

## ANALISIS ISI SURAT PEMBACA YANG DITUJUKAN KEPADA PEMERINTAH KOTA BANDUNG (STUDI ANALISIS ISI PADA SURAT KABAR PIKIRAN RAKYAT PERIODE JANUARI 2013 - JUNI 2013)

**Farizky Ferbiansyah**

Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom, 2016

Email : [ferbiansyahfarizky@gmail.com](mailto:ferbiansyahfarizky@gmail.com)

### ABSTRAK

Media massa adalah salah satu aspek komunikasi yang penting, terutama pada masa sekarang ini. Melalui media massa, masyarakat dapat berkontribusi memberikan informasi penting mengenai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar. Ini sejalan dengan fungsi korelasi yang diemban media massa yakni sebagai penghubung. Seringkali berbagai kendala yang dihadapi masyarakat kota Bandung, seperti kemacetan, jalan rusak, ataupun pelayanan dari lembaga pemerintahan, memicu masyarakat kota Bandung untuk melakukan pengaduan terhadap lembaga pemerintahan terkait melalui rubrik surat pembaca pada surat kabar.

Rubrik surat pembaca memiliki kekuatan tersendiri dalam membentuk opini khalayak. Karena mampu mempengaruhi opini khalayak, banyak pembaca yang memanfaatkan surat pembaca untuk menyampaikan keluhan atau protes dan ketidakpuasan ataupun informasi lain yang biasanya berupa unek-unek dari jeleknya pelayanan suatu lembaga. Berdasarkan alasan tersebut, penelitian ini dibuat untuk mengetahui isi opini dan arah opini publik yang dominan pada rubrik surat pembaca di surat kabar Pikiran Rakyat yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung. Kategori isi opini publik terdiri dari kritik, pujian, harapan, kombinasi kritik dan pujian, kombinasi pujian dan harapan, kombinasi kritik dan harapan, dan kombinasi ketiga kategori. Sedangkan kategori arah opini publik terdiri dari favourable, netral, dan unfavourable.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode analisis isi deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengisian lembar coding yang dibuat berdasarkan kategori yang akan diteliti dan akan dinilai oleh penulis dan rekan penulis yang dipandang kredibel. Pembahasan dalam penelitian ini adalah menghitung hasil penilaian dari kedua coder sesuai dengan jumlah frekuensi kemunculan yang disebut koefisien reliabilitas dan kemudian akan ditampilkan hasil dalam bentuk persentase melalui tabel frekuensi untuk mengetahui isi dan arah opini publik mana yang dominan.

Hasil menunjukkan bahwa isi opini publik yang dominan pada rubrik surat pembaca di surat kabar Pikiran Rakyat yaitu kombinasi kritik dan harapan sebanyak 36% dan arah opini yang dominan yaitu unfavourable sebanyak 51.73%.

**Kata Kunci :** Surat pembaca, kuantitatif, opini publik

### PENDAHULUAN

Melalui media massa, masyarakat dapat berkontribusi memberikan informasi penting mengenai fenomena yang terjadi di lingkungan sekitar. Ini sejalan dengan fungsi korelasi yang diemban media massa yakni sebagai penghubung. Fungsi korelasi adalah fungsi menghubungkan bagian-

bagian dari masyarakat agar sesuai dengan lingkungannya. Dalam hal ini, peran media massa menghubungkan berbagai komponen masyarakat. Sebuah berita yang disajikan oleh reporter misalnya, akan menghubungkan narasumber (salah satu unsur bagian masyarakat) dengan pembaca

surat kabar (unsur bagian masyarakat yang lain).

Salah satu media massa yang dapat menyajikan informasi secara aktual adalah surat kabar. Isi surat kabar senantiasa apa yang benar terjadi dalam masyarakat sebagai peristiwa fisik yang menempati ruang dan waktu maupun sebagai kejadian abstrak yang mengambil tempat di dalam otak dan hati masyarakat (Liliweri, 1991:27). Surat kabar sangat berperan penting dalam memenuhi kebutuhan akan informasi, dan dianggap dapat menumbuhkan kesadaran pada masyarakat tentang program-program pemerintah dalam pembangunan di segala bidang kehidupan. Kemampuan pers dalam penyebaran informasi memang tidak diragukan lagi, pers yang berfungsi sebagai penyebar informasi dapat menyampaikan berita-berita aktual tentang kondisi pemerintahan dan pembangunan kepada masyarakat secara luas. Media massa cetak seperti surat kabar, pesannya dapat dibaca kapan dan dimana saja serta dapat diulang-ulang. Dengan demikian media cetak memiliki sifat menguasai waktu, adapun kelemahannya adalah terletak pada sistem distribusinya karena harus melalui transportasi darat, laut dan udara (Panuju, 2002: 52).

