

Duta Alumni sebagai Strategi Komunikasi Humas dalam Menjangkau Siswa Pedesaan: Studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi UNP

Gusri Rahma Dika¹, Ibnu Aprijas Maulana², Syifa Elysia Dwi Putri³, Annisa Khaylila⁴, Valensia Audhika Putri⁵, Ziankha Humairah Ziankhanaum⁶, Radithya Rizky Enda⁷, Mira Hasti Hasmira^{8*}

^{1,2,3,4,5,6,7,8}Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: mirahasti@fis.unp.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hambatan informasi siswa pedesaan dalam mengenal Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Padang (UNP) dan merumuskan strategi komunikasi humas melalui peran duta alumni. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan teknik Focus Group Discussion (FGD), wawancara mendalam, dan studi dokumen. Informan dipilih secara purposive, yaitu lima mahasiswa atau alumni Ilmu Komunikasi UNP yang berasal dari sekolah pedesaan di Sumatera Barat. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media digital membantu siswa memperoleh pengetahuan awal tentang program studi, tetapi belum cukup kuat untuk membangun keyakinan dan keputusan memilih program studi. Hambatan utama meliputi minimnya informasi formal dari sekolah, keterbatasan internet, rendahnya pengenalan masyarakat terhadap Ilmu Komunikasi, kekhawatiran keluarga, serta hambatan ekonomi dan geografis. Komunikasi interpersonal melalui alumni terbukti lebih dipercaya karena adanya kesamaan pengalaman, bahasa, dan latar sosial. Alumni dapat berperan sebagai opinion leader sekaligus jembatan kepercayaan antara kampus, siswa, dan keluarga. Penelitian ini merekomendasikan program duta alumni berbasis daerah, sosialisasi langsung ke sekolah, mentoring calon mahasiswa, serta campus expo daerah sebagai strategi humas yang lebih kontekstual untuk menjangkau siswa pedesaan.

Kata Kunci: Duta alumni; Komunikasi humas; Komunikasi interpersonal; Siswa pedesaan.

Abstract

This study aims to analyze information barriers experienced by rural students in recognizing the Communication Studies Program at Universitas Negeri Padang (UNP) and to formulate a public relations communication strategy through alumni ambassadors. This research uses a descriptive qualitative approach through Focus Group Discussion (FGD), in-depth interviews, and document study. Informants were selected purposively, consisting of five students or alumni of Communication Studies UNP who graduated from rural schools in West Sumatra. The results show that digital media helps students gain initial knowledge about the study program, but it is not strong enough to build confidence and decision-making. The main barriers include limited formal information from schools, unequal internet access, low public recognition of Communication Studies, family concerns, and economic and geographical challenges. Interpersonal communication through alumni is considered more trustworthy because of shared experiences, language, and social background. Alumni can act as opinion leaders and trust bridges between the university, students, and families. This study recommends regional alumni ambassador programs, direct school outreach, student mentoring, and regional campus expos as more contextual public relations strategies to reach rural students.

Keywords: Alumni ambassadors; Interpersonal communication; Public relations communication; Rural students.

How to Cite: Dika, G. R. et al. (2026). Duta Alumni sebagai Strategi Komunikasi Humas dalam Menjangkau Siswa Pedesaan: Studi pada Program Studi Ilmu Komunikasi UNP. *Social Empirical: Prosiding Berkala Ilmu Sosial*, Vol. 3 No. 1 Tahun 2026. (pp. 268-274). Padang: Universitas Negeri Padang.



Pendahuluan

Komunikasi pendidikan tinggi menjadi bagian penting dari kerja humas perguruan tinggi karena menentukan bagaimana calon mahasiswa memperoleh informasi tentang program studi, jalur masuk, biaya kuliah, dan prospek karier. Bagi siswa di wilayah pedesaan, informasi semacam ini tidak selalu mudah dijangkau. Keterbatasan jaringan internet, jarak geografis, serta minimnya sosialisasi langsung membuat sebagian siswa tidak memiliki gambaran yang cukup sebelum menentukan pilihan kuliah.

Kesenjangan tersebut dapat dilihat dari data Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi menurut klasifikasi wilayah. Data BPS tahun 2025 menunjukkan bahwa APK perguruan tinggi di wilayah perkotaan lebih tinggi dibandingkan wilayah pedesaan. Perbedaan ini tidak hanya menunjukkan persoalan ekonomi, tetapi juga mengindikasikan adanya ketimpangan akses informasi pendidikan tinggi.

