

Pengaruh Pemberitaan Surat Kabar Terhadap Persepsi Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi Udara di Surabaya (Kasus Studi Kecelakaan Pesawat Adam Air)

Lydia Elton¹

Abstract

Cases of aircraft accidents that have been frequently exposed in mass media both print-and-electronic media have led its news to spread expansively among societies. "Mass media have very significant effects on perceptions that can be established in minds of public in general. Media of mass communication can affect changes and have really done it, moreover if it is related to interests of a lot of people. Media are also capable of drumming up unity and public opinion on particular events".

Whereas problem formulation in the research is how effects of newspaper's news reports on aircraft accidents on perception of Air-Transportation Service User-Society in Surabaya (related to news reports around accident of Adam Air plane)? Research type that was carried out was quantitative explanation. Based on the research results, thusly conclusion could be obtained as follows: there were no significant effects between variable of newspaper's news on accident case of Adam Air on perception of air-transportation service user-society in Surabaya. Hypothesis of research 1-Ia was rejected and Ho was accepted in which it did not signify that there were no effects of newspaper's news on public perception. Furthermore, the changing public perception such as in theories according to Rivers that mass media have significant effects in determining perceptions on a particular event, it is also due to long time span between accident event and time of questionnaire distribution thusly resulting in consequential probability that public perception or passenger psychology have changed.

Keywords: *perception, newspaper's reportage*

Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan jaman, tantangan dalam dunia bisnis semakin kompleks. Globalisasi ekonomi telah menyebabkan terjadinya persaingan yang semakin tajam dalam dunia usaha, tak terkecuali dalam perusahaan penerbangan. Saat ini terdapat beragam perusahaan penerbangan

¹ **Lydia Elton, S.Sos.** Alumnus Jurusan Ilmu Komunikasi Fikom UK Petra Surabaya.

yang masing-masing bersaing untuk mendapatkan konsumen dengan jalan menawarkan berbagai macam keunggulan maupun penawaran menarik. Salah satu perusahaan maskapai penerbangan yang tetapeksis hingga saat ini ialah Adam Air. Namun akhir-akhir ini begitu banyaknya musibah kecelakaan yang menimpa jasa transportasi udara khususnya maskapai Adam Air, sehingga hal ini sungguh sangat mengecewakan masyarakat terutama pelanggan setia Adam Air. Salah satu peristiwa kecelakaan yang paling membuat masyarakat dirundung duka yang mendalam ialah ketika di awal tahun 2007 lalu, tepatnya pada tanggal 1 Januari 2007 pesawat Adam Air Boeing 737-400 dengan nomor penerbangan KI 574 jurusan Surabaya – Manado dinyatakan hilang dan saat ini tidak ada kepastian mengenai nasib korban pesawat nahas tersebut.

Dengan mulai mencuatnya kasus kecelakaan pesawat akhir-akhir ini terutama yang diberitakan oleh media massa (khususnya surat kabar) membuat cemas para calon penumpang. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap pemberitaan surat kabar tentang kecelakaan pesawat Adam Air yang terjadi berulang kali di tahun 2007 ini terutama Boeing 737-400 dengan nomor penerbangan KI 574 jurusan Surabaya – Manado, dengan alasan bahwa kecelakaan kali ini merupakan tragedi besar dalam sejarah penerbangan pesawat Adam Air. Kasus kecelakaan yang menimpa maskapai Adam Air ini tidak berhenti hanya sampai disini saja. Menyusul kecelakaan berikutnya dalam kurun waktu yang relatif singkat, yaitu pada tanggal 21 Februari 2007 ketika pesawat Adam Air Boeing 737-300 dengan nomor penerbangan KI 172 dari Jakarta – Surabaya celaka saat mendarat di Bandara Internasional Juanda Surabaya.

Adanya kasus kecelakaan pesawat sering kali diekspos di media massa baik media massa cetak maupun elektronik, sehingga beritanya tersebar luas di kalangan masyarakat. “Media massa mempunyai pengaruh yang sangat besar terhadap persepsi yang dapat terbentuk di pikiran khalayak umum. Media komunikasi massa dapat dan memang telah mempengaruhi perubahan, apalagi jika itu menyangkut kepentingan orang banyak. Media juga mampu menggalang persatuan dan opini publik terhadap peristiwa tertentu” (Rivers, 2004, p. 41).