Kota Bandung tergabung kedalam wilayah Bandung Raya yang meliputi Kabupaten Bandung, Kota Cimahi, Kabupaten Sumedang, dan Kabupaten Bandung Barat. Perkembangan wilayah Bandung Raya tidak dapat dilepaskan dari keunggulan-keunggulan yang terdapat di wilayah Bandung Raya. Berdasarkan data yang dipublikasikan oleh Badan Perencanaan dan Pembangunan Daerah (Bappeda) dalam situs resminya yaitu [www.metropolitan.jabarprov.go.id](http://www.metropolitan.jabarprov.go.id) yang diakses pada tanggal 27 Januari 2014 pukul 22.34 WIB, keunggulan tersebut diklasifikasikan menjadi absolute advantage, comparative advantage, dan competitive advantage yang didominasi oleh Kota Bandung.

Berbagai kendala yang dihadapi masyarakat kota Bandung tersebut, seperti kemacetan, jalan rusak, ataupun pelayanan dari lembaga pemerintahan seringkali memicu masyarakat kota Bandung untuk melakukan pengaduan terhadap lembaga pemerintahan terkait.

Saat ini hampir seluruh media komunikasi massa cetak baik yang terbit harian, mingguan, atau bulanan menyediakan ruangan khusus untuk menampung surat-surat yang datang dari pembaca. Surat-surat tersebut mengandung pendapat, dalam hal ini opini masyarakat.

Sebagai contoh sederhana tindakan kontrol masyarakat terhadap media cetak, tindakan pengendalian dapat dilakukan dengan mengirim surat, kritik atau protes untuk dimuat pada rubrik Surat Pembaca. Melalui surat pembaca, masyarakat bebas menumpahkan uneg-unegnya.

Di satu sisi, surat pembaca merupakan sarana komunikasi yang efektif antara pembaca dan pengelola surat kabar yang bersangkutan. Keberadaan surat pembaca penting untuk memastikan kualitas dan visi surat kabar berada di jalur yang seharusnya. Jika media memberikan berita yang kurang sesuai, baik itu dari data fisik maupun perspektifnya, pembaca akan menanggapi dengan menulis surat kepada redaksi. Jika telah terbangun 'hubungan batin' antara media dan audiens, maka rubrik Surat Pembaca akan berfungsi secara maksimal.

Hal inilah yang mendasari penulis memilih rubrik surat pembaca untuk mengetahui kecenderungan opini public dalam rubrik Surat Pembaca yang dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat periode Januari 2013 - Juni 2013 yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung.

Dengan menggunakan teknik analisis isi kuantitatif deskriptif, peneliti ingin menganalisa kecenderungan opini publik dalam rubrik Surat Pembaca pada surat kabar Pikiran Rakyat pada periode Januari 2013 – Juni 2013 ditinjau berdasarkan isi opini dan arah opini

dengan melakukan kategorisasi tema-tema yang ada.

### Rumusan Masalah

1. Apakah isi opini publik yang dominan dalam rubrik Surat Pembaca yang dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat periode Januari 2013 – Juni 2013 yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung.
2. Apakah arah opini publik yang dominan dalam rubrik Surat Pembaca yang dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat periode Januari 2013 – Juni 2013 yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung.

### Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui isi opini publik yang dominan dalam rubrik Surat Pembaca yang dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat periode Januari 2013 – Juni 2013 yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung.
2. Untuk mengetahui arah opini publik yang dominan dalam rubrik Surat Pembaca yang dimuat pada surat kabar Pikiran Rakyat periode Januari 2013 – Juni 2013 yang ditujukan kepada pemerintah kota Bandung.

