

Nomor Daftar FPIPS : 4377/UN40.A2.6/ PT/2023

**PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP
PERILAKU *CATFISHING* PADA GENERASI Z**

SKRIPSI

*Disusun untuk memperoleh gelar Sarjana Pendidikan (S.Pd) pada Program Studi
Pendidikan Sosiologi*



Oleh :

Raihan Nuralieffullah

1908727

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN SOSIOLOGI
FAKULTAS PENDIDIKAN ILMU PENGETAHUAN SOSIAL
UNIVERSITAS PENDIDIKAN INDONESIA**

2023

**PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP
PERILAKU *CATFISHING* PADA GENERASI Z**

Oleh

Raihan Nuralieffullah

Diajukan untuk memenuhi sebagian dari syarat memperoleh gelar Sarjana
Pendidikan Program Studi Pendidikan Sosiologi

© Raihan Nuralieffullah2023

Universitas Pendidikan Indonesia

2023

Hak cipta dilindungi Undang-Undang.

Skripsi ini tidak boleh diperbanyak seluruh atau sebagian.

Dengan dicetak ulang, difotokopi cara lainnya tanpa izin dari penulis.

i

Raihan Nuralieffullah, 2023

***PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU CATFISHING PADA
GENERASI Z***

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

LEMBAR PENGESAHAN

RAIHAN NURALIEFFULLAH

**PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP
PERILAKU *CATFISHING* PADA GENERASI Z**

Disetujui dan disahkan oleh pembimbing :

Pembimbing I



Prof. Dr. Elly Malihah Setiadi, M.Si

NIP. 196604251992032002

Pembimbing II



Fajar Nugraha Asvahidda S.Pd, M.Pd

NIP. 199202152019031018

Mengetahui,

Ketua Program Studi Pendidikan Sosiologi



Dr. Wilodati, M.Si

NIP. 196801141992032002

PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU *CATFISHING* PADA GENERASI Z

Oleh :

RAIHAN NURALIEFFULLAH

NIM.1908727

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menginvestigasi Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram terhadap Perilaku *Catfishing* pada Generasi Z di Kota Bandung. Dengan menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, penelitian ini mengeksplorasi hubungan antara penggunaan intensif Instagram dengan perilaku menciptakan identitas palsu (*catfishing*). Penelitian ini melibatkan sampel dari Generasi Z di Kota Bandung dan menggunakan skala likert untuk mengukur intensitas penggunaan Instagram dan perilaku *catfishing*. Data yang diperoleh kemudian dianalisis menggunakan analisis korelasi dan regresi untuk menguji hubungan antara variabel. Selain itu, uji linearitas dan uji normalitas dilakukan untuk memverifikasi asumsi statistik yang relevan. Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan Instagram dengan perilaku *catfishing* pada Generasi Z. Ditemukan bahwa semakin sering individu menggunakan Instagram, semakin tinggi kecenderungan mereka untuk terlibat dalam perilaku *catfishing*. Implikasi dari penelitian ini adalah adanya perlunya pendekatan edukatif yang lebih luas dalam mengajarkan Generasi Z tentang etika dan dampak sosial dari penggunaan media sosial. Selain itu, platform media sosial perlu lebih aktif dalam mencegah dan mengatasi fenomena perilaku *catfishing*. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dampak psikologis dan sosial dari hiperrealitas di era digital serta memberikan dasar untuk penelitian lebih lanjut dalam mengatasi tantangan yang dihadapi oleh generasi yang tumbuh dalam budaya digital.

Kata kunci: *Catfishing*, Hiperrealitas, Instagram

ABSTRACT

This study aims to investigate the influence of Instagram application hyperreality on catfishing behavior among Generation Z in Bandung City. Using quantitative methods, this study explores the relationship between intensive use of Instagram and catfishing behavior. This study involved a sample of Generation Z in Bandung City and used a Likert scale to measure the intensity of Instagram use and catfishing behavior. The data obtained was then analyzed using correlation and regression analysis to test the relationship between the variables. In addition, linearity test and normality test were conducted to verify relevant statistical assumptions. The results of the analysis showed that there is a significant positive relationship between Instagram usage intensity and catfishing behavior in Generation Z. It was found that the more frequently individuals use Instagram and catfishing behavior. It was found that the more frequently individuals use Instagram, the higher their tendency to engage in catfishing behavior. The implication of this study is that there is a need for a broader educational approach in teaching Generation Z about the ethics and social impact of using social media. In addition, social media platforms need to be more active in preventing and addressing the phenomenon of catfishing behavior. This study contributes to understanding the psychological and social impact of hyperreality in the digital era and provides a basis for further research in addressing the challenges of catfishing.

