

PENGARUH AGENDA MEDIA KOMPAS.COM DAN AGENDA PUBLIK TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA KOMUNIKASI TERHADAP PEMERINTAH

by Maulidin Putra Juliasmara .

FILE	JURNAL_PUTRA_FIX.PDF (164.69K)	WORD COUNT	2560
TIME SUBMITTED	10-AUG-2018 10:26AM (UTC+0700)	CHARACTER COUNT	16085
SUBMISSION ID	988863792		

**PENGARUH AGENDA MEDIA KOMPAS.COM DAN AGENDA PUBLIK
TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA KOMUNIKASI
TERHADAP PEMERINTAH**

¹Maulidin Putra Juliasmara¹, ²Edy Sudaryanto, ³Beta Puspitaning Ayodya

¹pmaulidi39@gmail.com

**Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
Jalan Semolowaru no. 45, Surabaya, 60116**

ABSTRACT

The media has a big role to influence society. In addition to the provision of information, socialization of an idea and even the desire of certain groups to form public opinion on a particular problem, so that the media is often used as a tool and communication channels are right in communication and conflict, especially political conflict. This study aims to analyze the effect of the agenda setting through the media agenda Kompas.com and the public agenda on the level of student communication confidence in the government. The design of this study using a quantitative approach to the type of exploratory format research. Determination of selected sample is nonprobability sampling by using purposive sampling technique, using slovin so sample method which used 80 respondents. The analysis technique used multiple linear regression. The result of the research shows that 1) there is significant positive influence of variable of Media Agenda (X1) to trust (Y) with t-count value 4,778 with significance level $0.000 < 0,05$ and 2) there is significant positive influence of variable of Public Agenda (X2) on trust (Y), with t-count value of 2.584 with significance level of $0.012 < 0.05$. The coefficient of determination of 65.1% means that media Agenda (X1) and Public Agenda (X2) are able to contribute, while the rest of 34.9% is explained by other variables outside this research.

Keywords: Setting Agenda, Media Agenda, Public Agenda, Trust

ABSTRAK

Media memiliki peran besar mempengaruhi masyarakat. Selain dalam rangka pemberian informasi, sosialisasi suatu gagasan bahkan keinginan kelompok tertentu untuk membentuk opini publik terhadap suatu masalah tertentu, sehingga media sering dijadikan alat dan saluran komunikasi yang jitu dalam komunikasi dan konflik terutama konflik politik. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh agenda setting melalui agenda media Kompas.com dan agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Rancangan penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian format eksplanatori. Penentuan sampel yang dipilih adalah nonprobability sampling dengan menggunakan teknik sampling purposive dengan menggunakan metode slovin makasampel yang digunakan sebanyak 80 responden. Teknik analisis yang digunakan adalah regresi linear berganda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 1) terdapat pengaruh positif signifikan variabel Agenda Media (X1) terhadap kepercayaan (Y) dengan nilai t-hitung sebesar 4,778 dengan taraf signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$ dan 2) terdapat pengaruh positif signifikan variabel Agenda Publik (X2) terhadap kepercayaan (Y), dengan nilai t-hitung sebesar 2,584 dengan taraf signifikansi sebesar $0,012 < 0,05$. Koefisien determinasi sebesar 65,1% artinya variabel Agenda Media (X1) dan Agenda Publik (X2) mampu memberikan kontribusi, sementara sisanya sebesar 34,9% dijelaskan oleh variabel lain di luar penelitian ini.

Kata kunci : Agenda Setting, Agenda Media, Agenda Publik, Kepercayaan

1. PENDAHULUAN

Sejauh ini media masa telah berkembang pesat sebagai akibat dari perkembangan teknologi komunikasi, hal ini diawali dari penemuan mesin cetak Gutenberg hingga era internet sekarang ini. Dalam era globalisasi, teknologi yang berkembang dapat memudahkan masyarakat untuk mendapatkan informasi secara praktis dan efektif dengan mengikuti perkembangan zaman. Salah satu media yang masih bertahan di era teknologi adalah media cetak.