Surat kabar memberitakan informasi secara akurat juga membeberkan detail peristiwa berdasarkan hari per hari (mengikuti kemajuan berita tersebut). Selain itu, surat kabar juga memiliki kelebihan yaitu terdokumentasi sehingga dapat dicari lagi apabila sewaktu-waktu diperlukan. Surat kabar memiliki jangkauan yang luas, terbit setiap hari sehingga dapat dengan mudah menyebar ke daerah-daerah secara serentak dan efektif. Dari alasan tersebut, peneliti menggunakan media surat kabar

dengan harapan agar setiap responden yang nantinya akan menjadi objek penelitian telah membaca berita tentang kecelakaan pesawat Adam Air di surat kabar manapun. Oleh sebab itu, peneliti memutuskan untuk melakukan penelitian tentang pemberitaan surat kabar dan pengaruhnya kepada persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya (sebagai kasus studinya yaitu kecelakaan pesawat Adam Air). Adapun waktu penyebaran kuesioner dalam penelitian ini adalah pada bulan Mei minggu pertama.

Rumusan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang masalah di atas, maka penelitian ini ditujukan untuk mengetahui :

Bagaimana pengaruh pemberitaan surat kabar tentang kecelakaan pesawat udara terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya (terkait pemberitaan seputar kecelakaan pesawat Adam Air)?

Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

Ingin mengetahui pengaruh pemberitaan surat kabar tentang kecelakaan pesawat udara terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya (terkait pemberitaan seputar kecelakaan pesawat Adam Air).

Batasan Penelitian

Penelitian dilakukan pada :

- Masyarakat yang pernah membaca surat kabar dan mengetahui kasus kecelakaan pesawat Adam Air sejak bulan Januari hingga bulan April tahun 2007.
- Masyarakat yang tinggal di Surabaya yang berusia 21 tahun ke atas dengan asumsi bahwa masyarakat dewasa yang berusia 21 tahun ke atas lah yang pada umumnya mengambil keputusan untuk membeli tiket pesawat
- Masyarakat di Surabaya yang pernah menggunakan jasa penerbangan maskapai penerbangan apapun (tidak terbatas hanya untuk pengguna Adam Air).

Penelitian dilakukan sebatas pada pengaruh pemberitaan surat kabar terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya (terkait dengan kasus kecelakaan pesawat Adam Air pada tanggal 1 Januari 2007, 21 Februari 2007 dan terakhir tanggal 8 April 2007).

Landasan Teori

Komunikasi Massa

Definisi dan komunikasi massa yaitu :

Menurut Joseph A. Devito dalam bukunya. *Communicologi: An Introduction to the Study of communication*:

“Komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan.”

(Effendy, 2006, p.21)

Media Massa

Media cetak yang bersifat komersial, misalnya surat kabar harian, tabloid, majalah berita atau hiburan yang terbitannya secara berkala mingguan dan bulanan, tersebar luas dan dibaca oleh masyarakat umum.

- Kelebihan media berita (*news media*): Harga murah, berita menyeluruh, lengkap dan dapat menyebar secara cepat serta efektif, jangkauannya luas mencakup para pembaca yang tersebar di berbagai tempat dalam waktu yang bersamaan.
- Kelemahannya: Komunikasi searah, umur atau jangka waktu berlakunya relatif pendek (*short life span*).

(Ruslan, 2005, p.188-189)

Surat Kabar

Definisi dan surat kabar yaitu :

“Media komunikasi massa yang diterbitkan secara berkala dan bersenyawa dengan kemajuan teknologi pada masanya dalam menyajikan tulisan berupa berita, *feature*, pendapat, cerita rekaan (fiksi), dan bentuk karangan yang lain. Tujuan dasar surat kabar adalah memperoleh berita dari sumber yang tepat untuk disampaikan secepat dan selengkap mungkin kepada para pembacanya” (Ensiklopedi. 1991. p.431).

Berita (News)

Menurut Dr. Willard G. Bleyer mendefinisikan berita adalah :

“Segala sesuatu yang hangat dan menarik perhatian sejumlah pembaca, dan berita yang terbaik ialah berita yang paling menarik perhatian bagi jumlah pembaca yang paling besar.”

