

Pengaruh Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* dan Interaksi dengan Kelompok Rujukan terhadap Minat untuk Berwisata

Ahmad Khairul Nuzuli

Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email: ahmad.nuzuli@amikom.ac.id

ABSTRAK

Penelitian bertujuan untuk mencari pengaruh Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* dan Interaksi Dengan Kelompok rujukan terhadap Minat Pembaca untuk Berwisata. Dasar teori yang dipakai adalah teori efek media massa dan teori kelompok rujukan. Jenis penelitian ini adalah penelitian eksplanatori. Penelitian ini menggunakan teknik *Non-probability sampling* dengan metode *accidental sampling* dalam menentukan sampel. Jumlah sampel sebanyak 50 responden yang telah memenuhi kriteria pembaca *Travel. Detik.Com* di Kota Semarang. Analisis data yang digunakan adalah Regresi Linear sederhana bantuan SPSS. Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas membaca *Travel. Detik.Com* (X1) tidak memiliki pengaruh terhadap minat berwisata. Hal ini dikarenakan pembaca melakukan seleksi media massa. Sedangkan interaksi dengan kelompok rujukan memiliki pengaruh signifikan. dengan nilai Sig/signifikansi senilai 0.001 atau probabilitas lebih kecil dari 0,05 serta kontribusi pengaruh sebanyak 56%. hal ini menandakan kontribusinya tergolong tinggi.

Kata Kunci : Pariwisata, Pengaruh Media, Kelompok Rujukan

ABSTRACT

The research aims to look for the effect of Travel.Detik.Com Reading Intensity and Interaction with Groups referring to Readers' Interests for Traveling. The theoretical basis used is the theory of mass media effects and reference group theory. This type of research is explanatory research. This study uses a non-probability sampling technique with accidental sampling method in determining samples. The number of samples is 50 respondents who have met the criteria of Travel readers. Detik.Com in Semarang City. Analysis of the data used is Linear Regression for SPSS assistance. The results showed that the intensity of reading Travel. Detik.Com (X1) has no effect on interest in traveling. This is because the reader selects mass media. Whereas interactions with reference groups have a significant effect. with a Sig / significance value of 0.001 or a probability smaller than 0.05 and contribution of effect as much as 56%. this indicates a high contribution.

Keywords: *Tourism, Media effect, Reference Groups*

PENDAHULUAN

Setiap hari masyarakat selalu diterpa oleh berbagai berita dan informasi dari media massa baik media cetak, media elektronik, maupun media *online* yang memiliki nilai berita tinggi sampai yang rendah. Jurnalistik (media) *online* merupakan salah satu media massa yang

memproduksi berbagai karya jurnalistik dalam format digital yang dapat diakses melalui internet (Lukmantoro,dkk, 2014 : 3).

Travel.Detik.Com merupakan bagian dari situs *Detik.Com* yang dikelola oleh PT. Trans Corporation yang juga mengelola media penyiaran (Trans TV dan Trans 7) milik Chairul Tanjung yang diluncurkan November 2011. Sebagai media massa media *online* *Travel.Detik.Com* juga melaksanakan fungsi informasi dan kontrol sosial sebagaimana diamanatkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 1999 tentang Pers. Fungsi fungsi informasi dan hiburan ini diwujudkan melalui pemberitaan tentang informasi dan referensi bagi bagi khalayak untuk merencanakan perjalanan ke tempat yang diinginkan khalayak bisa mengakses dan menemukan berbagai cerita perjalanan wisata dan review spot wisata, seperti obyek wisata, akomodasi, transportasi, kuliner, hingga oleh-oleh yang diceritakan langsung oleh *traveler* dalam tulisan maupun foto-foto perjalanannya. (Sumber : <https://www.facebook.com/DetikTravel/about> diakses pada 26 September 2018 pukul 21.09 WIB).