Dalam perkembangan zaman media cetak telah banyak berkontribusi tetapi semakin berkembangnya zaman media cetak memiliki pesaing yaitu media elektronik yang mempunyai kemampuan dalam memikat minat masyarakat secara luas. Media elektronik memiliki kelebihan yang dapat menghibur dan mudah untuk di akses sehingga media elektronik memiliki tempat di kalangan masyarakat.

Media memiliki peran besar mempengaruhi masyarakat. Agenda setting menjelaskan yaitu media massa merupakan alat kebenaran karena media massa memiliki kemampuan untuk mengirim elemen - elemen kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik serta perhatiannya kepada opini yang dianggap penting oleh media massa. Dalam penelitian ini Agenda setting berhubungan dengan tiga jenis agenda yang saling berhubungan dalam teori-teori agenda setting, yaitu agenda media, agenda publik dan agenda kebijakan pemerintah. Agenda media merupakan berita atau isu yang dibahas oleh media seperti koran, televisi dan radio. Agenda publik merupakan berita atau opini yang dianggap penting oleh publik, dan agenda kebijakan pemerintah yang merupakan opini yang diyakini oleh pencipta keputusan (seperti DPR atau pihak yang berpengaruh dalam proses legislasi) sebagai isu yang menonjol. Teori agenda setting juga

memiliki asumsi media massa menyaring berita, artikel atau tulisan yang akan disiarkan. Apa saja yang disajikan dalam media massa disebut dengan agenda media. Agenda media mempengaruhi agenda masyarakat atau agenda publik. Teori agenda setting juga menunjukkan bahwa terdapat kesamaan antara agenda media dengan agenda publik. Selanjutnya agenda media dan agenda publik dianggap memiliki hubungan dengan kepercayaan masyarakat.

Dibandingkan dengan sumber berita online yang lain, kompas.com memiliki ciri khas tersendiri dalam menyampaikan berita. Tampilan menu berita pada kompas.com terkesan elegan, formal dan lebih serius dibandingkan sumber berita online lainnya. Kompas.com memiliki konten Otomotif, Tekno, Infotainment, Blackberry corner, Kesehatan dan lainnya. Untuk menyampaikan berita informasi kompas.com selalu menuju dengan yang tidak diduga oleh khalayak, maka dari itu kompas menghimbau pembaca dengan menilai secara detail seorang pribadi yang terlibat disebuah kasus. Kompas.com dalam menyajikan berita menggunakan pilihan rubrik (Prihantoro, 2013). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah melalui media Kompas.com.

Rumusan masalah dalam penelitian ini meliputi : (1) Apakah ada pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah? (2) Apakah ada pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah?

Penelitian ini bertujuan untuk: (1) Untuk menganalisis pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. (2) Untuk menganalisis pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

37 2. METODE PENELITIAN

2.1 Jenis Penelitian

Konsep penelitian ini dengan cara pendekatan penelitian kuantitatif memiliki jenis penelitian format eksplanasi atau eksplanatori. Penelitian ini merupakan pendekatan yang menggunakan berupa data angka hasil dari jawaban survei yang dibagikan kepada sampel penelitian dan dianalisis menggunakan teknik analisis statistik.

19 mentara jenis eksplanasi, yakni jenis penelitian yang berusaha menjelaskan hubungan kausal antara variabel. Hubungan merupakan 17 elitian yang digunakan untuk mengetahui hubungan yang bersifat sebab-akibat. Jadi dalam penelitian terdapat variabel independen (variabel yang mempengaruhi) dan variabel dependen (variabel yang dipengaruhi) (Silalahi, 2009:33).