Tabel 1. Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi Menurut Klasifikasi Desa

Karakteristik Wilayah	Angka Partisipasi (%)
Perkotaan	38,58
Pedesaan	23,14

Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS), 2025.

Dalam konteks Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Negeri Padang (UNP), hasil studi pendahuluan melalui Focus Group Discussion (FGD) dan wawancara pada 19 Mei 2026 menunjukkan bahwa siswa dari beberapa daerah pedesaan Sumatera Barat tidak selalu mendapatkan informasi yang terstruktur dari sekolah. Beberapa informan menyatakan bahwa guru Bimbingan Konseling (BK) hanya memberi arahan umum, sedangkan informasi tentang jurusan, prospek kerja, dan kehidupan kampus banyak dicari sendiri melalui internet, teman, atau alumni.

Penelitian terdahulu telah menjelaskan bahwa media sosial dapat membantu membangun kesadaran merek dan memperluas penyebaran informasi pendidikan. Namun, pendekatan digital belum selalu efektif untuk wilayah yang memiliki keterbatasan akses internet dan budaya pengambilan keputusan yang sangat dipengaruhi keluarga (West & Turner, 2018; . Pada titik inilah komunikasi interpersonal menjadi penting, terutama ketika pesan disampaikan oleh orang yang dipercaya, memiliki kesamaan latar belakang, dan memahami kondisi sosial siswa pedesaan (Suciati, 2015).

Kebaruan artikel ini terletak pada pemaknaan alumni daerah sebagai duta komunikasi humas. Alumni tidak hanya diposisikan sebagai lulusan, tetapi sebagai early adopter dan opinion leader yang dapat menjembatani informasi kampus dengan kebutuhan siswa pedesaan. Dengan menggabungkan Teori Difusi Inovasi Rogers dan konsep komunikasi interpersonal DeVito (2016), artikel ini bertujuan menganalisis hambatan informasi siswa pedesaan serta merumuskan strategi komunikasi humas berbasis duta alumni untuk meningkatkan pemahaman dan minat terhadap Program Studi Ilmu Komunikasi UNP.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berusaha memahami pengalaman siswa dan alumni dari wilayah pedesaan dalam memperoleh informasi pendidikan tinggi, bukan mengukur hubungan antar variabel secara statistik. Fokus analisis diarahkan pada saluran komunikasi, hambatan akses informasi, dan peran alumni dalam membangun kepercayaan.

Informan dipilih secara purposive dengan kriteria: mahasiswa aktif atau alumni Program Studi Ilmu Komunikasi UNP, berasal dari sekolah di wilayah pedesaan Sumatera Barat, dan pernah mengalami keterbatasan informasi sebelum memilih program studi. Berdasarkan kriteria tersebut, penelitian melibatkan lima informan utama yang mewakili karakteristik wilayah rural yang berbeda.

Tabel 2. Profil Informan Penelitian

No	Inisial	Jenis Kelamin	Asal Sekolah/Karakteristik Wilayah	Status Informan
1	I.A.M.	Laki-laki	SMAN 1 Kinali, Kab. Pasaman Barat / pedesaan agrobisnis	Mahasiswa aktif dan alumni sekolah rural
2	G.A.	Laki-laki	SMAN 2 Lubuk Basung, Kab. Agam / semi-pedalaman	Mahasiswa aktif dan alumni sekolah rural
3	R.N.J.	Perempuan	SMKN 1 Batipuh, Kab. Tanah Datar / pedesaan pegunungan	Mahasiswa aktif dan alumni sekolah rural
4	R.I.S.	Laki-laki	SMAN 1 Siberut Selatan, Kab. Kepulauan Mentawai / wilayah 3T	Mahasiswa aktif dan alumni sekolah rural
5	N.A.R.	Perempuan	SMAN 2 Sungai Limau, Kab. Padang Pariaman / pedesaan pesisir	Mahasiswa aktif dan alumni sekolah rural

Data primer dikumpulkan melalui FGD dan wawancara mendalam pada 19 Mei 2026. FGD digunakan untuk memetakan pengalaman kolektif informan terkait akses informasi, peran sekolah, penggunaan media digital, dan kebutuhan sosialisasi kampus. Wawancara mendalam digunakan untuk menggali pengalaman personal, termasuk kekhawatiran keluarga, adaptasi di kota, hambatan bahasa, serta penilaian informan terhadap efektivitas komunikasi alumni.