Selain itu sebagai media massa *Travel.Detik.Com* diharapkan menjadi wadah untuk menyebarkanluaskan informasi mengenai pariwisata. Berdasarkan *Initial draft of Medium Term Development Plan (RPJMN)* 2015-2019 salah satu pembahasan dalam raker DPR 7 april 2015 mengenai strategi pariwisata Indonesia yaitu Pemasaran dan Promosi Pariwisata Nasional oleh media massa yang diharapkan bisa menghasilkan kedatangan wisatawan mancanegara sebanyak mungkin dan meningkatkan jumlah wisatawan nusantara. Dengan informasi yang dimuat dalam suatu media, masyarakat dapat mengetahui tempat-tempat pariwisata yang belum diketahui sebelumnya. Hal ini senada yang dikatakan Deputi Kelembagaan Kementerian Pariwisata Ahman Sya mengatakan pentingnya informasi dan berita terbaru yang akurat dari sejumlah destinasi yang tengah ditonjolkan.

"Jurnalis bisa memberikan informasi penting dan menarik bagi wisatawan yang akan berkunjung ke tempat wisata atau destinasi tujuan. Media bisa jadi peran penting pariwisata," ucap Ahman, Rabu 3 Agustus 2016. (Sumber : <http://www.viva.co.idm/haji/read/804596-kemenpar--media-bisa-jadi-peran-penting-pariwisata> diakses pada 26 September 2016 pukul 21.08 WIB).)

Travel.Detik.Com juga memiliki pembaca yang relatif banyak, yaitu rata-rata 900 *pageviewers* perhari, 461K Pengikut di Twitter, 58.330 like di Facebook (Sumber : <http://Travel.Detik.Com> diakses pada 12 Maret 2019 pukul 21.09 WIB).

Sebagai bagian dari *Detik.Com*, *Travel.Detik.Com* pada tahun 2019 juga memperoleh posisi situs berita traveling nomor dua terpopuler di Indonesia dibawah *tribunnews.com*, *liputan6.com* dua dan *Kompas.com* di posisi tiga. posisi ini diberikan oleh situs pemeringkat website dunia, Alexa Data rangkingnya sebagai berikut :

**Tabel 1.1 Website Portal Berita Terpopuler
 Di Indonesia tahun 2019 Versi Alexa.com**

Nama Portal Berita	Nilai
Tribunnews.com	Global Rank :59 / Rank in Indonesia : 1
<i>Detik.Com</i>	Global Rank : 110 / Rank in Indonesia : 5
Liputan6.com	Global Rank :174 / Rank in Indonesia : 8
Kompas.com	Global Rank :213 / Rank in Indonesia : 9

(sumber : <http://www.alexa.com/topsites/countries/Id>
 diakses pada 12 Maret 2019 pukul 22.00 WIB).

Selain itu berdasarkan survey SimilarWeb berdasarkan indikator lalu lintas pencarian dan kunjungan langsung, sebagai bagian dari *Detik.Com*, *Travel.Detik.Com* juga menduduki posisi pertama dengan nilai alexa rank 295 disusul oleh *Kompas.com* di posisi dua dengan nilai alexa rank 594 dan *Liputan6.com* di posisi tiga dengan nilai alexa rank 822 pada kategori Top Top sites for News And Media in Indonesia (Sumber :<https://www.Similarweb.com/top-websites/indonesia/category/news-and-media> diakses pada 12 Maret 2019 pukul 17.09 WIB).

Dari berbagai rangking dan survey diatas bisa disimpulkan bahwa *Travel.Detik.Com* merupakan situs yang paling populer dikunjungi di Indonesia. Hal ini juga bisa menunjukkan bahwa tingginya aktivitas khalayak dalam mengakses *Travel.Detik.Com* yang dijadikan sebagai referensi utama dalam mencari informasi sebelum melakukan perjalanan dan wisata di Indonesia. Diharapkan *Travel.Detik.Com* bisa mempengaruhi minat khalayak untuk berwisata dan melakukan perjalanan di Indonesia.