Keywords: *Catfishing*, *Hiperreality*, *Instagram*

DAFTAR ISI

LEMBAR HAK CIPTA.....	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PENGUJI.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
UCAPAN TERIMAKASIH.....	vi
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xiv
DAFTAR LAMPIRAN	xv
BAB 1 PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang Penelitian.....	1
1.2 Rumusan Masalah Penelitian.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	5
1.4 Manfaat Penelitian.....	5
1.5 Struktur Organisasi Skripsi.....	9
BAB II KAJIAN PUSTAKA	11
2.1 Konsep Judul.....	11
2.2 Kerangka Berpikir	11
2.3 Hiperrealitas	11
2.4 Aplikasi Instagram	12
2.5 Perilaku	13
2.6 <i>Catfishing</i>	14
2.7 Generasi Z.....	15
2.8 Teori Postmodern	15
2.9 Teori Posthumanisme	16
2.10 .Teori Konstruksi Sosial Instagram.....	17
2.11 .Penelitian Terdahulu.....	18
BAB III METODE PENELITIAN	24

3.1	Desain Penelitian.....	24
3.1.1	Pendekatan Penelitian.....	24
3.1.2	Metode Penelitian.....	25
3.2	Lokasi dan Partisipan	26
3.2.1	Lokasi Penelitian.....	26
3.2.2	Partisipan Penelitian	26
3.3	Identifikasi Variabel.....	26
3.4	Metode Kuantitatif	27
3.5.1	Populasi Penelitian.....	27
3.5.2	Sempel Penelitian.....	27
3.5.3	Teknik Pengumpulan Data Kuantitatif.....	29
3.5.4	Instrumen Penelitian.....	32
3.5.5	Uji Validitas.....	35
3.5.6	Uji Realibilitas	38
3.5	Teknik Analisis Data Kuantitatif	40
3.6.1	Analisis Data Statistik Deskriptif.....	40
3.6	Prosedur Penelitian.....	41
3.7	Teknik Pengumpulan Data	41
3.8.1	Kuisisioner (Angket).....	42
3.8.2	Studi Literatur	42
3.8.3	Observasi	42
3.8.4	Prosedur Statik.....	43
3.8	Teknik Analisis Data.....	43
3.9.1	Analisis data Deskriptif	45
3.9.2	Uji Normalitas.....	46
3.9.3	Uji Korelasi.....	47
3.9.4	Analisis Data Regresi Linear Sederhana	48
3.9.5	Uji Lineritas	49
3.9.6	Keofisien Determinasi	50
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		51
4.1	Temuan Penelitian.....	51
4.1.1	Gambaran Umum Lokasi dan Objek Penelitian	51
4.1.2	Karakteristik Responden Penelitian	53
4.1.3	Data Variabel X Penelitian	55
4.1.4	Data Variabel Y Penelitian	63
4.2	Analisis Data Statistik	72
4.2.1	Uji Normalitas.....	83
4.2.2	Uji Linearitas	84
4.2.3	Uji Korelasi.....	85
4.2.4	Uji Regresi Linear Sederhana	85

4.3 Pembahasan	87
4.3.1 Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram Terhadap Perilaku <i>Catfishing</i> Generasi Z Kota Bandung	90
BAB V SIMPULAN, IMPLIKASI, DAN REKOMENDASI.....	97
5.1 Simpulan Umum	97
5.1.1 Pengaruh Hiperrealitas Terhadap Perilaku <i>Catfishing</i>	97
5.1.2 Identitas Digital dan Konstruksi Sosial	97
5.1.3 Pentingnya Pendidikan Digital dan Kesadaran Etika.....	97
5.1.4 Perlunya Kebijakan dan Regulasi	98
5.2 Simpulan Khusus	98
5.2.1 Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram	98
5.2.2 Kontribusi Teori Post Modernisme dan Post Humanisme	98
5.2.3 Dampak Konstruksi Sosial Terhadap <i>Catfishing</i>	99
5.3 Implikasi	99
5.3.1 Implikasi Teoritis	99
5.3.2 Implikasi Praktis	99
5.3.3 Implikasi Sosial.....	99
5.3.4 Implikasi untuk Penelitian Lanjutan	100
5.4 Rekomendasi.....	100
5.4.1 Rekomendasi Pendidikan dan Kesadaran.....	100
5.4.2 Rekomendasi Kebijakan.....	100
5.4.3 Rekomendasi Penelitian Lanjutan.....	101
5.4.4 Rekomendasi Pengembangan Aplikasi dan Fitur	101
DAFTAR PUSTAKA	104
LAMPIRAN	109

DAFTAR TABEL

3.1 Penentuan Jumlah Sampel Isaac dan Michael.....	24
3.2 Skor Pernyataan dalam Angket menggunakan Skala likert	26
3.3 Kisi-kisi Angket Penelitian	27
3.4 Pertanyaan Kuisioner	31
3.5 Interpretasi Koefisien Korelasi Nilai (r)	35
3.6 Hasil Pengujian Validitas Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas aplikasi Instagram).....	36
3.7 Hasil Pengujian Validitas Variabel Y (Pengaruh Perilaku <i>Catfishing</i>).....	37
3.8 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Variabel X (Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram).....	39
3.9 Hasil Pengujian Realibilitas Instrumen Variabel Y (Perilaku <i>Catfishing</i>).....	39
3.10 Interpretasi Persentase.....	46
3.11 Penentuan Kategori.....	46
3.12 Interpretasi Koefisien Korelasi (r)	48
4.1 Jumlah Penduduk menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin di Kota Bandung 2020	52
4.2 Jumlah Akumulasi Remaja di Kota Bandung (Mahasiswa Generasi Z dengan rentang usia 18-24 Tahun).....	53
4.3 Frekuensi dan Persentase Rentang Usia Responden.....	54
4.4 Frekuensi dan Persentase Jenis Kelamin Responden.....	55
4.5 Asal Universitas atau Institusi Responden	55
4.6 Saya sering menggunakan aplikasi sosial media Instagram	57
4.7 Saya sering menggunakan fitur <i>filter</i> pada media sosial Instagram	57
4.8 Saya pernah melihat seseorang yang sama di Instagram namun berbeda di realita.....	58
4.9 Saya percaya Instagram menciptakan gambaran diri yang ideal dan Sempurna.....	59
4.10 Pengguna Instagram seringkali memanipulasi penampilan mereka untuk mendapatkan lebih banyak perhatian.....	60
4.11 Orang-orang Instagram sering memamerkan gaya hidup yang sebenarnya tidak mereka miliki	61
4.12 Saya setuju bahwa penggunaan <i>filter</i> Instagram dapat menciptakan standar yang tidak realistis pada Generasi Z.....	62
4.13 Saya percaya bahwa hiperrealitas yang dibangun oleh aplikasi Instagram mendorong Generasi Z untuk menciptakan identitas palsu dalam praktik <i>catfishing</i>	63
4.14 Saya percaya bahwa Generasi Z terpengaruh oleh norma sosial yang	

dihasilkan dari hiperrealitas aplikasi Instagram yang mendorong praktik <i>catfishing</i>	64
4.15 Instagram mendorong perasaan tidak puas terhadap diri sendiri jika tidak sesuai dengan standar kecantikan dan gaya hidup yang ditampilkan di <i>platform</i> tersebut	65
4.16 Saya mengetahui apa itu <i>catfishing</i>	66
4.17 Saya memiliki pemahaman yang baik tentang " <i>Catfishing</i> " dalam konteks media sosial (Instagram)	66
4.18 Saya pernah mengalami atau mengetahui seseorang yang menjadi korban " <i>Catfishing</i> " di Instagram	67
4.19 Pengalaman tersebut mempengaruhi perasaan saya terhadap keamanan di media sosial.....	68
4.20 Saya sering menemui profil palsu atau menduga adanya " <i>Catfishing</i> " di akun-akun Instagram yang saya temui	69
4.21 Saya percaya bahwa kebanyakan orang yang berinteraksi dengan saya di Instagram adalah diri mereka sendiri, bukan profil palsu atau " <i>Catfishing</i> ".....	70
4.22 Saya pernah mengalami kerugian material akibat " <i>Catfishing</i> "	71
4.23 Saya pernah mengalami kerugian non material akibat " <i>Catfishing</i> "	71
4.24 Saya memiliki kekhawatiran tentang privasi dan keamanan akun saya akibat fenomena " <i>Catfishing</i> "	72
4.25 Saya setuju bahwa perilaku <i>catfishing</i> pada Generasi Z terkait dengan keinginan untuk mendapatkan perhatian, pengakuan, atau penerimaan sosial melalui citra yang dibangun di media sosial seperti Instagram.....	73
4.26 Saya percaya bahwa penggunaan <i>filter</i> dan efek visual di Instagram dapat mengubah tampilan fisik Generasi Z dalam menciptakan citra yang diinginkan.....	74
4.27 Interval Pengkategorian Variabel X.....	76
4.28 Kategori Variabel X Hiperrealitas Aplikasi Instagram.....	76
4.29 Interval Pengkategorian Variabel Y.....	77
4.30 Kategorisasi Variabel Y Perilaku <i>Cat Fishing</i>	78
4.31 Bagan Pengaruh Hiperrealitas Aplikasi Instagram Terhadap Perilaku <i>Catfishing</i> Pada Generasi Z di Kota Bandung.....	93