Data sekunder digunakan untuk memperkuat konteks penelitian, terutama data BPS tentang APK perguruan tinggi menurut klasifikasi wilayah. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Keabsahan data dijaga dengan triangulasi sumber, triangulasi teknik, dan member check terhadap beberapa pernyataan informan. Nama informan disamarkan menjadi inisial untuk menjaga etika penelitian.

Hasil dan Pembahasan

Keterbatasan Informasi Formal dan Kesenjangan Digital

Temuan penelitian menunjukkan bahwa informasi formal dari sekolah belum cukup membantu siswa pedesaan memahami Program Studi Ilmu Komunikasi UNP secara rinci. I.A.M. menjelaskan bahwa sekolah meminta siswa mencari informasi lanjutan, sementara guru BK hanya membantu mengelompokkan pilihan jurusan. G.A. juga menyatakan bahwa ia baru mengetahui Ilmu Komunikasi UNP setelah mencari sendiri informasi melalui internet.

Keterbatasan ini diperkuat oleh persoalan infrastruktur digital. R.N.J. menyebut bahwa akses internet di daerahnya hanya bergantung pada jaringan tertentu, sedangkan R.I.S. dari wilayah kepulauan menyatakan bahwa ia harus keluar kampung untuk memperoleh jaringan dan pernah meminjam telepon genggam teman. Artinya, media digital memang menjadi sumber awal informasi, tetapi tidak dapat diasumsikan menjangkau seluruh siswa rural secara merata.

Temuan tersebut sejalan dengan [Brookover et al. \(2021\)](#), yang menunjukkan bahwa calon mahasiswa generasi pertama sering memiliki akses terbatas terhadap informasi perguruan tinggi dari keluarga sehingga keterlibatan konselor sekolah, guru, keluarga, dan komunitas menjadi penting dalam membangun kesiapan kuliah. [Tieken \(2016\)](#) juga menemukan bahwa aspirasi pendidikan siswa pedesaan dibentuk oleh intensitas dan isi pembicaraan tentang perguruan tinggi di sekolah, keluarga, dan lingkungan sosial-ekonomi setempat. Dalam penelitian ini, arahan guru BK yang masih bersifat umum dan ketergantungan siswa pada pencarian mandiri memperlihatkan bahwa kesenjangan yang terjadi bukan sekadar kekurangan informasi, tetapi juga ketiadaan aktor yang mampu menerjemahkan informasi program studi sesuai dengan pengalaman dan kebutuhan siswa pedesaan.

Hasil ini sekaligus memperluas temuan [Anthony & Setianingrum \(2025\)](#) yang menunjukkan bahwa Instagram efektif memengaruhi keputusan mahasiswa dalam memilih perguruan tinggi. Pada konteks siswa pedesaan Sumatera Barat, media sosial memang berfungsi sebagai pintu masuk pada tahap pengetahuan, tetapi efektivitasnya dibatasi oleh kualitas jaringan, kepemilikan perangkat, dan kemampuan siswa menilai kelengkapan informasi. Dengan demikian, promosi digital tidak dapat diperlakukan sebagai saluran yang

berdiri sendiri; media digital perlu dihubungkan dengan pendampingan interpersonal agar informasi yang diperoleh siswa dapat diklarifikasi dan diyakini.

Tabel 3. Ringkasan Temuan Lapangan dan Makna Komunikasi

Tema Temuan	Data Lapangan Ringkas	Makna Komunikasi
Informasi sekolah belum spesifik	Informan menyebut guru BK lebih banyak memberi arahan umum dan belum menjelaskan secara rinci pilihan Program Studi Ilmu Komunikasi.	Siswa pedesaan masih mengandalkan pencarian mandiri sehingga tahap pengetahuan belum terarah.
Akses internet tidak merata	Informan dari Batipuh dan Siberut Selatan menyebut jaringan terbatas, bahkan perlu keluar kampung atau meminjam perangkat untuk mencari informasi.	Media digital penting, tetapi belum cukup menjangkau semua siswa rural.
Prodi kurang dikenal	Masyarakat desa lebih akrab dengan jurusan kependidikan atau teknik karena dianggap memiliki prospek kerja yang lebih jelas.	Informasi Prodi Ilmu Komunikasi UNP masih perlu didifusikan sebagai pengetahuan baru.
Orang tua berpengaruh	Keputusan kuliah dipengaruhi kekhawatiran biaya, keamanan, jarak, pergaulan, dan adaptasi budaya di kota.	Persuasi tidak cukup ditujukan kepada siswa, tetapi juga keluarga.
Alumni lebih dipercaya	Sosialisasi langsung, campus expo, mentoring, dan bahasa yang sederhana dinilai lebih mudah dipahami oleh siswa pelosok.	Alumni dapat menjadi jembatan kepercayaan karena memiliki kesamaan pengalaman.