25 Metode Pengumpulan Data

Pengumpulan data menurut Sugiyono (2012:193) dapat dilakukan dengan berbagai setting, berbagai sumber, dan berbagai cara. Prosedur pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan:

1. Kuesioner.

Kuesioner sendiri memiliki pengertian sebagai pengumpulan data penelitian pada kondisi tertentu yang kemungkinannya tidak memerlukan kehadiran peneliti (Silalahi, 2009:81). Dengan kata lain yaitu menyebarkan angket yang berisi pertanyaan untuk para responden yang telah ditentukan dalam penelitian. Langkah kuesioner ini disampaikan secara langsung, dengan pendekatan langsung kepada responden tanpa mensamarkan tujuan penelitian.

2. Dokumentasi.

Data pendukung berupa dokumen, seperti jurnal, literatur-literatur buku, internet dan lain-lain.

Pada penelitian ini menggunakan skala likert

rentang lima merupakan item respons distruktur dalam lima alternatif yang menunjukkan seperti halnya sangat setuju, setuju, netral atau ragu-ragu atau bimbang, tidak setuju, dan sangat tidak setuju. Tiap respon dihubungkan dengan nilai skor atau nilai skala untuk masing-masing pernyataan.

Tabel 1

Skala Likert

Skala	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Ragu-Ragu (RR)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber: Silalahi (2009)

30 Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan uji, validitas, reliabilitas, uji asumsi klasik dan analisis statistik. 14 Dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis regresi linier berganda.

Regresi linier berganda merupakan hubungan dengan linear antara dua atau lebih variabel independen (X_1, X_2, \dots, X_n) dengan variabel dependen (Y). 36 Penelitian ini menggunakan Uji F untuk menguji secara simultan dan Uji t untuk menguji secara parsial.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Analisis Deskriptif Responden

1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Berdasarkan jenis kelamin terdiri atas dua kelompok, yaitu kelompok Pria dan Wanita. Hasil analisis data ini diperoleh presentase responden berdasarkan jenis kelamin sebagai berikut:

Tabel 2

Jenis Kelamin Responden

Jenis Kelamin	Frekuensi	Persentase
Pria	57	71,3%
Wanita	23	28,7%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian tabel 2 menunjukkan bahwa responden sedikit didominasi oleh pria dengan jumlah 57 (71,3%) dan wanita berjumlah 23 (28,7%). Hal ini diindikasikan karena berita politik di Kompas.com cenderung diminati oleh pria daripada wanita.

2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Pembaca berita online yang berbeda usia dapat mencari topik berita yang lain. Tidak sama nya usia dapat menimbulkan perbedaan selera pada tema berita. Hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan usia dapat ditunjukkan berikut:

Tabel 3
Usia Responden

Usia	Frekuensi	Persentase
<20 tahun	0	0%
20-25 tahun	76	95%
26-30 tahun	4	5%
>30 tahun	0	0%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian data Tabel 3, menunjukkan bahwa responden memiliki usia yang beragam dalam membaca berita politik pada Kompas.com. Responden terbanyak atau mayoritas pada usia 20-25 tahun, jumlah 76 orang (95%), diikuti usia 26-30 tahun sebanyak 4 orang (5%). Hal ini memang bahwa mahasiswa yang kuliah rata-rata masih di usia 20-25 tahun.

3. Karakteristik Responden Berdasarkan Durasi

Hasil angket yang telah disebarkan diperoleh hasil karakteristik responden berdasarkan durasi dalam mengakses berita mengenai pemerintah di Kompas.com dapat ditunjukkan berikut:

Tabel 4
Durasi Responden

Durasi	Frekuensi	Persentase
<1 jam	4	5,0%
1-2 jam	31	38,8%
3-4 jam	31	38,8%
>4 jam	14	17,5%
Total	80	100%

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian Tabel 4 menunjukkan bahwa durasi responden beragam dari <1 jam s/d >4 jam. Durasi mayoritas responden adalah 1-2 jam dan 3-4 jam sebanyak 31 orang (38,8%).

3.2 Analisis Regresi Linier Berganda

Hasil analisis regresi dapat dilihat dalam tabel berikut :

Berdasarkan tabel 3 di bawah ini, persamaan regresi linier berganda dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Tabel 5
Hasil Uji Regresi Linier Berganda

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3,703	1,646		2,250	,027
1 X1	,400	,084	,548	4,778	,000
X2	,282	,109	,296	2,584	,012

a. Dependent Variable: Y

Sumber: Data Primer, Diolah

Sajian tabel 5 di atas, dijelaskan persamaan regresi sebagai berikut:

$$Y=3,703+0,400X_1+0,282X_2$$

Berdasarkan persamaan di atas, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

Koefisien regresi Agenda Media (X1) sebesar 0,400 artinya jika variabel Agenda Media (X1) ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepercayaan sebesar 0,400 satuan dengan asumsi variabel Agenda Publik (X2) dianggap tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Agenda Media (X1) dengan kepercayaan (Y) mempunyai hubungan positif.

Koefisien regresi Agenda Publik (X2) sebesar 0,282 artinya jika variabel Agenda Publik (X2) ditingkatkan sebesar satu satuan maka akan meningkatkan kepercayaan sebesar 0,282 satuan dengan asumsi variabel Agenda Media (X1) dianggap tetap. Hal ini menunjukkan bahwa variabel Agenda Publik (X2) dengan kepercayaan (Y) mempunyai hubungan positif.

3.3 Pembahasan

1. Pengaruh Agenda Media Terhadap Kepercayaan

Berdasarkan hasil uji t diketahui bahwa Agenda Media berpengaruh positif signifikan terhadap kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Artinya, apabila variabel Agenda Media mengalami peningkatan maka meningkat pula kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Agenda Media dalam kategori menarik. Hal ini karena responden merasa bahwa berita Kompas.com tentang pemerintah yang dilansir merupakan isu permasalahan terkini, mudah dipahami, dan berita yang ditunggu-tunggu perkembangannya.

2. Pengaruh Agenda Publik Terhadap Kepercayaan

Pada uji t memiliki hasil dengan menunjukkan pengaruh yang positif secara signifikan Agenda Publik kepada kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Ini menunjukkan bahwa semakin penting Agenda Publik yang diinginkan maka akan meningkatkan kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden merasa berita tentang pemerintah yang dimuat di Kompas.com tidak asing baginya. Ini berarti bahwa media tidak sekedar menjadi alat membangun demokratisasi komunikasi yang sangat dikehendaki khalayak luas. Tetapi media telah menjadi alat hegemoni dimana pengelola media dapat mendesak agendanya kepada khalayak. Adanya hal tersebut membuat masyarakat percaya dengan apa yang diberitakan oleh media karena masyarakat merasakan gambaran realitas atau fakta dari peristiwa yang terjadi melalui pemberitaan media tersebut.

4. KESIMPULAN

Menurut hasil dari pembahasan dan analisis maka hal berikut dapat disimpulkan bahwa :

1. Ada pengaruh agenda media Kompas.com terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa semakin tinggi kepentingan pengelola media terhadap berita yang disajikannya maka akan meningkatkan kepercayaan khalayak atas isu yang diangkat. Dengan kata lain, apabila media pro dengan pemerintah maka khalayak akan percaya dengan terhadap pemerintah.
2. Ada pengaruh agenda publik terhadap tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah. Hal ini menunjukkan bahwa isu-isu tentang

pemerintah sesuai dengan harapan khalayak media, sehingga meningkatkan kepercayaan khalayak terhadap pemerintah.

Berdasarkan analisa yang telah dilakukan, ada beberapa saran dari peneliti yaitu :

1. Bagi Pemerintah

Sebaiknya kebijakan pemerintah lebih memperhatikan kepentingan umum bukan cenderung memaksakan kepentingan program yang dijalankan karena sebagian responden menilai bahwa pemerintah masih kurang mementingkan kepentingan umum.

2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Disarankan untuk meneliti mahasiswa komunikasi sekota Surabaya atau lebih luas lingkungannya sebagai objek penelitian berikutnya. Dengan begitu peneliti bisa mengetahui tingkat kepercayaan mahasiswa komunikasi terhadap pemerintah melalui agenda setting. Selain itu, dapat menambah media yang diteliti sehingga dapat memperoleh hasil yang lebih komprehensif agar berguna sebagai informasi dan akan mempengaruhi pembuatan kebijakan agenda politik

23

DAFTAR PUSTAKA

Ghozali, Imam. (2013). Aplikasi analisis multivariate dengan program SPSS. Semarang: Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). Teori Komunikasi. Jakarta: Salemba Empat.

Margianto, J. Heru & Syaefullah, Asep. (2012). Media Online: Antara Pembaca, Laba, dan Etika. Jakarta: Aji Indonesia

Nova, F. (2009). Crisis Publik Relations: bagaimana PR menangani krisis perusahaan. Jakarta: Grasindo.

Prihatono, H. T. (2009). Strategi Mengawal Proses Kebijakan Keamanan Nasional: Sebuah Manual untuk Masyarakat Sipil.

Jakarta: Propatria Institute.

Silalahi, Ulber. (2009). Metode Penelitian Sosial. Bandung: PT Refika Aditama.

Sugiyono. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Suprpto, T. (2009). Pengantar Teori & Manajemen Komunikasi. Yogyakarta: Media Pressindo.

Susanto, H. (2014). Communication Skills "Sukses Komunikasi, Presentasi dan Berkarier". Yogyakarta: deepublish.

Winarno, B. (2008). Globalisasi: Peluang atau Ancaman bagi Indonesia. Jakarta: Erlangga.

JURNAL

Bharad, A., Harrison, R. W., Kinsey, J., Degeneffe, D., & Ferreira, G. (2010). Analysis of Media Agenda Setting Effects on Customer Confidence in the Safety of the U.S. Food System.

Coleman, S., Anthony, S., & Morrison, D. E. (2009). Public Trust in the News A constructivist study of the social life of the news. Reuters Institute for the Study of Journalism.

Moc S. J. (2011). Attention, Attitude, and Behavior: Second-Level Agenda-Setting Effects as a Mediator of Media Use and Political Participation. Communication Research, 40 (5), 698-719.

Nugroho, A. C. (2012). Teori agenda Setting dalam Ilmu Komunikasi. INSANI, ISSN: 0216-0552 No. 12/1/Juni 2012.

Pingree, R. J., Quenette, A. M., & Dickinson, J. M. (2013). Effects of Media Criticism on Gatekeeping Trust and Implications for Agenda Setting. Journal of Communication Volume 63, Issues 2, pages 351-372, April 2013.

- Prihantoro, E. (2013). Analisis Wacana Pemberitaan Selebriti Pada Media Online. Prosiding PESAT, 5.
- Rendro. (2010). The First LSPR Communication Research Conference 2010 Beyond Borders: Communication Modernity & History. London: STIKOM The London School of Public Relations.
- Soegoto, H. (2010). Pengaruh Nilai dan Kepercayaan terhadap Loyalitas Nasabah Prioritas. Majalah Ilmiah UNIKOM Vol. 7, No. 2.
- Sulaiman, A. I. (2010). Dilema Elite Politik dan Kekuatan Media Massa. MIMBAR, Vol. XXVI, No. 2 (Desember 2010): 115-121. No. 2 (Desember 2010): 115-121.

INTERNET

- Admin Fisip. (2016). Peran Penting Mahasiswa Ilmu Komunikasi Dalam Kemajuan Pembangunan Global <http://fisip.untagsby.ac.id/index.php/informasi/magang/pengertian-dan-tujuan/47-home/375-peran-penting-mahasiswa-ilmu-komunikasi-dalam-kemajuan-pembangunan-global>
- Kompas.com
- Romli, A. S. (2014). Komunikasi Politik. <https://drive.google.com/file/d/0BxSUs0Cy-qbyS2tWbGIxRE9fSTg/view>, (diakses 2 November 2017).