## KAJIAN PUSTAKA

### Komunikasi Massa

Pada dasarnya komunikasi massa adalah komunikasi melalui media massa (media cetak dan elektronik). Sebelum melangkah secara luas tentang komunikasi massa perlu diketahui arti komunikasi itu sendiri secara etimologi dikatakan bahwa istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris communication berasal dari bahasa latin communication, dan bersumber dari kata communis yang berarti sama. Sama disini maksudnya adalah sama makna

(Effendy, 2002:9). Sedangkan secara terminologi yaitu penciptaan makna antara dua orang atau lebih lewat penggunaan simbol-simbol atau tanda-tanda. Komunikasi disebut efektif bila makna yang tercipta relatif sesuai dengan yang diinginkan komunikator. (Mulyana,1999:49)

### Media Massa

Isi media massa secara garis besar terbagi atas tiga kategori: berita, opini, feature. Karena pengaruhnya terhadap massa (dapat membentuk opini publik), media massa disebut “kekuatan keempat” (The Fourth Estate) setelah lembaga eksekutif, legislatif, yudikatif. Bahkan karena idealisme dengan fungsi sosial kontrolnya media massa disebut-sebut “musuh alami” penguasa. (Romly, 2002:5). Media yang termasuk ke dalam kategori media massa adalah surat kabar, majalah, radio, TV, dan film. Kelima media tersebut dinamakan “The Big Five Of Mass Media” (lima besar media massa).

### Surat Kabar Sebagai Media Massa

Pada awalnya surat kabar sering kali diidentikan dengan pers. Namun, karena pengertian pers sudah semakin luas, dimana televisi dan radio sekarang ini sudah dikategorikan sebagai pers juga, maka muncul pengertian pers dalam arti luas dan sempit. Dalam pengertian luas, pers meliputi seluruh media massa, baik cetak maupun elektronik. Sedangkan dalam arti sempit, pers hanya meliputi media massa tercetak saja, salah satunya adalah surat kabar.

### Fungsi Surat Kabar Sebagai Media Massa

Pada jaman modern sekarang ini, surat kabar tidak hanya mengelola berita, tetapi juga aspek-aspek lain untuk isi surat kabar. Karena itu fungsi surat kabar sekarang meliputi berbagai aspek, yaitu (Effendy, 1986 : 122-123):

1. Menyiarkan informasi  
Adalah fungsi surat kabar yang pertama dan utama khalayak pembaca berlangganan atau membeli surat kabar karena memerlukan informasi mengenai berbagai hal mengenai peristiwa yang terjadi, gagasan atau pikiran orang lain, apa yang dilakukan orang lain, apa yang dikatakan orang lain dan lain sebagainya.
2. Mendidik  
Sebagai sarana pendidikan massa (Mass Education), surat kabar memuat tulisan-tulisan yang mengandung pengetahuan, sehingga khalayak pembaca bertambah pengetahuannya. Fungsi mendidik ini bisa secara implicit dalam bentuk berita, bisa juga secara eksplisit dalam bentuk artikel atau tajuk rencana. Kadang-kadang cerita bersambung atau berita bergambar juga mengandung aspek pendidikan.
3. Menghibur  
Hal-hal yang bersifat hiburan sering dimuat surat kabar untuk mengimbangi berita-berita berat (Hard News) dan artikel yang berbobot. Isi surat kabar yang bersifat hiburan bisa berbentuk cerita pendek, cerita bersambung, cerita bergambar, teka-teki silang, pojok, karikatur, tidak jarang juga berita mengandung minat insani (Human Interest) dan kadang-kadang tajuk rencana.
4. Mempengaruhi  
Mempengaruhi adalah fungsinya yang keempat yakni fungsi mempengaruhi yang menyebabkan surat kabar memegang peranan penting dalam kehidupan masyarakat. Fungsi mempengaruhi dari surat kabar secara implicit terdapat pada berita, sedang secara eksplisit terdapat pada tajuk rencana dan artikel. Fungsi mempengaruhi khusus untuk bidang perniagaan pada iklan-iklan yang dipesan oleh perusahaan-perusahaan.

### Ideologi Dalam Media Massa

Hubungan media massa dengan ideologi, menurut Athusser (Eriyanto, 2001:87-102) adalah bahwa media dalam konteks ideologi modern akan banyak berperan sebagai ideological state apparatus. Media massa berfungsi sebagai ranah dan dasar pembenaran praktek represi yang dilakukan Negara kepada para warganya. Setidaknya ada beberapa hal yang dipertimbangkan dalam memahami hubungan ideologi dengan media. Pertama, ideologi tidak terdiri dari konsep yang terpisah dan terisolasi secara social. Ideologi mengartikulasikan elemen atau unsur yang berbeda menuju perbedaan makna.

Kedua, status ideologis selalu dibuat secara individual tapi ideologi sendiri tidak selalu produk kesadaran individual. Hal ini berarti bahwa ideologi sudah ada sebelum individu ada. Ideologi bersifat aktif dalam masyarakat. Proses transformasi ideology merupakan proses kolektif. Proses ideologisasi lebih banyak berlangsung secara tidak sadar.

Ketiga, ideologi bekerja melalui konstruk social untuk posisi subyek individual dan kolektif dari keseluruhan identifikasi dan pengetahuan yang ditransmisikan dalam nilai-nilai ideologis.

### Opini Publik

Definisi opini publik oleh Leonard W. Doob dipaparkan sebagai sikap individu-individu yang tergabung dalam kelompok masyarakat yang sama mengenai sebuah persoalan tertentu (Djoenaesih, 1984:26). Sedangkan Walter Lippmann (Lippmann, 1998:26) secara spesifik menggambarkan opini publik sebagai Opini Umum dengan huruf besar yaitu gambar-gambar yang digerakkan oleh sekelompok orang atau oleh pribadi yang bertindak atas nama kelompok. Di mana gambaran-gambaran dunia di luar diri kita itu berhubungan dengan tingkah laku sesama, sejauh tingkah laku mereka itu menyangkut diri kita, tergantung pada kita, atau menarik perhatian kita, disebut sebagai urusan masyarakat umum.

### **Kecenderungan Kegiatan Opini**

Tak terbatas pada pemahaman opini publik melalui definisi-definisi ahli dan karakteristik yang menandainya, opini publik juga dipahami sebagai sebuah proses yakni proses pengungkapan makna melalui kepercayaan, nilai dan pengharapan sebagai bentuk consensus publik atas beragam persepsi individu-individu yang muncul. Dalam perjalanannya, kegiatan opini memiliki kecenderungan yang digambarkan Dan Nimmo sebagai garis tindakan (Nimmo, 2000:3). Di mana kecenderungan tidak menentukan perilaku terlebih dahulu melainkan kecenderungan adalah kecenderungan dari sebuah kegiatan yang menunjukkan garis tindakan kepada seseorang dan kecenderungan akan mengalami perubahan ketika makna dari kegiatan disusun dalam pemahaman subjektif dan diaplikasikan dalam perilaku sesuai dengan pemaknaan tersebut.

### **Surat Pembaca**

Surat pembaca adalah surat yang ditulis oleh pembaca yang dimuat dalam surat kabar/koran, tabloid, atau majalah yang berisi tanggapan, kritik, saran, keluhan, ajakan, imbauan, ucapan terima kasih, dan lain-lain. Surat pembaca merupakan surat terbuka yang isinya dapat dibaca oleh siapa saja serta dapat ditujukan kepada lembaga, pemerintah, perusahaan, kantor, perorangan, kelompok, atau organisasi. Karena surat pembaca ini ditujukan kepada siapa saja, surat pembaca ini dapat dijadikan alat untuk melakukan perubahan dan menyelesaikan permasalahan kemasyarakatan.

### **METODE PENELITIAN**

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma positivistik kuantitatif. Paradigma positivism yaitu komunikasi merupakan sebuah proses linier atau proses sebab akibat yang mencerminkan upaya pengirim pesan untuk mengubah

pengetahuan penerima pesan yang pasif (Ardianto, 2009).

Dalam penelitian ini, metode penelitian yang penulis gunakan adalah metode kuantitatif analisis isi deskriptif untuk meneliti permasalahan. Menurut Flournoy (1989:12) analisis isi adalah suatu metode untuk mengamati dan mengukur isi komunikasi.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan pengisian lembar coding yang dibuat berdasarkan kategori yang akan diteliti dan akan dinilai oleh penulis dan rekan penulis yang dipandang kredibel. Pembahasan dalam penelitian ini adalah menghitung hasil penilaian dari kedua coder sesuai dengan jumlah frekuensi kemunculan yang disebut koefisien reliabilitas dan kemudian akan ditampilkan hasil dalam bentuk persentase melalui tabel frekuensi untuk mengetahui isi dan arah opini publik mana yang dominan.