Informasi Program Studi sebagai Inovasi Pengetahuan

Dalam Teori Difusi Inovasi Rogers, informasi tentang Program Studi Ilmu Komunikasi UNP dapat dipahami sebagai inovasi pengetahuan bagi masyarakat pedesaan yang belum akrab dengan bidang komunikasi. Pada tahap knowledge, siswa mulai mengetahui keberadaan program studi melalui internet, media sosial, teman, atau informasi tidak langsung dari sekolah. Akan tetapi, pengetahuan awal tersebut belum otomatis berubah menjadi keyakinan untuk memilih program studi.

Hambatan muncul pada tahap persuasion dan decision. Banyak keluarga pedesaan lebih mengenal jurusan kependidikan atau teknik karena dianggap lebih mudah dipahami dan memiliki prospek kerja yang jelas. Orang tua juga mempertimbangkan biaya hidup, keamanan, jarak, pergaulan, dan kemampuan anak beradaptasi di kota. Dengan demikian, keputusan memilih program studi tidak hanya dibuat oleh siswa, tetapi juga dipengaruhi sistem sosial keluarga.

Kuatnya pengaruh keluarga dalam temuan ini didukung oleh [Brookover et al. \(2021\)](#), yang menemukan bahwa keterlibatan keluarga dan teman menjadi pendorong penting bagi kesiapan dan keputusan melanjutkan pendidikan tinggi. [Wong et al. \(2020\)](#) juga membuktikan bahwa kredibilitas sumber, sikap, dan norma subjektif berpengaruh terhadap kesediaan calon mahasiswa menerima saran dari orang tua, teman sebaya, dan guru; sikap dan norma subjektif dalam penelitian mereka menjelaskan 49 persen variasi niat untuk mengikuti saran mengenai pilihan universitas. Karena itu, tahap persuasi dan keputusan dalam penelitian ini tidak tepat dipahami sebagai proses individual semata, melainkan sebagai negosiasi sosial antara siswa, keluarga, sekolah, dan lingkungan asal. Implikasinya, pesan humas tentang biaya, keamanan, beasiswa, prospek kerja, dan adaptasi di kota perlu ditujukan bukan hanya kepada siswa, tetapi juga kepada orang tua atau anggota keluarga yang terlibat dalam keputusan.

Alumni sebagai Jembatan Kepercayaan

Komunikasi alumni dinilai lebih efektif karena alumni memiliki kesamaan pengalaman dengan siswa pedesaan. Dalam perspektif Rogers, kesamaan latar belakang atau homophily membuat pesan lebih mudah dipercaya. Alumni yang berasal dari daerah yang sama dapat menjelaskan pengalaman kuliah dengan

bahasa yang sederhana, memberi gambaran tentang biaya dan adaptasi, serta menenangkan kekhawatiran orang tua.

Temuan ini juga sejalan dengan karakteristik komunikasi interpersonal DeVito, yaitu keterbukaan, empati, dukungan, sikap positif, dan kesetaraan. Alumni dapat berbicara sebagai orang yang pernah mengalami situasi serupa, bukan sebagai pihak kampus yang terlalu formal. Kedekatan ini menjadikan alumni sebagai trust bridge atau jembatan kepercayaan antara Program Studi Ilmu Komunikasi UNP dan calon mahasiswa dari pedesaan.

Secara empiris, penilaian informan terhadap alumni sebagai sumber yang lebih meyakinkan sejalan dengan [Wong et al. \(2020\)](#), yang menegaskan bahwa kredibilitas pemberi saran menentukan sikap calon mahasiswa dalam menerima rekomendasi tentang pilihan perguruan tinggi. [Sipilä et al. \(2017\)](#) juga menemukan bahwa komunikasi dari mulut ke mulut dapat mengurangi ambivalensi dalam proses pemilihan pendidikan tinggi; informasi positif membantu pada tahap awal, sedangkan informasi yang konkret dan rinci tetap dibutuhkan sampai mendekati keputusan akhir. Artinya, alumni tidak cukup hanya menyampaikan citra positif program studi, tetapi harus mampu memberikan penjelasan praktis tentang jalur masuk, biaya, beasiswa, kegiatan perkuliahan, prospek kerja, dan pengalaman beradaptasi.