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal

- Braidotti, R. (2006). Posthuman, All Too Human: Towards a New Process Ontology. *Theory, Culture & Society*, 23(8), 197–208. <https://doi.org/10.1177/0263276406069232>
- Dewi, N. S. P. S., & Irwansyah, I. (2021). Regulasi terhadap Penipuan Identitas: Studi Fenomena ‘Catfish’ pada Social Networking Sites (SNS). *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 267.
- Braidotti, R. (2006). Posthuman, All Too Human: Towards a New Process Ontology. *Theory, Culture & Society*, 23(8), 197–208. <https://doi.org/10.1177/0263276406069232>
- Dewi, N. S. P. S., & Irwansyah, I. (2021). Regulasi terhadap Penipuan Identitas: Studi Fenomena ‘Catfish’ pada Social Networking Sites (SNS). *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 267. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2612>
- Haryono, C. G. (2020). Kepalsuan Hidup Dalam Hiperrealitas Iklan. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 232. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1662>
- Keeling, D. M., & Lehman, M. N. (2018). Posthumanism. *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, May, 1–26. <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.627>
- Menurut, P., & Posthumanisme, P. (2023). 1, 2, 3(1), 37–51. <https://doi.org/10.15575/jpiu.v3i1.19521>
- Muhlisin. (2000). Postmodernisme dan Kritik Ideologi Ilmu Pengetahuan Modern. *Jurnal Okarra II*, 1(1), 1–21.
- Nursalam, N., & Arifin, J. (2017). Konstruksi Sosial Media Komunikasi Instagram Terhadap Pola Pikir Perilaku Mahasiswa Pendidikan Sosiologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 4(2), 233–242. <https://doi.org/10.26618/equilibrium.v4i2.505>

Raihan Nuralfieffullah, 2023

PENGARUH HIPERREALITAS APLIKASI INSTAGRAM TERHADAP PERILAKU CATFISHING PADA GENERASI Z

Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu

- Politik, I., Mulawarman, U., Psi, S., Psi, M., Pembimbing, D., Program, I. I., & Komunikasi, I. (2019). *MEDIA SOSIAL INSTAGRAM (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan. 7(4), 167–178.*
- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society, 4(1), 15–22.* <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Timeto, F. (2020). Becoming-with in a compost society — Haraway beyond posthumanism. *International Journal of Sociology and Social Policy, 41(3– 4), 315–330.* <https://doi.org/10.1108/IJSSP-08-2019-0158>
- Windiani, & Nurul, F. (2016). Menggunakan metode etnografi dalam penelitian sosial. *Dimensi Jurnal Sosiologi, 9(2), 87–92.*
- Yesi, Y. (2021). Konstruksi Sosial Anak Jalanan Perempuan Di Kota Pekanbaru. *Jurnal Neo Societal, 6(1), 56.* <https://doi.org/10.52423/jns.v6i1.16289>
- Agistya, F., & Suhana. (2019). Studi deskriptif mengenai sensation seeking pada komunitas B.O.B dalam aktivitas sunmori di Lembang Kabupaten Bandung Barat. *Prosiding Psikologi, 5(2), 1028–1035.*
- Aulia, E. A. (2020). *Pengaruh Perceived Ease of Use, Perceived Risk Terhadap Penggunaan Cashless. III(1), 238–247.*
- Dewi, N. S. P. S., & Irwansyah, I. (2021). Regulasi terhadap Penipuan Identitas: Studi Fenomena ‘Catfish’ pada Social Networking Sites (SNS). *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies), 5(1), 267.* <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2612>
- Ghozali, I. (2016). Processing Data penelitian Menggunakan SPSS. *E-Book, 1, 154.*
- Hasya, A. N. (2022). *Pengaruh Budaya Penggemar Boy Grop Korea terhadap Kesadaran Remaja Pada Fenomena LGBT (Vol. 2, Issue 8.5.2017).*
- Hd, S. N., & Jamilah, S. (2022). *Hiperrealitas Simulakra Pengguna Instagram pada Mahasiswa Simulacra Hyperreality Of Instagram Users on Collage Student*

sengaja . Dengan adanya media , masyarakat dengan leluasa akan membuat realitas akan. 1, 66–90.

- Lenaini, I. (2021). Teknik Pengambilan Sampel Purposive Dan Snowball Sampling. *Jurnal Kajian, Penelitian & Pengembangan Pendidikan Sejarah, 6*(1), 33–39.
- Mulyadi, M. (2019). Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya [Quantitative and Qualitative Research and Basic Rationale to Combine Them]. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media, 15*(1), 128.
- Muntahasar, Hasnita, N., & Yulindawati. (2020). Pengaruh Pengetahuan dan Pendidikan Terhadap Literasi Keuangan Digital Masyarakat Kota Banda Aceh. *Global Journal of Islamic Banking and Finance, 3*(2), 146–157.
- Oktaviani, M. A., & Notobroto, H. B. (2014). Perbandingan Tingkat Konsistensi Normalitas Distribusi Metode Kolmogorov-Smirnov, Lilliefors, Shapiro- Wilk, dan Skewness-Kurtosis. *Jurnal Biometrika Dan Kependudukan, 3*(2), 127–135.
- Putri, K. A., Amirudin, A., & Purnomo, M. H. (2019). Korean Wave dalam Fanatisme dan Konstruksi Gaya Hidup Generasi Z. *Nusa: Jurnal Ilmu Bahasa Dan Sastra, 14*(1), 125. <https://doi.org/10.14710/nusa.14.1.125-135>
- Supardi, S. (1993). Populasi dan Sampel Penelitian. *Unisia, 13*(17), 100–108. <https://doi.org/10.20885/unisia.vol13.iss17.art13>
- Widiyanti, E., & Herwandito, S. (2018). Identitas Diri dan Hiperealitas dalam Media Sosial (Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo). *Jurnal Cakrawala, 7*(2), 236.
- Braidotti, R. (2006). Posthuman, All Too Human: Towards a New Process Ontology. *Theory, Culture & Society, 23*(8), 197–208. <https://doi.org/10.1177/0263276406069232>
- Dalimu, S., Putra, A., & Azi, R. (2020). The Portrayal and The Effects of Hyper-reality in Ready Player One Movie By Steven Spielberg (The Application of Jean Baudrillard’s Theory). *ELITE: Journal of English Language and Literature, 3*(1), 25–37.

<http://journal.fib.uho.ac.id/index.php/elite/article/view/882>

- Dewi, N. S. P. S., & Irwansyah, I. (2021). Regulasi terhadap Penipuan Identitas: Studi Fenomena ‘Catfish’ pada Social Networking Sites (SNS). *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)*, 5(1), 267. <https://doi.org/10.25139/jsk.v5i1.2612>
- Fenomena, A., Identitas, P., & Catfishing, D. (2022). *PADA LITERASI DIGITAL PENGGUNA MEDIA SOSIAL*. 3(2), 67–78.
- Haryono, C. G. (2020). Kepalsuan Hidup Dalam Hiperrealitas Iklan. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 232. <https://doi.org/10.14421/pjk.v12i2.1662>
- Sari, I. P., Ifdil, I., & Yendi, F. M. (2020). Konsep Nomophobia pada Remaja Generasi Z. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(1), 21. <https://doi.org/10.29210/3003414000>

- Sulaiman, A. (2016). Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger. *Society*, 4(1), 15–22. <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>
- Widiyanti, E., & Herwandito, S. (2018). Identitas Diri dan Hiperealitas dalam Media Sosial (Tinjauan Update Status Kuliner di Kalangan Anak Muda Kota Solo). *Jurnal Cakrawala*, 7(2), 236.
- Zuldafril. (2016). Pembahasan Penerapan Penelitian Postmodern Di Indonesia Didasarkan Artikel Penelitian Kritis Modern Dan Post Modern Allan Tarp Grenaa International Baccalaureate. *Edukasi: Jurnal Pendidikan*, 11(2), 240–251. <http://journal.ikipgripta.ac.id/index.php/edukasi/article/view/219>

Buku

- (Riduwan dan Sunarto, 2013, hlm. 96)
- (Martono, 2011, hlm. 182)
- (Riduwan dan Sunarto (2013, hlm. 93)
- (Arikunto, 2010: hlm. 313)
- (Riduwan (2013, hlm. 18)
- (Muhson, 2006: hlm. 1)
- (Silalahi, 2012: hlm. 332-333)
- (Silalahi, 2012: hlm. 332)
- (Martono, 2011: hlm. 46)
- (Bungin (2011 :hlm.133)
- (Creswell, 2019: hlm. 267)
- (Suharsimi Arikunto 2006 : 151).
- (Yusuf M., 2014: hlm. 242)
- (Saptutyingsih dan Setyaningrum (2019:164)
- (Suharsimi Arikunto 2006 : 151)