

Citra Organisasi Kemahasiswaan Fikom di Benak Mahasiswa UNISBA

¹Indra Suciati Prasetya ²Subur Drajat

^{1,2} Prodi Public Relations, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116

Email:¹indrasuciatiprasetya@gmail.com ²

Abstract. Image is the image obtained by a person based on their knowledge and understanding of the facts or reality. To know one's image of an object can be seen from his attitude towards the object. Here the authors are interested to know the image of one of the existing organization of Student Affairs at the Faculty of Communication Sciences Faculty of Communication Sciences Unisba, the BEM. The author would like to know how far the image BEM Fikom Unisba Unisba Student minds. With four aspects of Soemirat & Ardianto, perception, cognition, motivation and attitude. The purpose of this study was to determine how the perception, cognition, motivation and attitude of students towards BEM Fikom Unisba. The author uses descriptive method which depict or describe a situation or phenomenon occurs. The data collected with the questionnaire as a tool that is the main data collection, observation, interviews and literature. From the research conducted, the researchers conclude that : Firstly , in the aspect of perception, Unisba students have a high level of perception of the BEM Fikom Unisba. Secondly, on aspects of cognition, cognition level students Unisba have enough to BEM Fikom Unisba. Third, the motivational aspect, Unisba students have a high level of motivation to BEM Fikom Unisba. Fourth, in the aspect of attitude, Unisba Students have a high level of attitude towards BEM Fikom Unisba.

Keywords: Image, BEM of Fikom Unisba

Abstrak. Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui dari sikapnya terhadap objek tersebut. Disini penulis tertarik untuk mengetahui Citra dari salah satu organisasi kemahasiswaan yang ada di Fikom Unisba yakni BEM Fikom Unisba. Penulis ingin mengetahui sejauh mana Citra BEM Fikom Unisba dibenak Mahasiswa Unisba. Dengan empat aspek dari Soemirat&Ardianto yakni, persepsi, kognisi, motivasi dan sikap. Tujuan Penelitian ini yakni untuk mengetahui bagaimana persepsi, kognisi, motivasi dan sikap yang dimiliki Mahasiswa terhadap BEM Fikom Unisba. Penulis menggunakan metode deskriptif yang melukiskan atau menjabarkan suatu keadaan atau fenomena yang terjadi. Dengan teknik pengumpulan data yaitu angket sebagai alat pengumpulan data yang pokok, observasi, wawancara dan kepustakaan. Dari hasil penelitian yang dilakukan maka peneliti menarik kesimpulan bahwa: Pertama, pada aspek persepsi, mahasiswa Unisba memiliki tingkat persepsi yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Kedua, pada aspek kognisi, mahasiswa Unisba memiliki tingkat kognisi yang cukup terhadap BEM Fikom Unisba. Ketiga, pada aspek motivasi, mahasiswa Unisba memiliki tingkat motivasi yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Keempat, pada aspek sikap, Mahasiswa Unisba memiliki tingkat sikap yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba.

Kata Kunci : Citra, BEM Fikom Unisba.

A. Pendahuluan

Organisasi merupakan suatu tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama, terencana, terorganisasi, terpimpin dan terkendali. Dalam organisasi inilah kita akan memperoleh banyak ilmu dan pelajaran yang berharga yang dapat berguna di masa depan kelak. Dengan berorganisasi, kita dapat belajar mengeluarkan pendapat, menghargai pendapat orang lain, beraspirasi dan lain sebagainya.

Di dalam suatu Universitas terdapat beberapa organisasi yang mempunyai perannya masing-masing dalam setiap fakultasnya. Seperti halnya Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA (Universitas Islam Bandung) mempunyai 5 lembaga organisasi yang berperan untuk menampung aspirasi, masukan, dan keluhan dari Mahasiswa Fikom yang selanjutnya akan disinergikan dengan pihak fakultas. Lembaga organisasi yang ada di Fikom Unisba yakni DAM, BEM, HIMA PR, KMMK dan KMJ. Dalam penelitian ini, penulis akan meneliti salah satu lembaga organisasi Mahasiswa yang ada di Fikom Unisba tersebut, yakni BEM Fikom Unisba.