Berbeda dengan berbagai survey yang menunjukkan tingginya aktivitas khalayak dalam mencari referansi wisata dan perjalan pada *Travel.Detik.Com*. berdasarkan Rekap Wisata Nasional Tahun 2016, jumlah wisatawan dari tahun 2013 hingga 2016 cenderung fluktuatif dan mengalami penurunan.

Tabel 1.2 Rekap Wisata Nasional Tahun 2016

Tahun	Jumlah	Peningkatan
2013	8,024,876	7.66
2014	7,899,070	-1.57
2015	7,903,498	0.06

2016 6,677,918 (Jan-Okt) 1.97
Sumber : Asdep Litbangjakpar (Kemenpar) & BPS

Dalam survey ini jumlah kunjungan yang awalnya sejumlah 8,024,876 pada tahun 2013 menurun menjadi 7,899,070 pada tahun 2014, kemudian menjadi 7,903,498 pada tahun 2015. Data ini menunjukkan jumlah wisatawan dari tahun 2013 hingga 2015 cenderung fluktuatif dan mengalami penurunan, bahkan pada tahun 2016 yakni sebanyak 6,677,918 (Sumber : [http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan .asp?c=112](http://www.kemenpar.go.id/asp/ringkasan.asp?c=112) diakses pada 12 Maret 2019 pukul 23.09 WIB).

Mencari referensi dan informasi media *online* bukanlah satu-satunya hal yang mempengaruhi minat khalayak untuk berwisata dan melakukan perjalanan. Interaksi dengan keluarga dan teman sebagai kelompok rujukan juga memiliki andil untuk mempengaruhi niat seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Saat berbicara dengan keluarga dan teman, kita akan melakukan pertukaran informasi, yang bisa memberikan referensi untuk melakukan perencanaan dan referensi perjalan wisata. Termasuk pembahasan perencanaan tujuan dan biaya yang dibutuhkan. Dengan berbicara dengan keluarga dan teman kita menjadi tahu tempat apa saja yang *recommended* untuk di kunjungi. Interaksi dengan keluarga dan teman tentang wisata dan perjalan juga mempengaruhi kognisi, afeksi, dan perilaku seseorang.

Penelitian Husaen Hasan dkk (2012 : 15) mengenai Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Di Kota Tidore Kepulauan. Populasi yang dijadikan sampel dalam penelitian ini adalah wisatawan nusantara maupun mancanegara yang mengunjungi obyek wisata Kota Tidore Kepulauan selama tahun 2012 sebanyak 2781 orang. Metode yang digunakan untuk menganalisis data adalah analisis faktor dan analisis regresi linier berganda, dengan tingkat kepercayaan 95% ($\alpha = 0.05$). hasil penelitian menunjukkan faktor sosial budaya yang salah satunya dalah kelompok referansi menjadi salah satu factor yang mempengaruhi keputusan wisatawan dalam melakukan kunjungan wisata Di Kota Tidore Kepulauan dimana nilai t_{hitung} (4,843) lebih besar dari nilai t_{tabel} (1,66). Berdasarkan fakta diatas, rumusan masalah yang dirumuskan yaitu:

1. Apakah Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* berpengaruh positif terhadap Minat Pembaca untuk Berwisata ?
2. Apakah Interaksi Dengan Kelompok rujukan berpengaruh positif terhadap Minat untuk Berwisata?

Intensitas Membaca Membaca *Travel.Detik.Com*

Kartono, Kartini (1987 : 233) mengatakan bahwa Intensitas merupakan upaya yang dikerahkan dengan sepenuh tenaga untuk melakukan suatu usaha.. Dalam hal ini merujuk pada usaha individu dalam mendapatkan informasi wisata menggunakan media massa yaitu *Travel.Detik.Com*. Syamsudin, Munawar (2013 : 97) mengatakan bahwa penggunaan media massa dapat dijabarkan kedalam curahan waktu, frekuensi atau volume, dan intensitas serta jumlah media massa yang digunakan atau dimanfaatkan. erujuk dari definisi ini Intensitas membaca *Travel.Detik.Com* adalah aktivitas memperoleh informasi tentang pariwisata di *Travel.Detik.Com* yang menekankan aspek kuantitas, frekuensi pembaca.