### **HASIL ANALISIS**

#### **Isi Opini yang Dominan dalam Rubrik Surat Pembaca**

Berdasarkan dari hasil penelitian, nampak bahwa masyarakat kota Bandung lebih dominan menggunakan rubrik surat pembaca sebagai sarana untuk menyalurkan kritik dan keluhan yang diiringi dengan harapan, yaitu sebanyak 36%. Hal ini menunjukkan bahwa rubrik surat pembaca cenderung banyak menyalurkan kesusahan atau permasalahan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa baik terhadap kinerja pemerintah, dan masalah pelayanan dari pemerintah kota Bandung dan orang berkecenderungan untuk mengumandangkan keluhan-keluhannya. Hal ini didukung dengan jumlah surat pembaca yang berisi tentang kritik tanpa disertai harapan dan pujian, yaitu sebanyak 28.7%.

Selain kritik, masyarakat kota Bandung juga mengungkapkan beberapa harapan dan saran agar kinerja dan pelayanan pemerintah kota Bandung menjadi lebih baik. Terdapat sebanyak 20% surat pembaca yang berisi mengenai harapan, usulan, himbauan, dan atau saran.

Pujian adalah pernyataan yang memuji dan sangat menghargai. Pujian merupakan jenis surat pembaca yang jumlahnya kecil, yaitu sebanyak 9.3% surat pembaca yang mengungkapkan pujian dan atau ungkapan terimakasih. Kombinasi dari ketiga kategori juga berjumlah sedikit yaitu 6% surat pembaca.

### **Arah Opini yang Dominan dalam Rubrik Surat Pembaca**

Berdasarkan dari hasil penelitian, nampak masyarakat kota Bandung lebih dominan menggunakan rubrik surat pembaca sebagai sarana untuk mengungkapkan tentang arah yang unfavourable yaitu sebesar 51.73%. Surat pembaca unfavourable jika isi surat pembaca bersifat tidak mendukung, yaitu dengan mencela, meremehkan, dan atau menolak. Masyarakat kota Bandung sering mengungkapkan ketidaksetujuan dan keluhannya terhadap fasilitas umum dan pelayanan pemerintah kota Bandung yang tidak sesuai dengan keinginannya.

Surat pembaca yang favourable jika isi surat pembaca bersifat mendukung, yaitu dengan memuji, menyanjung, dan atau menyetujui isu. Ada terdapat sebesar 30.34% surat pembaca yang favourable. Dan surat pembaca yang netral merupakan arah surat pembaca yang paling kecil jumlahnya, yaitu sebesar 17.93%. Surat pembaca netral jika isi surat pembaca sama sekali tidak terdapat indikasi tentang favourable atau unfavourable.

### **Pengujian Hipotesis**

Hasil uji hipotesis karakteristik responden berdasarkan isi opini, diketahui nilai Pearson chi square sebesar 1.00 lebih besar dari 0.05 sehingga terima  $H_0$  yang berarti peluang surat pembaca yang ditujukan kepada Pemerintah Kota Bandung yang berjenis keluhan, kritik, saran, pujian, kombinasi kritik dan harapan, kombinasi kritik dan pujian,

kombinasi pujian dan harapan, dan kombinasi ketiga kategori adalah sama.

Hasil uji hipotesis karakteristik responden berdasarkan arah opini, diketahui nilai Pearson chi square sebesar 0.937 lebih besar dari 0.05 sehingga terima  $H_0$  yang berarti peluang surat pembaca yang ditujukan kepada Pemerintah Kota Bandung yang mengarah sikap favourable, netral, dan unfavourable adalah sama.

### **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa yang telah dilakukan, dapat diambil kesimpulan yang dapat memberikan jawaban terhadap rumusan masalah dalam penelitian ini. Adapun kesimpulannya adalah sebagai berikut :