BEM (Badan Eksekutif Mahasiswa) Fikom adalah lembaga eksekutif di tataran Fakultas Ilmu Komunikasi. Berfungsi sebagai eksekutor yang mewadahi dan memfasilitasi Mahasiswa Fikom Unisba. Yakni dengan menyalurkan kegiatan-kegiatan Mahasiswa Fikom melalui program kerja yang dilaksanakan. BEM Fikom juga memberikan fasilitas advokasi bagi Mahasiswa yang bermasalah dengan birokrasi kampus, seperti masalah administrasi kampus, dan hal lainnya tentang birokrasi kampus. Selain itu BEM Fikom Unisba juga menaungi 3 lembaga yang ada di bawahnya yakni HIMA PR, KMJ, dan KMMK.

Dewasa ini, Mahasiswa-Mahasiswa kian apatis dalam memandang keberadaan suatu organisasi. Mengingat bahwa sebagian dari mereka menilai bahwa organisasi hanyalah suatu perkumpulan yang terkadang sulit menyatukan suatu misi ataupun visi. Hal yang dapat menyebabkan Mahasiswa menjadi kian apatis yakni tentu saja karena keberadaan organisasi yang kurang memiliki strategi yang baik dalam menarik anggota baru. Selain itu juga misi yang dimiliki oleh setiap organisasi kurang menarik, sehingga muncul citra yang kurang baik.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan oleh penulis, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: “Bagaimana Citra Organisasi Kemahasiswaan Fikom di Benak Mahasiswa Unisba?”. Menggunakan keempat aspek dari Soemirat dan Ardianto, maka penulis mengidentifikasi masalah yang akan dibahas sebagai berikut:

1. Bagaimana citra organisasi keMahasiswaan BEM Fikom dibenak Mahasiswa Unisba dilihat dari aspek *persepsi*?
2. Bagaimana citra organisasi keMahasiswaan BEM Fikom dibenak Mahasiswa Unisba dilihat dari aspek *kognisi*?
3. Bagaimana citra organisasi keMahasiswaan BEM Fikom dibenak Mahasiswa Unisba dilihat dari aspek *motivasi*?
4. Bagaimana citra organisasi keMahasiswaan BEM Fikom dibenak Mahasiswa Unisba dilihat dari aspek *sikap*?

C. Kajian Pustaka

1. Public Relations dalam Suatu Lembaga

Public Relations dalam pengertian *method of communication* merupakan rangkaian atau sistem kegiatan (*order or system of action*), yakni kegiatan komunikasi secara khas. Public Relations dalam pengertian *state of being* adalah perwujudan kegiatan berkomunikasi tersebut sehingga melembaga. (Effendy: 1993)

Pada umumnya, kegiatan Public Relations ditunjukkan pada dua jenis sasaran/publik yaitu *Public Internal* dan *Public Eksternal*. Publik Internal adalah publik yang berada di dalam organisasi dan yang dimaksud dengan publik eksternal yaitu publik yang berada di luar

organisasi. Publik internal pada lembaga pendidikan misalnya dalam lembaga pendidikan suatu universitas umumnya meliputi:

1. Publik Pimpinan (*Manager Public*)
2. Publik fakultas (*Faculty Public*)
3. Publik staff/Pegawai (*Staff Public/Employee Public*)
4. Publik Yayasan (*Foundation Public*)
5. Publik Dewan Komisaris/Pengawas atau dewan penyantun (*Trustee Public*)
6. Publik Dosen (*Lecturer Public*)
7. Publik Mahasiswa (*Student Public*)

2. Tinjauan tentang Komunikasi Organisasi

Dalam komunikasi organisasi kita berbicara tentang informasi yang berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih rendah – komunikasi ke bawah. Informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang otoritasnya lebih tinggi – komunikasi ke atas. Informasi yang bergerak diantara orang-orang yang jabatan-jabatan sama tingkat otoritasnya – komunikasi horizontal. Atau informasi yang bergerak diantara orang-orang dan jabatan-jabatan yang tidak menjadi atasan ataupun bawahan satu dengan yang lainnya dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda – komunikasi lintas saluran atau seringkali disebut komunikasi diagonal.

Pola organisasi harus memberi kemungkinan komunikasi dalam empat arah yang berbeda: ke bawah, ke atas, horizontal, dan diagonal. Karena arah-arrah komunikasi tersebut menentukan kerangka kerja dimana komunikasi dilaksanakan dalam organisasi.

Dalam komunikasi organisasi kita berbicara tentang informasi yang berpindah secara formal dari seseorang yang otoritasnya lebih rendah – komunikasi ke bawah. Informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang otoritasnya lebih rendah kepada orang yang otoritasnya lebih tinggi – komunikasi ke atas. Informasi yang bergerak diantara orang-orang yang jabatan-jabatan sama tingkat otoritasnya – komunikasi horizontal. Atau informasi yang bergerak diantara orang-orang dan jabatan-jabatan yang tidak menjadi atasan ataupun bawahan satu dengan yang lainnya dan mereka menempati bagian fungsional yang berbeda – komunikasi lintas saluran atau seringkali disebut komunikasi diagonal.