Interaksi dengan Kelompok Rujukan

Sears dkk (2006 : 207) mendefinisikan kelompok sebagai agregat sosial dimana anggotanya saling bergantung dan setidaknya berpotensi melakukan interaksi satu sama lainnya. Josep A. Devito (2009 : 2916) mengatakan kelompok rujukan adalah kelompok di mana seseorang memperoleh nilai-nilai dan norma-norma perilaku. Kelompok rujukan digunakan sebagai standard dan dengan mana dia membandingkan diri. Kelompok rujukan mungkin saja kelompok primer dan sekunder seseorang. Melalui perbincangan di lingkup keluarga maupun pertemanan, mereka dapat berdiskusi dan melakukan pertukaran informasi tentang pariwisata. Melalui perbincangan perbincangan tersebut terdapat mereka dapat menyampaikan pandangan masing-masing anggota kelompok mengenai pariwisata. Interaksi ini memungkinkan mempengaruhi satu sama lain. Apakah mereka seharusnya berminat atau tidak untuk melakukan kegiatan berwisata.

Minat untuk Berwisata

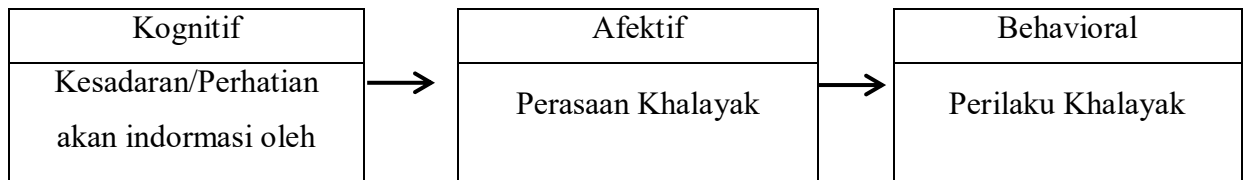
Minat seseorang terhadap suatu objek akan lebih kelihatan apabila objek tersebut sesuai sasaran dan berkaitan dengan keinginan dan kebutuhan seseorang yang bersangkutan (Sardiman, 1990: 76). Sedangkan menurut Djali (2008: 121) bahwa minat pada dasarnya merupakan penerimaan akan sesuatu hubungan antara diri sendiri dengan sesuatu di luar diri. Merujuk dari definisi para pakar tentang di atas Minat untuk Berwisata dapat dimaknai sebagai keinginan seseorang untuk melakukan kegiatan berwisata atau tidak.

Pengaruh Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* terhadap Minat untuk Berwisata

Teori yang digunakan untuk menjelaskan pengaruh variable ini adalah teori Efek Media Massa Menurut Steven H.Caffe (dalam Rakhmat, 2013 : 219), secara umum meliputi efek kognitif,afektif, dan behavioral atau perilaku. Sedangkan menurut Effendy (2013: 318-319) efek media massa yaitu:

1. Efek Kognitif Efek Kognitif adalah yang berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan atau informasi. Dalam penelitian ini efek kognitif pada pembaca adalah *Travel.Detik.Com* sebagai Media massa dan sarana komunikasi dapat menyampaikan informasi mengenai berbagai objek wisata yang bisa dijadikan referensi dan menambah pengetahuan bagi pembaca.
2. Efek Afektif adalah efek yang dimana khalayak diharapkan dapat turut merasakan perasaan iba, terharu, sedih, gembira, marah dan sebagainya. Dalam penelitian ini efek afektif pada pembaca *Travel.Detik.Com* adalah pembaca bisa menjadi senang dan bertambah semangat setelah mendapat informasi dari *Travel.Detik.Com* itu sendiri.
3. Efek Behavioral merupakan akibat yang timbul pada diri khalayak dalam bentuk perilaku, tindakan atau kegiatan.Merujuk pada perilaku nyata yang diamati yang meliputi pola-pola tindakan atau kebiasaan berperilaku