PENGARUH AGENDA MEDIA KOMPAS.COM DAN AGENDA PUBLIK TERHADAP TINGKAT KEPERCAYAAN MAHASISWA KOMUNIKASI TERHADAP PEMERINTAH

ORIGINALITY REPORT

%35
SIMILARITY INDEX

%32
INTERNET SOURCES

%12
PUBLICATIONS

%19
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	eprints.uny.ac.id Internet Source	%3
2	digilib.uinsby.ac.id Internet Source	%2
3	documentstore.weebly.com Internet Source	%2
4	dspace.uii.ac.id Internet Source	%1
5	doras.dcu.ie Internet Source	%1
6	repository.uinjkt.ac.id Internet Source	%1
7	Submitted to University of Florida Student Paper	%1
8	www.jurnalkommas.com Internet Source	%1

9	stisipwiduri.ac.id Internet Source	% 1
10	anzdoc.com Internet Source	% 1
11	Submitted to University of Technology, Sydney Student Paper	% 1
12	Submitted to Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia Student Paper	% 1
13	metodepenelitian.blogspot.com Internet Source	% 1
14	docslide.us Internet Source	% 1
15	Submitted to City University of Hong Kong Student Paper	% 1
16	media.neliti.com Internet Source	% 1
17	Submitted to Udayana University Student Paper	% 1
18	prosiding.unipma.ac.id Internet Source	% 1
19	library.um.ac.id Internet Source	% 1

20	ebookdig.biz Internet Source	% 1
21	eprints.undip.ac.id Internet Source	% 1
22	www.scribd.com Internet Source	% 1
23	eprints.perbanas.ac.id Internet Source	% 1
24	Submitted to Universitas Negeri Jakarta Student Paper	% 1
25	pratikasarieka.blogspot.com Internet Source	% 1
26	repository.upi.edu Internet Source	% 1
27	Submitted to Universitas Islam Indonesia Student Paper	% 1
28	Submitted to Anglo-Chinese School (Independent) Student Paper	<% 1
29	ejournal.umm.ac.id Internet Source	<% 1
30	Submitted to Politeknik Negeri Bandung Student Paper	<% 1

31

Submitted to Universitas Negeri Surabaya The
State University of Surabaya

Student Paper

<% 1

32

digilib.uns.ac.id

Internet Source

<% 1

33

repository.unair.ac.id

Internet Source

<% 1

34

scholar.unand.ac.id

Internet Source

<% 1

35

publikasiilmiah.ums.ac.id

Internet Source

<% 1

36

digilib.stie-mce.ac.id

Internet Source

<% 1

37

docplayer.info

Internet Source

<% 1

38

repository.unhas.ac.id

Internet Source

<% 1

39

himpsijatim.org

Internet Source

<% 1

40

ejournal.stiesia.ac.id

Internet Source

<% 1

41

edoc.site

Internet Source

<% 1

-
- 42 jurnal.usu.ac.id Internet Source <% 1
-
- 43 penelitian.uisu.ac.id Internet Source <% 1
-
- 44 www.stiemahardhika.ac.id Internet Source <% 1
-
- 45 eprints.uns.ac.id Internet Source <% 1
-
- 46 Desy Ayu Cahyanti, Elva Nuraina, Anggita Langgeng Wijaya. "PENGARUH LIKUIDITAS, PROFITABILITAS, DAN LEVERAGE TERHADAP ARUS KAS MASA MENDATANG PADA PERUSAHAAN PROPERTI DAN REAL ESTATE DI BEI", Assets: Jurnal Akuntansi dan Pendidikan, 2017
Publication <% 1
-
- 47 Politische Kommunikation in der repräsentativen Demokratie der Bundesrepublik Deutschland, 2013.
Publication <% 1
-

EXCLUDE QUOTES OFF

EXCLUDE MATCHES OFF

EXCLUDE
BIBLIOGRAPHY OFF