Pola organisasi harus memberi kemungkinan komunikasi dalam empat arah yang berbeda: ke bawah, ke atas, horizontal, dan diagonal. Karena arah-arrah komunikasi tersebut menentukan kerangka kerja dimana komunikasi dilaksanakan dalam organisasi.

3. Tinjauan tentang Teori Pembentukan Citra

Citra adalah kesan yang diperoleh seseorang berdasarkan pengetahuan dan pengertiannya tentang fakta-fakta atau kenyataan. Untuk mengetahui citra seseorang terhadap suatu objek dapat diketahui melalui sikapnya terhadap objek tersebut. Solomon, dalam Rakhmat, menyatakan semua sikap bersumber pada organisasi kognitif- pada informasi dan pengetahuan yang kita miliki. Tidak akan ada teori sikap atau aksi sosial yang tidak didasarkan pada penyelidikan tentang dasar-dasar kognitif. Efek kognitif dari komunikasi sangat mempengaruhi proses pembentukan citra seseorang. Citra terbentuk berdasarkan pengetahuandan informasi-informasi yang diterima seseorang. Komunikasi tidak secara langsung menimbulkan perilaku tertentu, tetapi cenderung mempengaruhi cara kita mengorganisasikan citra kita tentang lingkungan. (Danasaputra, 1995: 34 - 35)

Proses pembentukan citra dalam struktur kognitif yang sesuai dengan pengertian sistem komunikasi dijelaskan oleh John S. Nimpoeno, dalam laporan penelitian tentang tingkah laku konsumen, seperti yang dikutip Danasaputra, sebagai berikut:

- Persepsi diartikan sebagai hasil pengamatan terhadap unsur lingkungan yang dikaitkan dengan suatu proses pemaknaan. Dengan kata lain, individu akan memberikan makna terhadap rangsang berdasarkan pengalamannya mengenai rangsang.

- Kognisi yaitu suatu keyakinan diri dari individu terhadap stimulus. Keyakinan ini akan timbul apabila individu telah mengerti rangsang tersebut, sehingga individu harus diberikan informasi-informasi yang cukup yang dapat mempengaruhi perkembangan kognisinya.
- Motivasi dan sikap akan menggerakkan respons seperti yang diinginkan oleh pemberi rangsang. Motif adalah keadaan dalam pribadi seseorang yang mendorong keinginan individu untuk melakukan kegiatan-kegiatan tertentu.
- Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu. (Soemirat dan Ardianto, 2007:116)

D. Metode dan Sasaran Penelitian

Dalam pemecahan masalah yang ada, suatu penelitian dilakukan penyelidikan yang hati-hati, teratur dan terus menerus, sedangkan untuk mengetahui bagaimana seharusnya langkah penelitian harus dilakukan dengan menggunakan metode penelitian.

“Metodologi adalah proses, prinsip, dan prosedur yang kita gunakan untuk mendekati problem dan mencari jawaban. Dengan kata lain metodologi adalah suatu pendekatan umum untuk mengkaji topic penelitian” (Mulyana, 2001: 145).

Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa metode penelitian adalah cara atau tehnik untuk mencari, memperoleh, mengumpulkan atau mencatat data apapun yang digunakan untuk keperluan menyusun suatu karya ilmiah.

Jenis metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian deskriptif. Jalaluddin Rakhmat dalam bukunya yang berjudul *Metode Penelitian Komunikasi* mendefinisikan penelitian deskriptif sebagai berikut:

“..... Suatu metode yang membahas masalah dengan memaparkan, menafsirkan, dan menuliskan suatu keadaan atau peristiwa yang kemudian dianalisis serta diambil kesimpulan dari masalah yang dibahas. Penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 1997 : 14)

Alasan penulis menggunakan metodologi deskriptif adalah, karena yang diteliti disini adalah pendapat yang dikeluarkan langsung dari Mahasiswa Unisba. Penulis ingin memberikan gambaran atau deskripsi mengenai masalah tersebut, berdasarkan persepsi dari Mahasiswa Unisba.