Gambar 1.1 Visualisasi Teori Efek Media Massa



Pengaruh Interaksi Kelompok Rujukan terhadap Minat untuk Berwisata

Kelompok rujukan kerap dipakai untuk menilai maupun membentuk pemikiran, kepercayaan, sikap, atau prilaku individu. Engel dkk (1994 : 170 – 175) memaparkan tiga pengaruh kelompok rujukan :

a. Pengaruh informasi

Engel (1994 : 174) menjelaskan bahwa individu kerap menerima pendapat orang lain sewaktu memberikan bukti yang dapat dipercaya dan dibutuhkan mengenai realitas. Dengan kata lain kita akan mengikuti kelompok sebagai petunjuk untuk memilih alternative informasi yang tidak jelas.

b. Pengaruh nilai ekspresif

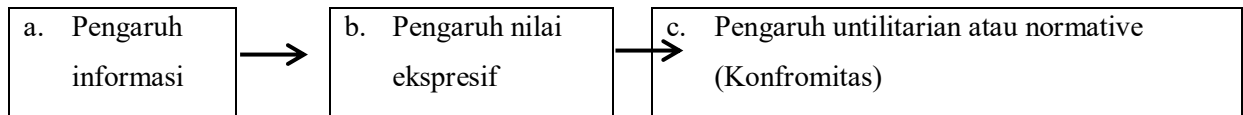
Engel (1994 : 172), pengaruh nilai ekspresif ditandai dengan adanya kebutuhan akan hubungan psikologis dengan suatu kelompok. Contohnya adalah ketika kita khawatir berselisih paham dengan kelompok dan kita ingin kelompok tempat kita berada, memperlakukan kita dengan baik.

c. Pengaruh utilitarian atau normatif

Engel (1994 : 170), pengaruh normatif adalah tekanan yang ditujukan kepada setiap kelompok untuk tunduk pada norma kelompok. Hal ini ditandai dengan kepatuhan dan motivasi dari kekuasaan pemberi sanksi berupa ganjaran dan hukuman.

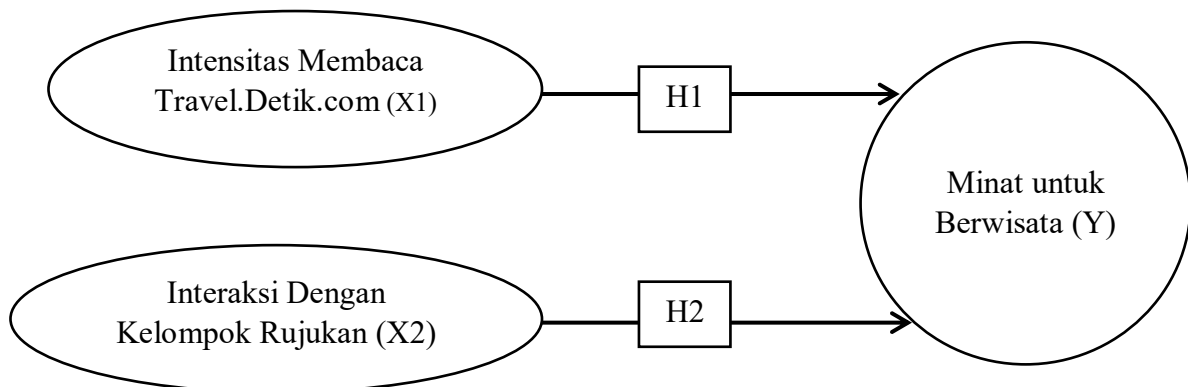
Rakhmat (2013 : 149-150) menjelaskan konformitas terjadi ketika sejumlah orang dalam kelompok mengatakan atau melakukan sesuatu, maka kecenderungan para anggota untuk melakukan hal yang sama.

Gambar 1.2 Visualisasi Teori Pengaruh Kelompok Rujukan



Hipotesis

Gambar 1.3 Visualisasi Geometri Pengaruh Antar Variabel



1. Terdapat pengaruh positif Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* terhadap Minat untuk Berwisata? (H1)
2. Terdapat pengaruh positif Interaksi Dengan Kelompok Rujukan terhadap Minat untuk Berwisata? (H2)

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif yang bertujuan untuk melihat hubungan variable terhadap obyek yang diteliti lebih bersifat sebab akibat, sehingga dalam penelitiannya ada variabel independen dan dependent. Dari variabel tersebut selanjutnya dicari pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen (Sugiyono, 2009 : 11). Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian eksplanatif yaitu menghubungkan pola-pola yang berbeda namun saling berkaitan (Prasetyo dan Jannah: 2008: 43).

Populasi

Populasi dalam penelitian ini adalah pembaca media *online Travel.Detik.Com*. Jumlah populasi tidak dapat diketahui karena tidak tersedia daftar populasi yang akurat dan tidak tersedia informasi yang lengkap mengenai ukuran populasi. Penelitian ini menggunakan teknik sampling non-probabilitas (*non-probability sampling*). Teknik ini dipilih karena tidak terdapat data valid mengenai total jumlah (populasi) pembaca media *online Travel.Detik.Com* sebagai dasar acuan, sehingga jumlah responden yang akan diteliti tidak dapat diidentifikasi/dihitung secara pasti.

Sampel

Teknik pengambilan sampel non-probabilitas yang dipilih adalah Insidental sampling atau *accidental sampling* adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan/insidental bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2009: 85). Kriteria utama sumber data penelitian ini adalah ketika orang tersebut merupakan pembaca media *online Travel.Detik.Com* di Kota Semarang.

Sampel dalam penelitian ini adalah mereka yang telah memenuhi pembaca media *online Travel.Detik.Com* di Kota Semarang. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 50 orang. Hal ini karena ukuran sampel yang layak dalam penelitian korelasional menurut Roscoe dalam (Sugiyono 2009:91) antara 30 sampai dengan 500. Dan batas minimal 30 responden sudah dianggap memiliki tingkat stabilitas yang baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengaruh Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* terhadap Minat Pembaca untuk Berwisata

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan Regresi Linear Sederhana diperoleh Sig/signifikansi tertera 0,34 atau probabilitas lebih besar dari 0,05, maka H_0 diterima dan dinyatakan Membaca *Travel.Detik.Com* (X_1) tidak berpengaruh terhadap Minat Pembaca untuk Berwisata (Y). Hasil yang tidak signifikan ini sesuai dengan teori proses selektif media massa. Menurut Morrissan (2010 :71), menjelaskan bahwa orang akan berupaya secara sadar atau tidak sadar untuk membatasi atau mengurangi ketidaknyamanan melalui tiga proses selektif (*selective processes*) yang saling berhubungan. Ketiga proses tersebut adalah sebagai berikut :

1. Penerimaan informasi selektif (*selective exposure* atau *selective attention*) sesuai dengan informasi yang dibutuhkannya. Pembaca mengatakan bahwa *Travel.Detik.Com* bukanlah sumber utama mereka dalam mencari referensi untuk berwisata. Pembaca lebih percaya terhadap akun-akun instgram yang lebih persuasif dari segi visual dalam merepresentasikan objek wisata tertentu.
2. Proses ingatan selektif, pembaca jarang mengingat informasi dan berita yang ada di *Travel.Detik.Com*. Dikarenakan pembaca kurang membaca berita secara menyeluruh. Selain itu mereka menganggap photo yang disajikan oleh *Travel.Detik.Com* kurang menarik secara visual. Hal ini membuat pembaca tidak begitu ingat informasi dari *Travel.Detik.Com*.
3. Presepsi selektif. Orang akan memberikan interpretasinya terhadap setiap pesan yang diterimanya sesuai dengan sikap dan kepercayaan yang sudah dimiliki sebelumnya. Misalnya dalam hal ini pembaca hanya mengakses berita atau informasi untuk mengisi waktu luang atau hiburan. Sehingga persepsi mereka terkait berita atau informasi tidak serta merta mempengaruhi sikap mereka untuk melakukan kegiatan berwisata.

Berwisata Pengaruh Interaksi Dengan Kelompok Minat untuk Berwisata

Berdasarkan pengujian hipotesis menggunakan Regresi Linear Sederhana diperoleh nilai signifikansi sebesar 0.001 dan persamaan regresi $Y = 36.340 + 0.234 X_2$. Oleh karena $\text{sig } 0.001 < 0.05$, maka H_0 ditolak dan dinyatakan bahwa interaksi dengan kelompok rujukan berpengaruh positif terhadap Minat untuk Berwisata. Selanjutnya, nilai R square (koefisien determinasi) sebesar 0.106. Nilai tersebut menunjukkan bahwa tingkat Minat untuk Berwisata dipengaruhi oleh interaksi dengan kelompok rujukan sebesar 56.6%, sedangkan sisanya

dipengaruhi oleh faktor-faktor lain. Interaksi dengan kelompok rujukan mempengaruhi Minat untuk Berwisata. Ketika berinteraksi dengan keluarga dan teman, kelompok tersebut dapat saling berbagi informasi mengenai objek wisata yang memberikan pengetahuan referensi, sehingga mereka terdorong ingin melakukan kegiatan wisata.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji rekresi linear disimpulkan Tidak terdapat pengaruh Intensitas Membaca *Travel.Detik.Com* terhadap Minat Pembaca untuk Berwisata. Dimana pembaca melakukan seleksi media massa terhadap. Teori ini menunjukkan bahwa pada dasarnya orang membatasi efek komunikasi massa dengan cara menyaring isi media sehingga isi media tidak mempengaruhi sikap yang signifikan pada diri individu.

Berdasarkan uji regresi linear disimpulkan interaksi dengan kelompok rujukan berpengaruh positif terhadap Minat untuk Berwisata. Ketika berinteraksi dengan keluarga dan teman, kelompok tersebut dapat saling berbagi informasi mengenai objek wisata yang memberikan pengetahuan referensi, sehingga mereka terdorong ingin melakukan kegiatan wisata.

DAFTAR PUSTAKA

- Devito, Josep A. (2009). *Human Communication : The Basic Course*. USA : Perason Education
- Djaali. (2008). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta PT. Bumi Aksara.
- Engel dkk. (1994). *Perilaku Konsumen Jilid 1 (6 th ed)*. Jakarta : Binarupa Aksara
- Husaen Hasan dkk. (2012). *Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Dalam Melakukan Kunjungan Wisata Di Kota Tidore Kepulauan*. Jurnal Jurusan Manajemen Keuangan, Sekolah Tinggi Manajemen Informatika dan Komputer (STMIK) Tidore Mandiri – Tidore
- Kartono, Kartini, Gulo, Dali.(1987). *Kamus Psikologi*. Bandung: Pionir Jaya.
- Lukmantoro,dkk. (2014).*Jurnalistik Online:Teori dan Praktik di Era Multimedia*. Semarang : Aliansi Jurnalis Independen (AJI) Semarang dan Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Diponegoro,
- Morissan, M.A.(2010) *Teori Komunikasi Massa, PT Ghalia Indonesia, Bogo*.
- Prasetyo, Bambang, Lina Miftahul Jannah (2008), *Metode Penelitian Kuantitatif: Teori dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

- Rakhmat J.(2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.
- Sears dkk. (2006). *Psikologi Sosial*. Jakarta : Erlangga
- Sudirman, A. M. (1990). *Interaksi dan Motivasi Belajar Mengajar*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung :
Alfabeta.
- Syamsudin, Munawar. (2013). *Metode Riset Kuantitatif Komunikasi*. Yogyakarta : Pustaka
Pelajar.