Dalam konteks pendidikan tinggi Indonesia, [Juhaedi et al. \(2025\)](#) menunjukkan bahwa keterikatan emosional berpengaruh signifikan terhadap intensitas dan valensi komunikasi dari mulut ke mulut. Temuan penelitian ini memperluas hasil tersebut dengan menunjukkan bahwa keterikatan dan kepercayaan dapat dibangun melalui kesamaan daerah asal, bahasa, pengalaman sekolah, serta pengalaman meninggalkan kampung untuk kuliah. Kesamaan tersebut menjadikan alumni bukan hanya penyampai testimoni, tetapi opinion leader lokal yang dapat menerjemahkan pesan institusi ke dalam realitas sosial siswa. Dengan demikian, kontribusi khusus penelitian ini terletak pada penempatan alumni berbasis daerah sebagai jembatan kepercayaan antara kampus, siswa, dan keluarga pedesaan.

Strategi Komunikasi Humas Berbasis Duta Alumni

Berdasarkan temuan tersebut, strategi komunikasi humas yang disarankan bukan hanya memperbanyak unggahan media sosial, tetapi menggabungkan media digital dengan komunikasi langsung berbasis komunitas. Program duta alumni dapat dibentuk dengan memetakan alumni berdasarkan daerah asal, menyiapkan materi sosialisasi sederhana, dan melibatkan mereka dalam kunjungan sekolah atau campus expo daerah.

Materi kampanye perlu memuat penjelasan tentang profil program studi, jalur masuk, biaya, peluang beasiswa, prospek kerja, contoh kegiatan mahasiswa, dan pengalaman adaptasi di kampus. Penyampaian pesan sebaiknya menggunakan bahasa yang dekat dengan siswa serta media visual seperti poster, presentasi singkat, dan video pengalaman alumni. Strategi ini penting agar informasi tidak berhenti pada tahap mengetahui, tetapi dapat bergerak menuju keyakinan dan keputusan untuk mendaftar.

Strategi hibrida tersebut memperoleh dukungan dari beberapa riset terdahulu. [Anthony & Setianingrum \(2025\)](#) memperlihatkan kegunaan Instagram dalam promosi perguruan tinggi, sedangkan [Sipilä et al. \(2017\)](#) menegaskan pentingnya informasi interpersonal yang konkret selama proses pengambilan keputusan. [Brookover et al. \(2021\)](#) menunjukkan bahwa kesiapan kuliah lebih kuat ketika sekolah, keluarga, dan komunitas bekerja secara sinergis. Berdasarkan perbandingan tersebut, program duta alumni sebaiknya tidak berhenti pada unggahan testimoni, tetapi dirancang sebagai rangkaian komunikasi yang saling terhubung: konten digital untuk membangun pengetahuan awal, kunjungan sekolah dan campus expo untuk memperjelas informasi, sesi bersama orang tua untuk mengurangi kekhawatiran, serta mentoring alumni untuk mendampingi siswa sampai tahap pendaftaran. Integrasi inilah yang membedakan duta alumni sebagai strategi humas dari promosi perguruan tinggi yang hanya berorientasi pada penyebaran pesan.

Simpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa penyebaran informasi Program Studi Ilmu Komunikasi UNP kepada siswa pedesaan masih menghadapi hambatan berlapis, yaitu keterbatasan informasi sekolah, akses internet yang tidak merata, rendahnya pengenalan masyarakat terhadap program studi, pengaruh keluarga, serta kekhawatiran ekonomi, geografis, dan budaya. Media digital membantu siswa memperoleh pengetahuan awal, tetapi belum cukup kuat untuk membangun keyakinan dan keputusan secara optimal.

Temuan utama artikel ini adalah bahwa alumni daerah dapat berperan sebagai duta komunikasi humas yang menjembatani kebutuhan informasi siswa pedesaan. Kedekatan latar belakang sosial, bahasa, dan pengalaman membuat alumni lebih dipercaya daripada pesan digital yang bersifat umum. Secara teoretis, artikel ini memperkuat integrasi Teori Difusi Inovasi dan komunikasi interpersonal dengan

menempatkan alumni sebagai opinion leader yang membantu perpindahan dari tahap pengetahuan menuju persuasi dan keputusan.

Secara praktis, Program Studi Ilmu Komunikasi UNP dapat mengembangkan program duta alumni berbasis daerah, sosialisasi langsung ke sekolah, mentoring calon mahasiswa, dan campus expo di wilayah pedesaan. Strategi tersebut perlu dievaluasi secara berkala melalui indikator sederhana, seperti peningkatan pemahaman siswa, jumlah peserta sosialisasi, interaksi dengan alumni, dan jumlah pendaftar dari sekolah sasaran.