“Teknik sampling berstrata yang digunakan dalam penelitian ini yakni teknik *Disproporsional Sampling*. Alasan penulis memilih *Disproporsional sampling*, karena jumlah sampel yang dimiliki oleh penulis tidak sama rata, maka dari itu *Disproporsional Sampling* lah teknik yang paling tepat.” (Rakhmat, 2012: 79).

Disini penulis mengambil responden dari masing-masing fakultas yang ada di Universitas Islam Bandung yakni; Syari’ah, Dakwah, Tarbiyah, Ilmu Hukum, Psikologi, MIPA, Teknik, Ilmu Komunikasi, Ekonomi, Kedokteran, Profesi Akuntansi, Profesi Kedokteran.

Dalam sampel strata *disproporsional*, dari setiap strata diambil sampel yang sebanding dengan besar setiap strata. Angka yang menunjukkan berapa persen dari setiap strata diambil disebut *pecahan sampling* (*sampling fraction*). Jumlah sampel dari keseluruhan yakni 103 orang. Sampel ini diambil dari setiap jumlah Mahasiswa pada masing-masing fakultas yang ada di Unisba, yang kemudian penulis ambil 5 % saja dari masing-masing jumlah Mahasiswa di fakultasnya.

E. Temuan Penelitian

Setelah menguraikan jawaban responden mengenai Citra Organisasi KeMahasiswaan Fikom di benak Mahasiswa Unisba. Angket penelitian yang disebarakan oleh peneliti kepada responden, terdiri dari empat sub pembahasan, yaitu:

1. Persepsi Mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba
2. Kognisi Mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba
3. Motivasi mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba
4. Sikap Mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba

Tabel Kumulatif persepsi responden terhadap BEM Fikom Unisba

NO	KETERANGAN	JUMLAH	%
1	SANGAT TINGGI	7	6,79
2	TINGGI	52	50,48
3	CUKUP	34	33
4	RENDAH	7	6,79
5	SANGAT RENDAH	3	2,91
JUMLAH		103	100%

n= 103

(sumber:angket)

5.

Berdasarkan tabel kumulatif persepsi responden terhadap BEM Fikom Unisba menunjukkan bahwa 6,79% atau 7 orang dari responden memiliki persepsi sangat tinggi, 50,48% atau 52 orang dari responden memiliki persepsi yang tinggi. Sebanyak 33% atau 34 orang dari responden memiliki persepsi yang cukup. Sebanyak 6,79% atau 7 orang dari responden memiliki persepsi yang rendah, kemudian yang terakhir yakni sebanyak 2,91% atau 3 orang dari responden memiliki persepsi yang sangat rendah terhadap BEM Fikom Unisba.

Tabel Kumulatif Kognisi responden terhadap BEM Fikom Unisba

NO	KETERANGAN	JUMLAH	%
1	SANGAT TINGGI	7	6,79
2	TINGGI	27	26,21
3	CUKUP	35	33,98
4	RENDAH	17	16,5
5	SANGAT RENDAH	17	16,5
JUMLAH		103	100%

n= 103

(sumber: angket)

Berdasarkan tabel kumulatif kognisi responden terhadap BEM Fikom Unisba menunjukkan 6,79% atau 7 orang dari responden memiliki kognisi yang sangat tinggi, 26,21% atau 27 orang dari responden memiliki kognisi yang tinggi. Kemudian 33,98% atau 35 orang dari responden memiliki kognisi yang cukup, sebanyak 16,5% atau 17 orang dari responden memiliki kognisi yang rendah, dan 16,5% atau 17 orang dari responden memiliki kognisi yang sangat rendah.

Tabel Kumulatif Motivasi responden terhadap BEM Fikom Unisba

NO	KETERANGAN	JUMLAH	%
1	SANGAT TINGGI	13	12,62
2	TINGGI	39	37,86
3	CUKUP	34	33
4	RENDAH	12	11,65
5	SANGAT RENDAH	5	4,85
JUMLAH		103	100%

n= 103

(sumber:angket)

Berdasarkan tabel kumulatif motivasi Mahasiswa terhadap BEM Fikom Unisba diatas menunjukkan sebanyak 12,62% atau 13 orang dari responden memiliki motivasi yang sangat tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Presentase terbanyak yakni sebanyak 37,86% atau 39 orang dari responden memiliki motivasi yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Sebanyak 33 % atau 34 orang dari responden memiliki motivasi yang cukup terhadap BEM Fikom Unisba. Kemudian presentase sebanyak 11,65% atau 12 orang dari responden memiliki motivasi yang rendah terhadap BEM Fikom Unisba, sedangkan presentase terendah yakni sebanyak 4,85% atau 5 orang dari responden memiliki motivasi yang sangat rendah.