(Suhandang, 2004, p.103)

Untuk menyajikan berita yang bernilai tinggi dan dapat merangsang bangkitnya perhatian orang banyak, Frasser Bond (1961:80) mencatat empat faktor utama :

1. Ketepatan waktu (*timeliness*)
2. Kedekatan tempat kejadian (*proximity*)
3. Besarnya (*size*)
4. Kepentingan (*importance*)

(Suhandang, 2004)

Persepsi

“Persepsi adalah inti komunikasi. Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi seseorang tidak akurat, tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsi adalah yang menentukan seseorang memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain” (Mulyana, 2000, p.167-168).

Proses persepsi dibagi menjadi tiga aspek persepsi, yaitu penyeleksian, pengorganisasian, dan penginterpretasian dari rangsangan (Schiffman; Lazar 2000, p. 131-138).

1. *Perceptual Selection*

Menurut Schiffman dan Lazar, ada empat konsep yang menjadi perhatian penting dan persepsi selektif yaitu :

- *Selective Exposure*
- *Selective Attention*

Perhatian dipengaruhi oleh faktor-faktor berikut ini : (Mulyana, 2000)

- ❖ Gerakan
- ❖ Ukuran dan intensitas stimuli
- ❖ Kontras
- ❖ Kebaruan
- ❖ Perulangan
- ❖ *Perceptual Defense*
- ❖ *Perceptual Blocking*

2. *Perceptual Organization*

Adapun pengorganisasian stimuli dilakukan dalam tiga bentuk, yaitu:

- a. *Figure dan Ground*
- b. *Grouping*
- c. *Closure*

3. *Perceptual Interpretation*

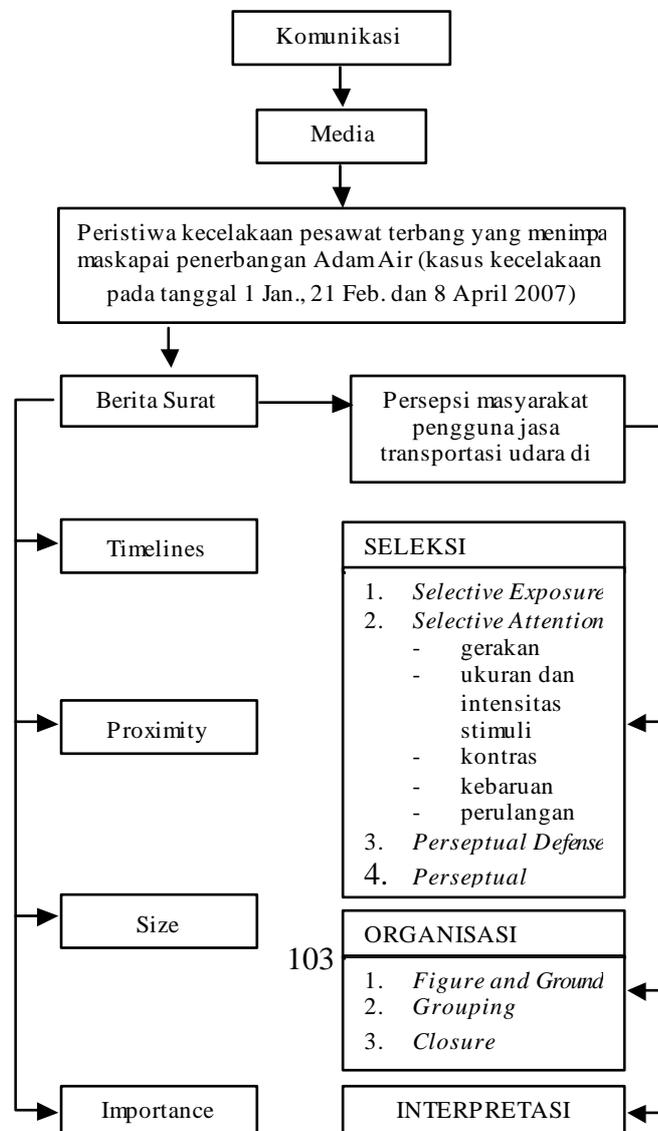
Nisbah antar Konsep

Media massa menjadi penting karena memang memiliki kekuatan. Bukan sekedar mampu menyampaikan pesan kepada jutaan khalayak

sekaligus. Tetapi lebih karena media menjalankan fungsi mendidik, mempengaruhi, menginformasikan dan menghibur. Dengan fungsi seperti itu maka media massa memiliki potensi untuk membangkitkan kesadaran, mengubah sikap, pendapat atau persepsi masyarakat terhadap suatu hal. Persepsi masyarakat karena pengaruh pemberitaan media massa (dalam hal ini surat kabar) bisa berubah menjadi positif ataupun negatif tergantung dan bagaimana pikiran yang terbentuk di benak masyarakat setelah mendapat informasi tentang suatu objek.

Masyarakat Surabaya saat ini banyak menggunakan fasilitas jasa penerbangan udara sebagai sarana transportasi kemana pun. Masyarakat tertarik untuk menanggapi berita tentang Adam Air ini karena berita yang ditampilkan di surat kabar ialah berita yang terbaru dan sesuatu yang baru itu biasanya selalu menarik perhatian publik.

Kerangka Pemikiran



Hipotesis

Berawal dari permasalahan yang ada, maka hipotesis yang diajukan ialah : diduga bahwa pemberitaan surat kabar mengenai kecelakaan pesawat Adam Air berpengaruh terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya.

Metode Penelitian

Definisi Konseptual

Pemberitaan Surat Kabar

Persepsi Masyarakat Pengguna Jasa Transportasi Udara

Definisi Operasional

Untuk menguji hipotesis dan mengukur variabel yang digunakan dalam penelitian ini, sekaligus menghindari terjadinya kesalahpahaman atau perbedaan pandangan dalam mendefinisikan variabel yang dianalisis, maka diberikan definisi operasional sebagai berikut:

1. Variabel X: Pemberitaan surat kabar
2. Variabel Y: Persepsi, ialah suatu proses dimana kita sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Persepsi ialah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang lain.

Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif eksplanasi.

Jenis dan Sumber Data

1. Data Primer

Sumber data primer ini adalah sumber data pertama dimana sebuah data dihasilkan. Dalam penelitian ini data primer adalah hasil kuesioner yang dibagikan pada responden yang pernah membaca surat kabar mengenai peristiwa kecelakaan pesawat Adam Air dan responden tersebut harus merupakan masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya, serta berusia minimal 21 tahun.

2. Data Sekunder

Data perusahaan yang dimaksud adalah dari perusahaan Adam Air: PT AdamSky Connection, juga dan PT (Persero) Angkasa Pura I Bandar Udara Juanda Surabaya. Selain dari data-data perusahaan, data sekunder juga akan didapatkan melalui studi literatur buku-buku referensi resmi.

Populasi dan Sampel

Peneliti menentukan gambaran populasinya adalah masyarakat yang berada di Surabaya yang telah berumur 21 tahun ke atas, dan juga merupakan pengguna jasa transportasi udara di Surabaya yaitu sebanyak 8.558.398 orang selama tahun 2006 ("Data Jumlah Penumpang", 2006).

Sedangkan untuk sampelnya adalah masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya yang pernah membaca berita di surat kabar mengenai kecelakaan pesawat Adam Air periode bulan Januari-April 2007.

Teknik Penarikan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pengambilan *purposive* sampling (sampling purposif) dan *Quota* sampling (sampling kuota). Jumlah penumpang yang berangkat (*departure*) selama tahun 2006 dari bandara Juanda Surabaya ialah sebesar 4.117.559, sedangkan jumlah penumpang yang datang (*arrival*) di bandara Juanda Surabaya ialah sebesar 4.440.839.

Untuk menentukan jumlah sampel yang akan diambil, maka digunakan rumus Slovin sehingga didapatkan hasilnya yaitu sebanyak 400 responden yang akan diteliti.

Pembagian sampel berdasarkan *Quota Sampling*:

1. Untuk penumpang yang datang di bandara Juanda Surabaya:

$$\text{Datang} = \frac{4.440.839}{8.558.398} \times 400 = 207,55 \approx 208 \text{ penumpang}$$

2. Untuk penumpang yang berangkat dari bandara Juanda Surabaya:

$$\text{Datang} = \frac{4.117.559}{8.558.398} \times 400 = 192,44 \approx 192 \text{ penumpang}$$

Metode Pengukuran Data

Range jawaban yang akan digunakan adalah dengan nilai tertinggi 4 dan nilai terendah 1, untuk respon sangat setuju, setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju. Respon netral sengaja dihilangkan oleh peneliti, sehingga responden benar-benar dapat menunjukkan sikap ataupun pendapatnya terhadap pernyataan yang diajukan dalam kuesioner. Hal ini dilakukan untuk menghindari kesalahan (*error*) dalam melakukan skala likert yaitu kesalahan kecenderungan menengah (*error central tendency*).

Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini terdiri dari:

1. Kuesioner

2. Wawancara

Teknik Analisa Data

Data-data yang diperoleh dari penyebaran kuesioner akan diolah dengan menggunakan program *SPSS 15.00 for Windows*. Sedangkan metode analisa data yang dilakukan adalah analisa regresi linear sederhana.

Temuan dan Pembahasan

Dan hasil penelitian ini dapat diketahui persamaan regresi sederhana yang diperoleh adalah sebagai berikut:

$$Y = 58,179 - 0,030 X$$

Untuk menggambarkan masing-masing parameter tersebut, maka dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. $A = 58,179$

Koefisien konstanta (a) sebesar 58,179 menunjukkan besaran variabel terikat Y (persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya) apabila variabel berita surat kabar tidak mengalami perubahan (X_0) adalah konstan. Jadi, besar persepsi sebelum adanya berita di surat kabar tentang kecelakaan ini adalah sebesar 58,179. Besarnya angka ini dipengaruhi oleh faktor-faktor lainnya seperti layanan, harga, produk dan maskapai Adam Air ataupun kebutuhan masyarakat yang berbeda-beda.

2. $B = -0,030X$

Koefisien regresi berita surat kabar (b) sebesar -0,030 menunjukkan bahwa jika X naik satu satuan, maka variabel terikat Y akan turun sebesar -0,030. Koefisien regresi ini menunjukkan adanya hubungan yang negatif yang artinya semakin besar karakteristik berita surat kabar, maka persepsi akan turun semakin rendah. Maksudnya ialah semakin sering pemberitaan kecelakaan pesawat, maka semakin buruk juga persepsi masyarakat.

Angka sebesar -0,030 ini bisa dikatakan kecil karena ternyata masih ada faktor-faktor lain yang mempengaruhi persepsi selain berita surat kabar. Masyarakat masih mau menggunakan jasa maskapai Adam Air setelah membaca berita tentang kecelakaan ini karena adanya faktor harga dan lain-lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

Pada masa bisnis penerbangan memasuki masa *peak season* (liburan sekolah) terjadi lonjakan penumpang melalui Bandara Juanda Surabaya. Sejumlah maskapai mulai meningkatkan frekuensi penerbangannya. Maskapai Adam Air telah menambah penerbangan Surabaya-Jakarta dan semula 8 flight per hari menjadi 10 kali per hari. Penambahan dilakukan sejak

ada peningkatan penumpang pada tanggal 17 Juni yang lalu. Jumlah penumpang Adam Air juga meningkat rata-rata menjadi 2.020 orang per hari dan semula 1.600 orang per hari ("Libur, Maskapai", 25 Juni 2007). Hal ini membuktikan bahwa masyarakat di Surabaya tidak terpengaruh secara signifikan atas pemberitaan buruk di media surat kabar mengenai kecelakaan maskapai Adam Air yang terjadi di awal tahun 2007 ini.

Selain itu, faktor waktu juga sangat berpengaruh terhadap perubahan persepsi yang terbentuk di benak masyarakat. Kasus kecelakaan maskapai Adam Air yang paling tragis ialah pada tanggal 1 Januari 2007, sedangkan penyebaran kuesioner dalam penelitian ini dilakukan pada minggu pertama bulan Mei 2007. Sehingga besar kemungkinan karena rentang waktu yang terlalu lama itulah, masyarakat sudah terbiasa dengan maraknya kasus kecelakaan yang sering terjadi di Indonesia setelah kejadian kecelakaan pesawat Adam Air tersebut. Dengan adanya berita saat terjadinya kecelakaan yang menimpa maskapai Garuda Indonesia yang umumnya dikenal sebagai maskapai yang berkelas dan lebih terjamin kualitasnya (kejadian tanggal 7 Maret 2007), hal ini telah membentuk suatu gambaran baru bahwa kecelakaan pesawat bisa terjadi pada maskapai manapun sehingga masyarakat tidak terlalu takut lagi akan menggunakan maskapai apa saja termasuk maskapai Adam Air. Hal ini sesuai dengan salah satu faktor pembentuk persepsi yaitu berita yang berkembang, dimana melalui berita yang berkembang di masyarakat melalui media massa dapat mempengaruhi terbentuknya persepsi pada benak khalayak (Kasali, 1994, p.21).

Setelah melakukan analisis korelasi terhadap dua variabel penelitian, kemudian dilakukan pembuktian hipotesis. Hasil analisis korelasi menyatakan bahwa pengaruh yang terbentuk antara variabel pemberitaan surat kabar dengan persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya adalah negatif dengan angka koefisien korelasi sebesar -0,021 dan koefisien regresi sebesar -0,030

Untuk menguji tingkat signifikansi hasil analisis di atas maka dapat dilakukan dengan menggunakan uji t dengan ketentuan bahwa:

1. Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ berarti H_0 diterima dan H_a ditolak
2. Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ berarti H_0 ditolak dan H_a diterima

Rumus yang digunakan dalam pembuktian hipotesis adalah:

$$T_{hitung} = \frac{r \sqrt{n-2}}{\sqrt{1-(r^2)}}$$

Berdasarkan rumus tersebut hasil yang didapat dan t_{hitung} adalah -0,417, sedangkan t_{tabel} dengan tingkat signifikansi 5% dalam penelitian ini adalah 1,966 dengan demikian $t_{hitung} < t_{tabel}$. Derajat kebebasan yang digunakan

adalah $n - k - 1 = 400 - 2 - 1 = 397$. Artinya, hasil penelitian menunjukkan bahwa pemberitaan surat kabar tidak mempunyai pengaruh terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya. Berarti hipotesis yang ada dalam penelitian ini ditolak.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil dan penelitian maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

Tidak ada pengaruh yang signifikan antara variabel berita surat kabar mengenai kasus kecelakaan pesawat Adam Air terhadap persepsi masyarakat pengguna jasa transportasi udara di Surabaya. Hipotesis penelitian 1-Ia ditolak dan H_0 diterima dimana hal ini berarti tidak ada pengaruh berita surat kabar terhadap persepsi masyarakat. Selain itu, berubahnya persepsi masyarakat seperti dalam teori menurut Rivers bahwa media massa mempunyai pengaruh besar dalam menentukan persepsi terhadap suatu peristiwa tertentu, hal ini juga disebabkan karena rentang waktu yang lama antara kejadian kecelakaan dengan waktu penyebaran kuesioner sehingga mengakibatkan besarnya kemungkinan terjadi perubahan persepsi masyarakat atau psikologi penumpang.

Meskipun masyarakat mulai was-was dan meragukan kualitas maskapai Adam Air, ternyata diketahui bahwa sebagian besar masih memilih mau bepergian menggunakan maskapai Adam Air. Hal ini terjadi karena masyarakat masih mementingkan faktor ekonomis yaitu harga tiket. Disamping itu juga, adanya faktor lain yang tidak dianalisa dalam penelitian ini. Hasil analisis korelasi yang menunjukkan adanya korelasi negatif dan tak berarti antara berita surat kabar dengan persepsi masyarakat yaitu sebesar -0,021. Korelasi negatif ini menunjukkan tidak ada hubungan antara variabel X dan Y dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

- Angkasa Pura I, PT. 2006. *Data Jumlah Penumpang Tahun* Jakarta: Angkasa Pura
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi Tteori dan Praktek*. Bandung PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Ensiklopedi Nasional Indonesia Jilid 15*. 1991. Jakarta: PT. Cipta Adi Pustaka.
- Kasali, Rhenald. 1994. *Manajemen Public Rrelations : Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Jakarta: Pustaka Utama Grafiti.
- Jawa Pos, 25 Juni 2007 "Libur, Maskapai Tambah Flight".

- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya Offset.
- Rivers, William, Jay W Jensen & Theodore Peterson. 2004. *Media Massa & Masyarakat Modern*. Jakarta: Prenada Media.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Schiffman, Lean G. dan Lazar, Leslie. 2000. *Consumer behavior. 7th edition*, NJ: Prentice-Hall.
- Suhandang, Kustadi. 2004. *Pengantar Jurnalistik Seputar Organisasi, Produk, Dan Kode Etik*. Bandung: Penerbit Nuansa.