Rujukan

- Ahda, M. H., & Rozi, F. (2022). Strategi komunikasi dinas pariwisata dan kebudayaan Kabupaten Kampar dalam pengembangan objek wisata Ompang Sungai Sonsang. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 6(2), 145-158.
- Anthony, O. G. A., & Setianingrum, V. M. (2025). Efektivitas Instagram sebagai media promosi dan branding terhadap keputusan mahasiswa dalam memilih kampus swasta. *The Commercium*, 10(1), 60-69. <https://doi.org/10.26740/tc.v10i1.72838>
- Badan Pusat Statistik. (2025). Angka Partisipasi Kasar (APK) Perguruan Tinggi (PT) menurut klasifikasi desa. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/MTQ0NSMy/angka-partisipasi-kasar--apk--perguruan-tinggi--pt--menurut-klasifikasi-desa.html>
- Brookover, D. L., Hanley, E. M., Boulden, R., & Johnson, K. F. (2021). "I want to be a first": Student, family, and school factors influencing first-generation student college readiness. *School Community Journal*, 31(1), 41-64.
- DeVito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book (14th ed.)*. Pearson Education.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu komunikasi: Teori dan praktek*. PT Remaja Rosdakarya.
- Hariyono, H., Judijanto, L., Baka, C., Fatimah, I. F., Haryono, P., & Efitra, E. (2025). *Literasi digital dan media dalam dunia pendidikan*. PT Green Pustaka Indonesia.
- Irwandari, R. A. (2025). Peranan komunikasi interpersonal orang tua dan anak dalam memberikan pemahaman dampak pernikahan dini di lingkungan Citarum Kelurahan Sei Mencirim Kecamatan Medan Krio, Sunggal. Universitas Islam Sumatera Utara.
- Juhaidi, A., Lathifaturrahmah, L., & Hidayati, N. (2025). Unravelling the impact of consumer personal value on word of mouth in Indonesia's Islamic higher education: *The mediating role of emotional attachment*. *Sustainable Futures*, 10, 101378. <https://doi.org/10.1016/j.sfr.2025.101378>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2009). *Theories of human communication (9th ed.)*. Wadsworth Cengage Learning.
- Mailin, M., Rambe, G., Ar-Ridho, A., & Candra, C. (2022). Teori media/teori difusi inovasi. *Jurnal Guru Kita*, 6(2), 168-168.
- Mulyana, D. (2018). *Metode penelitian kualitatif: Paradigma baru ilmu komunikasi dan ilmu-ilmu sosial lainnya*. PT Remaja Rosdakarya.
- Muttaqin, M. F., Ahsani, E. L. F., & Wijayama, B. (2025). *Problematisasi pendidikan di Indonesia: Tantangan dan solusi*. Cahya Ghani Recovery.
- Purnomo, E., et al. (2022). Pengaruh aktivitas sosial media terhadap kesadaran brand dan loyalitas brand olahraga. *Jurnal Patriot*, 4(4), 287-300.
- Rahmawati, S., & Arfiansyah, M. A. (2023). Faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan penggunaan QRIS pada UMKM Kota Surakarta. *Mbia*, 22(3), 435-449.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations (5th ed.)*. Free Press.
- Rogers, E. M., & Shoemaker, F. F. (1971). *Communication of innovations: A cross-cultural approach*. Free Press.
- Sipilä, J., Herold, K., Tarkiainen, A., & Sundqvist, S. (2017). The influence of word-of-mouth on attitudinal ambivalence during the higher education decision-making process. *Journal of Business Research*, 80, 176-187. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.014>
- Tieken, M. C. (2016). College talk and the rural economy: Shaping the educational aspirations of rural, first-generation students. *Peabody Journal of Education*, 91(2), 203-223. <https://doi.org/10.1080/0161956X.2016.1151741>
- Suciati, S. (2015). *Komunikasi interpersonal: Sebuah tinjauan psikologi dan perspektif Islam*. Buku Literia.
-

-
- West, R., & Turner, L. H. (2018). *Introducing communication theory: Analysis and application (6th ed.)*. McGraw-Hill Education.
- Wong, P., Ng, P. M. L., Lee, D., & Lam, R. (2020). Examining the impact of perceived source credibility on attitudes and intentions towards taking advice from others on university choice. *International Journal of Educational Management*, 34(4), 709–724. <https://doi.org/10.1108/IJEM-06-2019-0190>