Tabel Kumulatif Sikap responden terhadap BEM Fikom Unisba

NO	KETERANGAN	JUMLAH	%
1	SANGAT TINGGI	9	8,73
2	TINGGI	44	42,71
3	CUKUP	35	33,98
4	RENDAH	9	8,73
5	SANGAT RENDAH	6	5,82
JUMLAH		103	100%

n=103

(sumber:angket)

Berdasarkan tabel kumulatif sikap Mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba sebanyak 8,73% atau 9 orang dari responden memiliki sikap sangat tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Presentase tertinggi yakni sebanyak 42,71% atau 44 orang dari responden memiliki sikap yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Sebanyak 33,98% atau 35 orang dari responden memiliki sikap yang cukup terhadap BEM Fikom Unisba. Sebanyak 8,73% atau 9 orang dari responden memiliki sikap yang rendah terhadap BEM Fikom Unisba. Presentase paling rendah yakni sebanyak 5,82% atau 6 orang dari responden memiliki sikap yang sangat rendah terhadap BEM Fikom Unisba.

G. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dijelaskan dalam bab sebelumnya. Dalam bab ini, akan dijelaskan mengenai kesimpulan hasil penelitian dan analisis serta saran yang diberikan atas penelitian “Citra BEM Fikom Unisba di benak Mahasiswa Unisba.”

Dari hasil yang dilakukan dengan judul “Citra BEM Fikom Unisba di benak Mahasiswa Unisba.” maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pada aspek persepsi, Mahasiswa Unisba memiliki tingkat persepsi yang tinggi. Hasil dari kesimpulan ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang peneliti lakukan dengan cara penyebaran angket dan wawancara, presentase tertinggi yakni sebanyak 50,48 % ata 52

orang responden. Hal tersebut menunjukkan bahwa Mahasiswa Unisba memiliki persepsi yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba baik dalam aspek reputasi, prestasi, kegiatan maupun tingkah laku BEM Fikom Unisba.

2. Pada aspek kognisi, Mahasiswa Unisba memiliki tingkat kognisi yang cukup. Hasil dari kesimpulan ini dapat dilihat dari hasil penelitian yang telah peneliti lakukan sebelumnya, presentase nya yakni sebanyak 33,98% atau 35 orang responden. Jika disimpulkan, maka dalam hal ini Mahasiswa Unisba cukup mengetahui keberadaan BEM Fikom Unisba dilihat dari prestasi, reputasi, kegiatan maupun tingkah laku.
3. Pada aspek motivasi, Mahasiswa Unisba memiliki tingkat motivasi yang tinggi. Hasil kesimpulan tersebut dapat dilihat dari presentase sebanyak 37,86% atau 39 orang responden. Hasil presentase tersebut dapat menyimpulkan bahwa Mahasiswa Unisba cukup memiliki motivasi yang tinggi setelah mengetahui keberadaan BEM Fikom Unisba dilihat dari prestasi, reputasi, kegiatan maupun tingkah laku.
4. Pada aspek sikap, Mahasiswa Unisba memiliki sikap yang tinggi terhadap BEM Fikom Unisba. Hal tersebut dapat dilihat dari perolehan presentase sebanyak 33,98% atau 35 orang responden. Hal ini dapat menyimpulkan bahwa sikap Mahasiswa Unisba terhadap BEM Fikom Unisba memiliki tingkatan yang tinggi dilihat dari aspek prestasi, reputasi, kegiatan, maupun tingkah laku.

Daftar Pustaka

- Ruslan, Rosadi. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaludin. 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosadi. 2003. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendy, Prof. Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Muhammad, Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Effendy, Prof. Onong Uchjana. 1993. *Human Relations dan Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- Yulianita, Neni. 2003. *Dasar-Dasar Public Relations*. Bandung: P2U
- Harun, Rochajat. 2002. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Mandar Maju.
- Rohim, Syaiful. 2002. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Arifin, Anwar. 2008. *Opini Publik*. Jakarta: Pustaka Indonesia
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations&Media Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Susanto, Phil Astrid S, 1985. *Pendapat Umum*. Bandung: Binacipta
- Sastropoetro, R.A Santoso. 1990. *Pendapat Publik, Pendapat Umum, dan Pendapat Khalayak dalam Komunikasi Sosial*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, Anwar. 2008. *Opini Publik*. Jakarta: Pustaka Indonesia
- Rakhmat, Jalaluddin. 2008. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosdakarya.