai Informasi Bertingkat: Operasionalisasi Multi-Step Flow Communication dalam Media Baru. *Jurnal Studi Media Dan Komunikasi*.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Pustaka pelajar.
- DeVito, J. A. (2011). *he Interpersonal Communication Book (12th Edition) atau gunakan buku beliau tentang komunikasi umum: Human Communication: Foundation Course* (12th Editi). Pearson.
- Dominick, J. R. (2013). *The Dynamics of Mass Communication: Media in Transition* (12th ed.). McGraw-Hill.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditya Bakrie.
- Fajriah, N. (2020). *Teori Komunikasi Massa dan Perubahan Masyarakat*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hall, S. (1980). *Culture, Media, Language*. Hutchinson.
- Hamruni. (2021). *Edutainment dalam Pembelajaran*.
- Jensen, K. B. (2012). *A Handbook of Media and Communication Research: Qualitative and Quantitative Methodologies* (2nd Editio). Routledge.
- Kementerian Pendidikan, Kebudayaan, Riset, dan T. I. i. (2022). *IPK Rata-Rata Sarjana di Indonesia: Data Statistik Nasional Kemdikbudristek*.
<https://indonesiabaik.id/infografis/ipk-rata-rata-sarjana-di-indonesia>
- McQuail, D. (2010). *McQuail's Mass Communication Theory*. SAGE Publications.
- Miles, Matthew B. Huberman, A. Michael Saldana, J. (2014). *Qualitative Data*

Analysis: A Methods Sourcebook (3rd Editio). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya.

Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7 th). Pearson Education Limited.

Nur, A. (2015). Perkembangan Teori Jarum Hipodermik dalam Studi Komunikasi Massa. *Jurnal Komunikasi Massa*.

Qudratullah. (2018). Peran Dan Fungsi Komunikasi Massa. *Jurnal Tabligh*, 12(2), 41–46. <https://journal.uin-alauddin.ac.id/index.php/tabligh/article/view/6024>

Rukajat, A. (2018). *Pendekatan Penelitian Kualitatif*. Deepublish.

Sardiman. (2018). *Interaksi & Motivasi Belajar Mengajar*. RajaGrafindo Persada.

Schunk, D. H., Meece, J. L., & Pintrich, P. R. (2014). *Motivation in Education: Theory, Research, and Applications*. Pearson.

Severin, W. J., & Tankard, J. W. (2014). *Communication Theories: Origins, Methods, and Uses in the Mass Media* (5th ed.). Pearson.

Singhal, A., & Rogers, E. M. (2012). *Entertainment-Education: A Communication Strategy for Social Change*. Routledge.

SWA.co.id. (2024). *Clash of Champions: Strategi Ruangguru untuk Edukasi, Entertainment dan Brand Engagement*. <https://swa.co.id/read/451907/clash-of-champions-strategi-ruangguru-untuk-edukasi-entertainment-dan-brand-engagement>

Tambunan, S. M. (2024). Analisis Aliran Komunikasi Dua Tahap dan Peran Opinion Leader di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media*.

The Nielsen Company. (2022). *Nielsen Consumer Media View: Consumer Economic Segmentation (SES) Classification in Urban Indonesia*.

UU No.12. (2012). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi*. Lembaran Negara Republik Indonesia.