1. Ditinjau dari perihal isi opini surat pembaca yang sering muncul, kombinasi antara kritik dan harapan adalah yang jumlahnya paling dominan. Masyarakat kota Bandung cenderung mengungkapkan keluhan-keluhan atau kritik dan diiringi dengan harapan agar kinerja pemerintah menjadi lebih baik. Hal ini disebabkan oleh banyaknya fasilitas umum yang rusak dan pelayanan pemerintah yang kurang memuaskan. Pujian menjadi isi opini surat pembaca yang jumlahnya paling sedikit, dan tidak ada isi opini surat pembaca yang termasuk kedalam kategori kombinasi kritik dan pujian dan kombinasi pujian dan harapan. Hasil uji hipotesis karakteristik responden berdasarkan isi opini, diketahui nilai Pearson chi square sebesar 1.00 lebih besar dari 0.05 sehingga terima  $H_0$  yang berarti peluang surat pembaca yang ditujukan kepada Pemerintah Kota Bandung yang berjenis keluhan, kritik, saran, pujian, kombinasi kritik dan harapan, kombinasi kritik dan pujian, kombinasi pujian dan harapan, dan kombinasi ketiga kategori adalah sama.

2. Ditinjau dari arah surat pembaca, surat pembaca yang unfavourable cenderung lebih banyak jumlahnya jika dibandingkan surat pembaca yang favourable dan netral. Hasil uji hipotesis karakteristik responden berdasarkan arah opini, diketahui nilai Pearson chi square sebesar 0.937 lebih besar dari 0.05 sehingga terima  $H_0$  yang berarti peluang surat pembaca yang ditujukan kepada Pemerintah Kota Bandung yang mengarah sikap favourable, netral, dan unfavourable adalah sama.

## SARAN

1. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat mengkaji lebih lanjut

dengan membandingkan satu objek dengan objek lainnya, seperti membandingkannya dengan surat pembaca di surat kabar lainnya.

2. Diharapkan kepada redaksi surat kabar agar lebih banyak menampilkan jumlah surat pembaca. Hendaknya tidak menjadikan kolom surat pembaca hanya sekedar bahan bacaan saja, tetapi diharapkan ada tindakan lebih lanjut yang signifikan untuk menanggapi kritikan dan keluhan yang disampaikan oleh masyarakat.

3. Bagi masyarakat kota Bandung agar tidak berhenti menyuarakan opininya melalui rubrik surat pembaca untuk kemajuan bersama yang lebih baik kedepannya.

## DAFTAR PUSTAKA

- Ardinanto, Dr. Elvinaro. (2010). *Metode Penelitian untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro., Komala., dan Siti Karlinah. (2007). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Arikunto, Suharsimi. (2006). *Dasar-dasar Evaluasi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Dra.Djoenaesih., S. Sunarjo. (1984). *Opini Publik*. Yogyakarta: Liberty.
- Effendy, Onong Uchjana. (1984). *Ilmu Komunikasi Teoridan Praktek*. Bandung: Rosda Karya.
- Effendy, Onong Uchjana. (1993). *Ilmu, Teori & Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Effendy, Onong Uchjana. (2000). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendi, Onong Uchjana. (2002). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.
- F. Rachmadi. (1990). *Perbandingan System Pers*. Jakarta: PT Gramedia.
- Flournoy, Don Michael. (1989). *Analisa Surat Kabar Indonesia*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Junaidi, Kurniawan.(1991). *Ensiklopedi Pers Indonesia* .Jakarta : Gramedia.

- Krippendorff, Klaus. (2006). *Content Analysis: An Introduction to Its Methodology, edisi ke-2*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Liliweri, Alo. (1991). *Memahami Peran Komunikasi Massa Dalam Masyarakat*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Lippmann, Walter. (1998). *Opini Umum*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Mulyana, Dedy. (1999). *Nuansa-Nuansa Komunikasi (Meneropong Politik dan Budaya Komunikasi Masyarakat Kontemporer)*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasution, Zulkarimen. (1990). *Komunikasi Politik Suatu Pengantar*. Jakarta: Ghalia Indah.
- Nimmo, Dan. (1989). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Remadja Karya.
- Nimmo, Dan. (2000). *Komunikasi Politik: Khalayak dan Efek*. Bandung: Rosda.
- Noor, Juliansyah. (2011). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Kencana.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Oetama, Jakob. (1987). *Perspektif Pers Indonesia*. Jakarta: LP3ES.
- Panuju, Rendi. (2002). *Komunikasi Bisnis*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rahmat, Jalaluddin. (1991). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rahmat, Kriyantono. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Kencana Prenada Media Group.
- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2012). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Syamsul, Asep., M. Romli. (2002). *Jurnalistik Terapan Dan Kependulisan*. Bandung: Batic Press.
- Sekaran, Uma. (2006). *Metodologi Penelitian untuk Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat.