

HUBUNGAN ANTARA TINGKAT PERHATIAN DENGAN TINGKAT PENGETAHUAN MAHASISWA UNIVERSITAS BINA NUSANTARA PADA MAJALAH LENTERA YCAB

Fransiska¹, Sumartono¹

¹Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul, Jakarta
Jl. Arjuna Utara Tol Tomang-Kebun Jeruk, Jakarta 11510
fransiscasica@yahoo.co.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa. Hasil penelitian memberikan gambaran bahwa tingkat perhatian yang tinggi menunjukkan korelasi yang kuat ($r=0,99$) dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara. Bila tingkat perhatian tinggi maka tingkat pengetahuan mahasiswa tinggi. Dengan demikian dapat disimpulkan tingkat perhatian berhubungan erat dengan tingkat pengetahuan mahasiswa. Kepada humas YCAB perlu tetap menjaga agar setiap majalah Lentera yang diterbitkan dapat menarik perhatian untuk menciptakan pengetahuan yang tinggi.

Kata kunci: majalah, perhatian, pengetahuan

Pendahuluan

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama dalam lingkup perusahaan atau organisasi. Komunikasi melibatkan arus penyampaian informasi dari perusahaan atau organisasi kepada publiknya, dan sebaliknya, baik internal maupun eksternal. Informasi yang disampaikan oleh perusahaan atau organisasi, yang diwakili oleh manajemen atau humas dapat dilakukan dengan berbagai macam saluran komunikasi. Saluran komunikasi disini adalah media. Media dibedakan menjadi elektronik, seperti adanya internet, *teleconference*, *email* atau surat elektronik, dan media lain adalah media cetak atau tertulis yang dapat dilihat dan dibaca dimana saja dan kapan saja seperti majalah, brosur, buletin, selebaran, poster, spanduk, dan lain sebagainya. Semua saluran tersebut dapat menciptakan komunikasi antara perusahaan atau organisasi dengan publiknya. Yayasan Cinta Anak Bangsa (YCAB) sejak berdirinya pada tahun 1999 banyak mengadakan berbagai kegiatan sosial yang berhubungan dengan pencegahan narkoba di masyarakat pada umumnya dan generasi muda pada khususnya. Selain itu YCAB juga aktif menjalin kerjasama dengan berbagai pihak baik lembaga pemerintahan maupun organisasi internasional yang mempunyai tujuan dan bergerak dalam bidang yang sama, yaitu pencegahan dan pemberantasan narkoba. Untuk itu YCAB merasa perlu memiliki suatu media yang berguna sebagai penyampai informasi dan pesan dari YCAB kepada publiknya.

Atas ide dari bagian humas YCAB, dipilihlah media cetak dalam bentuk majalah yang diterbitkan tiga bulan sekali dan diberi nama "Lentera". Majalah Lentera memiliki peranan yang sangat penting dalam

proses komunikasi organisasi. Fungsinya sebagai media untuk menyampaikan informasi-informasi mengenai kegiatan-kegiatan YCAB, selain itu di dalamnya terdapat juga artikel-artikel yang dapat memberikan edukasi tentang narkoba yang bermanfaat bagi semua orang yang membacanya. Majalah ini tidak untuk diperjualbelikan, melainkan dibagikan secara cuma-cuma kepada semua organisasi yang merupakan relasi dan sponsor YCAB, juga sekolah dan universitas di Indonesia, khususnya Jakarta. Salah satu universitas swasta yang menjadi rekan atau relasi YCAB adalah Universitas Bina Nusantara. Kerjasama antara Universitas Bina Nusantara dan YCAB telah terjalin kurang lebih 8 (delapan) tahun lamanya. Dan selama itu pula telah banyak aktifitas dan kegiatan yang dilakukan bersama. Majalah Lentera termasuk salah satu media komunikasi penghubung antara mahasiswa Bina Nusantara dan YCAB. Beberapa mahasiswa Bina Nusantara yang telah mengikuti program-program YCAB seperti *Basic Prevention* (BP), pameran, dan sebagainya, dinilai cukup memberikan andil dalam penerbitan majalah Lentera setiap edisinya. BP YCAB sendiri adalah program bimbingan dan pelatihan yang secara khusus diadakan oleh YCAB agar nantinya peserta pelatihan ini dapat menjadi pelatih (*trainer*) bagi teman-teman dan masyarakat lain di lingkungan sekitar mereka. Seperti lingkungan tempat tinggal, lingkungan organisasi mereka, dan tentu saja lingkungan sekolah atau kuliah dimana mereka berada. Bantuan mahasiswa Bina Nusantara terhadap perkembangan majalah Lentera antara lain berupa; menyumbangkan ide atau berbagi cerita dan pengalamannya mengenai hal-hal seputar masalah narkoba dan kehidupan remaja, mengikuti lomba membuat puisi, karikatur, dan lain-

lain. Ada pula yang mendaftarkan diri secara langsung untuk menjadi *volunteer* atau sukarelawan untuk membantu Humas YCAB dalam proses pembuatan majalah Lentera. Mengamati hal tersebut, penulis tertarik untuk meneliti seberapa besar tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera sehingga dapat menciptakan pengetahuan terhadap isinya. Tingkat pengetahuan akan diukur dari salah satu artikel atau rubrik *News* yang berisi tentang salah satu kegiatan atau *event* besar yang diadakan oleh YCAB, karena penulis menganggap rubrik *News* adalah artikel yang informatif dan dapat menarik orang untuk membaca lebih lanjut artikel tersebut. Juga karena penempatannya tidak jauh dari halaman depan sehingga dapat terbaca lebih awal dari artikel lainnya. Dalam hal ini mahasiswa dipilih karena mewakili generasi muda dan penulis memilih mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti *Basic Prevention* sebagai sampel penelitian. Yang menjadi latar belakang penulis memilih mahasiswa Universitas Bina Nusantara adalah karena Universitas Bina Nusantara memiliki jumlah mahasiswa tertinggi yang tercatat aktif sebagai sukarelawan YCAB, baik yang telah mengikuti ataupun yang akan mengikuti BP YCAB. Alasan lainnya adalah terjadi peningkatan permintaan akan jumlah majalah Lentera di Universitas Bina Nusantara. Untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera, maka penulis menyusun masalah pokok dari penelitian ini.

Masalah Pokok

Berdasarkan latar belakang penelitian di atas, untuk mengetahui apakah ada hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera, penulis merumuskan masalah penelitian sebagai berikut :“Sejauhmana hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera?”

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk :

- Mengetahui tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera.
- Mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara mengenai isi majalah Lentera.
- Mengetahui sejauhmana hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera.

Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian terbagi atas 2 (dua) bagian, yaitu :

a. Kegunaan Teoritis

Untuk memberikan ide atau pemikiran dan masukan dalam kajian ilmu komunikasi terutama dalam perkembangan ilmu humas yang merupakan ilmu praktikan dari ilmu komunikasi.

b. Kegunaan Praktis

Sebagai bahan masukan bagi Humas Yayasan Cinta Anak Bangsa untuk terus meningkatkan pengetahuan masyarakat pada umumnya dan generasi muda pada khususnya terhadap kegiatan dan informasi mengenai narkoba melalui majalah Lentera.

Ilmu Komunikasi

Menurut Effendy (2004; 9) : “istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris “*communication*” berasal dari bahasa Latin “*Incommunicatio*”, dan bersumber dari kata “*communis*” yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna.”

Ada pula definisi komunikasi yang dikutip oleh Cangara (2004; 19) dari seorang pakar sosiologi Amerika Evertt M. Rogers, yang banyak memberi perhatian pada studi riset komunikasi, khususnya dalam hal penyebaran inovasi membuat definisi bahwa : “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.” Sedangkan menurut Hovland, seperti yang dikutip oleh Effendy (2004; 10) ilmu komunikasi adalah : “Upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta pembentukan pendapat (*public opinion*) dan sikap.” Sendjaja (1999; 7) juga mengutip definisi komunikasi menurut Harold D. Lasswell, 1960 : “Komunikasi pada dasarnya merupakan suatu proses yang menjelaskan “siapa”, “mengatakan apa”, “dengan saluran apa”, “kepada siapa”, dan “dengan akibat atau hasil apa”. (*Who? Says what? In which channel? To whom? With what effect?*)”

Berdasarkan pengertian di atas maka penulis menyimpulkan bahwa secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi pertukaran atau pengertian antara komunikator (penyebarkan pesan) dan komunikan (penerima pesan) agar komunikasi dapat berjalan dengan baik dan lancar. Komunikasi memungkinkan seseorang untuk mengkoordinasikan suatu kegiatan kepada orang lain untuk mencapai tujuan bersama. Artinya, orang berkomunikasi dengan pihak lainnya dalam membentuk suatu makna serta mengembangkan harapan-harapannya. Dari pengertian komunikasi yang telah diuraikan terlihat adanya sejumlah unsur atau komponen yang merupakan kriteria terjadinya kegiatan komunikasi tersebut, seperti yang dikemukakan oleh Effendy (1989; 14) :

1. Komunikator yaitu seorang atau sekelompok orang yang menyampaikan pikiran atau perasaannya kepada orang lain.
2. Komunikan yaitu seorang atau sejumlah orang yang menjadi sasaran komunikator ketika menyampaikan pesan.
3. Pesan yaitu lambang bermakna yang membawa pikiran atau perasaan komunikator.
4. Saluran yaitu sarana untuk menyalurkan pesan-pesan yang disampaikan komunikator kepada komunikan.
5. Efek yaitu tanggapan, respon atau reaksi dari komunikan ketika menerima pesan dari komunikator.

Proses komunikasi pada awalnya dibagi menjadi dua kategori, yakni komunikasi antarpersona dan komunikasi massa. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2005; 2) : “(Blake & Haroldsen, seperti yang dikutip Komala, dalam Karlinah, dkk 1999): Karakteristik komunikasi antarpersona sebagai suatu proses adalah komunikator dan komunikannya tatap muka (*face to face communication*) dan di antara mereka terjadi saling berbagi ide, informasi dan berbagi sikap.” Sedangkan untuk komunikasi massa, kita dapat mengetahui karakteristiknya dari beberapa definisi komunikasi massa berikut ini; masih menurut Ardianto & Erdinaya (2005; 3) mengutip pengertian komunikasi massa : “merujuk kepada pendapat Tan dan Wright, dalam Liliweri. 1991, merupakan bentuk komunikasi yang menggunakan saluran (media) dalam menghubungkan komunikator dan komunikan secara massal, berjumlah banyak, bertempat tinggal yang jauh (terpencar), sangat heterogen, dan menimbulkan efek tertentu”.

Ada pula pendapat Rakhmat (2001; 189) : “Komunikasi massa diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, dan anonim melalui media cetak atau elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat.” Definisi mengenai komunikasi massa menurut Wiryanto (2004; 69) : “Komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang menggunakan media massa untuk pesan-pesan yang disampaikan.” Dari penjelasan di atas, menurut penulis tindakan komunikasi dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Secara langsung yaitu jika komunikator dan komunikannya bertemu dan bertatap muka secara langsung untuk berbagi informasi atau ide tanpa melalui media perantara. Sedangkan tindakan komunikasi yang dilakukan secara tidak langsung yaitu jika proses komunikasi tersebut menggunakan media perantara. Dalam komunikasi massa, media yang digunakan adalah media massa. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah radio dan televisi yang dikenal

sebagai media elektronik, dan surat kabar serta majalah disebut sebagai media cetak.

Humas / *Public Relations*

Istilah “hubungan masyarakat” yang disingkat “humas” sebagai terjemahan dari istilah “*public relations*”, di Indonesia sudah benar-benar memasyarakat dalam arti kata telah dipergunakan secara luas oleh departemen, jawatan, perusahaan, badan, lembaga, dan organisasi kekaryaan. Dan banyak sekali definisi atau pengertian dari *public relations* atau humas yang diberikan oleh para ahli, diantaranya; menurut Djaja (1985; 9) : Kata “*Public*” mempunyai arti sekelompok individu yang terikat oleh suatu masalah, kemudian timbul perbedaan pendapat terhadap masalah tadi dan berusaha untuk menanggulangi persoalan-persoalan tadi dengan jalan diskusi sebagai jalan keluarnya. Sedangkan pemakaian istilah “*Relations*” pada dasarnya artinya hubungan atau relasi yang timbal balik antara publik yang berkepentingan.

Jadi istilah *Public Relation* dapat penulis katakan sebagai sekelompok individu yang memiliki kepentingan tertentu dan memiliki hubungan yang timbal balik. Lain lagi pendapat yang datang dari Tondowidjojo (2002; 7) : “Humas atau “*Public Relation*” adalah hubungan yang terbuka dengan masyarakat. Humas memasyarakatkan kebijaksanaan untuk mempengaruhi pendapat masyarakat, atau suatu penyebaran pengaruh secara sadar dan terencana.” Penulis mengartikan istilah humas menurut Tondowidjojo adalah memasyarakatkan suatu kebijakan dan menyebarkannya untuk mempengaruhi khalayak kearah yang diinginkan. Khalayak yang dimaksud disini adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara dan kebijakan atau pengaruh yang disebarkan adalah untuk menjauhi narkoba.

Ada pula pendapat dari I Gusti (1999; 4) : Humas sebagai kegiatan komunikasi dalam bentuk penyebaran informasi. Pada dasarnya, kegiatan humas harus dikembalikan kepada makna kata komunikasi yang sesungguhnya, yaitu “*sharing*” informasi (pertukaran informasi). ...kegiatan humas pada dasarnya adalah kegiatan yang disengaja atau intentional. Ia sengaja dilakukan untuk mempengaruhi, meningkatkan pemahaman, menyediakan informasi dan memperoleh umpan balik. Definisi hubungan masyarakat sangat beragam, namun memiliki inti yang sama. Dari beberapa definisi humas di atas, penulis menyimpulkan bahwa humas merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk menyebarkan informasi dengan maksud meningkatkan pemahaman, yang berarti juga meningkatkan pengetahuan serta untuk membina hubungan baik antara instansi / lembaga dengan khalayaknya agar tercipta suatu pencitraan atau lainnya. Menurut Kusumastuti (2002;

27) : Kegiatan humas hakikatnya adalah kegiatan berkomunikasi dengan berbagai macam symbol komunikasi, verbal maupun nonverbal. Kegiatan komunikasi verbal, sebagian besar adalah pekerjaan mulai dari menulis proposal, artikel, *progress report*, menulis untuk presentasi, menulis untuk pers (*press release*), membuat rekomendasi, dan sebagainya. Sedangkan verbal lisan antara lain jumpa pers, *guest guide/open house, announcer, presenter, desk information*, dan sebagainya. Kegiatan komunikasi nonverbal meliputi penyelenggaraan pameran, seminar, *special event*, riset / penelitian, pers kliping, dan sebagainya. ... Untuk membantu kegiatannya, humas menggunakan alat-alat atau media tertentu, antara lain : Iklan, pameran, media Internal, fotografi, film, pers.

Pengertian diatas sejalan dengan apa yang telah dilakukan humas YCAB, yaitu menyusun atau menyajikan dan menyebarkan informasi mengenai YCAB dan segala hal yang berhubungan dengan masalah narkoba dalam bentuk majalah.

Yang berfungsi untuk meningkatkan pengetahuan dan pemahaman serta untuk membina hubungan baik dengan khalayaknya.

Majalah

Definisi tentang majalah menurut Kusumastuti (2002; 33) adalah sebagai berikut : Media internal atau dikenal dengan istilah majalah ing-griya, merupakan suatu terbitan yang ditujukan untuk publik internal (karyawan dan keluarga karyawan), berisi tentang beberapa informasi perusahaan, Terbitan inggriya, dapat dalam bentuk *news letter*, bulletin, majalah, atau tabloid. Pengelolanya adalah bagian humas. Ragam sajiannya dapat berupa foto, pengumuman, artikel, berita (*spot news maupun features*) tentang perusahaan, profil karyawan berprestasi, program perusahaan, manajemen, pembentukan sikap/ kepribadian, peraturan-peraturan baru, kegiatan-kegiatan perusahaan, ulang tahun, kutipan buku, sampai dengan hiburan semisal cerpen, karikatur, komik, kisah humor, dan sebagainya. Terbitan ing-griya dapat juga sebagai media publikasi tersendiri bagi perusahaan di kalangan eksternal publik.

Klasifikasi majalah dibagi ke dalam lima kategori utama, seperti yang dikutip oleh Ardianto dan Erdinaya (2005; 107), (Dominick. 2000: 209) :

1. *General consumer magazine* (majalah konsumen umum)

Konsumen majalah ini siapa saja. ... Majalah konsumen umum ini menyajikan informasi tentang produk dan jasa yang diiklankan pada halaman-halaman tertentu.

2. *Business publication* (majalah bisnis)

Disebut juga *trade publication*. Melayani secara khusus informasi bisnis, industri atau profesi. Media

ini tidak dijual *mall* atau *supermall*, pembacanya terbatas pada kaum professional atau pelaku bisnis. Produk-produk yang diiklankan umumnya hanya dibeli oleh organisasi bisnis atau kaum professional.

3. *Literacy reviews and academic journal* (kritik sastra dan majalah ilmiah)

Pada umumnya memiliki sirkulasi di bawah 10 ribu, dan banyak diterbitkan oleh organisasi-organisasi nonprofit, universitas, yayasan atau organisasi professional. Mereka menerbitkan empat edisi atau kurang dari itu setiap tahunnya, dan kebanyakan tidak menerima iklan.

4. *Newsletter* (majalah khusus terbitan berkala)

Media ini dipublikasikan dengan bentuk khusus, 4-8 halaman dengan perwajahan khusus pula. Media ini didistribusikan secara gratis atau dijual secara berlangganan.

5. *Public Relations Magazines* (Majalah Humas)

Majalah PR ini diterbitkan oleh perusahaan, dan dirancang untuk sirkulasi pada karyawan perusahaan, agen, pelanggan dan pemegang saham.

Dari penjelasan diatas, bila dihubungkan dengan penelitian ini, majalah Lentera adalah media internal yang ditujukan untuk publik internal dan eksternal. Majalah Lentera terbit 4 (empat) kali dalam setahun atau 3 (tiga) bulan sekali dan tidak untuk diperjualbelikan. Akan tetapi majalah Lentera menerima pemasangan iklan dan dapat menjadi alat promosi organisasi untuk menjalin kerjasama dengan pihak lain. Oleh karena itu majalah Lentera dapat dimasukkan dalam klasifikasi majalah humas, majalah khusus terbitan berkala, dan majalah kritik sastra atau majalah ilmiah. Masih menurut Ardianto dan Erdinaya (2005; 113-115), majalah memiliki karakteristik tersendiri :

1. Penyajian lebih dalam

Frekuensi terbit majalah pada umumnya adalah mingguan, selebihnya dwi mingguan, bahkan bulanan (1 x sebulan), berita-berita dalam majalah disajikan lebih lengkap, karena dibubuhi latar belakang peristiwa atau unsur *why* dikemukakan secara lengkap, begitu pula peristiwanya atau proses terjadinya peristiwa (unsur *how*) dikemukakan secara kronologis.

2. Nilai aktualitas lebih lama

Apabila nilai aktualitas surat kabar hanya berumur satu hari, maka nilai aktualitas majalah bisa satu minggu.

3. Gambar / foto lebih banyak

Jumlah halaman majalah lebih banyak, sehingga selain penyajian beritanya yang mendalam,

majalah juga dapat menampilkan gambar/foto yang lengkap, dengan ukuran besar dan kadang-kadang berwarna, serta kualitas kertas yang digunakannya pun lebih baik. Foto-foto yang ditampilkan majalah memiliki daya tarik tersendiri, apalagi apabila foto tersebut sifatnya eksklusif. Daya tarik foto sangat besar bagi pembacanya, karena itu promosi majalah edisi terbaru seringkali menonjolkan foto.

4. Cover (sampul) sebagai daya tarik

Cover majalah biasanya menggunakan kertas yang bagus dengan gambar dan warna yang menarik pula. Menarik tidaknya cover suatu majalah sangat bergantung pada tipe majalahnya, serta konsistensi atau keajegan majalah tersebut dalam menampilkan ciri khasnya pada intinya dapat dikemukakan bahwa cover merupakan salah satu faktor daya tarik suatu majalah yang menunjukkan ciri suatu majalah, sehingga secara sepintas pembaca dapat mengidentifikasi majalah tersebut. Dalam hal ini bila dihubungkan dengan penelitian, majalah Lentera yang dibuat oleh humas YCAB dapat dikategorikan atau disebut majalah karena memiliki ciri dan karakteristik dari sebuah majalah. Yaitu, majalah Lentera menyajikan peristiwa dan informasi yang berhubungan dengan masalah narkoba secara lengkap dan mendalam, memiliki nilai aktualitas yang lama, juga dalam menampilkan informasi, berita, maupun peristiwa disertai dengan foto/gambar yang banyak, satu hal yang penting majalah Lentera memiliki cover dengan kualitas warna dan kertas yang bagus sebagai daya tarik.

Perhatian

Beberapa pendapat mengenai pengertian dan definisi perhatian (*Attention*). Seperti yang dikutip oleh Rakhmat (2001; 52) : "Perhatian adalah proses mental ketika stimuli atau rangkaian stimuli menjadi menonjol dalam kesadaran pada saat stimuli lainnya melemah. Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indera kita, dan mengesampingkan masukan-masukan melalui alat indera yang lain (Kenneth E. Andersen 1972:46)." Ada juga pendapat dari Effendy (1999; 20) mengenai definisi dari perhatian, yaitu : "Proses tanggapan pada diri seseorang terhadap suatu perangsang tertentu." Sedangkan pengertian perhatian yang terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan Badudu dan Zain (1996; 504) adalah : "1) minat, apa yang disukai dan disenangi. 2) kepedulian, kesiapan untuk memperhatikan." Pendapat lain mengenai pengertian perhatian datang dari Peter dan Olson (1999;108) : "Perhatian berkonotasi dengan kesadaran. Mengamati suatu rangsangan, berarti sadar akan hal itu. Perhatian juga menyatakan intensitas dan ketertarikan."

Perhatian dapat disebut juga atensi yang merupakan terjemahan dari bahasa Inggris (*attention*).

Menurut Kamus Besar Ilmu Pengetahuan, karangan Dagun (1996; 504) : "Atensi (*Ing : attention; Lat : attentio, attendere* = memperhatikan) *Psi* Keadaan mental yang mendorong seseorang mengarahkan dan memusatkan kegiatan kognitif dan praktisnya pada suatu objek / suatu tindakan tertentu."

Dari beberapa pendapat ahli tentang perhatian, penulis menyimpulkan bahwa perhatian dapat terbentuk atau terjadi karena adanya kepedulian akan rangsangan atau stimuli yang datang dari salah satu alat indera kita. Stimuli tersebut disukai atau diminati serta dilakukan secara sadar dengan mengamati dan memiliki kesiapan serta berkonsentrasi untuk memperhatikan stimuli atau objek tersebut. Dalam penelitian ini stimuli atau objek yang dimaksud adalah majalah Lentera. Rangsangan dari stimuli akan masuk melalui indera penglihatan, yaitu mata. Kemudian rangsangan tersebut akan mendorong individu untuk melakukan kegiatan kognitif atau praktis. Menurut penulis kegiatan kognitif atau praktis yang dapat dilakukan terhadap objek penelitian ini, yaitu majalah lentera adalah kegiatan membaca. Untuk mengetahui seseorang perhatian atau tidak pada sesuatu yang dibacanya dapat diketahui dari cara ia membacanya. Menurut Bertens (2005; 69- 73) : Pada umumnya tujuan utama waktu membaca adalah mencari informasi, tetapi dalam mencari informasi kita mempunyai tujuan lebih spesifik lagi. Tujuan yang kita punya sangat mempengaruhi cara membaca : membaca sepintas dan membaca secara mendalam. Kita membaca sepintas, jika kita hanya mencari inti pemikiran penulis atau suatu topik khusus yang kita sangka disinggung dalam buku tersebut. Cara membaca yang kedua adalah membaca secara mendalam. Seluruh buku dibaca dengan teliti, bahkan mungkin sampai beberapa kali.

Masih menurut Bertens (2005; 75), cara-cara efektif dalam membaca adalah : Bagi mahasiswa yang merupakan pemula di bidang intelektual, lebih penting mencari keadaan kondusif, di mana ia dapat berkonsentrasi sepenuhnya pada teks yang sedang dibaca. Mulai dulu dengan menciptakan suasana tenang, supaya perhatian dapat terkonsentrasi penuh. Kalau Anda membaca secara mendalam, sangat dianjurkan membuat catatan. Di sini juga berlaku bahwa dengan mencatat kita dapat memantapkan konsentrasi. Perlu Anda ketahui bahwa membaca adalah suatu proses yang boleh disebut sebagai *apropriasi*, yaitu suatu proses "manjadikan apa yang Anda baca itu sebagai milik pribadi". Terhadap buku milik pribadi, Anda justru harus membacanya dengan menandai bagian-bagian tertentu dari yang Anda baca itu dengan stabilo warna-warni. Anda boleh memberi catatan tertentu di margin kosong di sebelahnya.

Hal mengenai kegiatan membaca juga diungkapkan oleh Kapadia (2006; 52) : Nenek moyang

kita mempelajari bahwa pikiran kita tidak terfokus hanya pada satu hal, namun jika kita mengerti apa yang kita lihat dalam pikiran, kita akan berkonsentrasi dengan lebih baik. Konsentrasi adalah fondasi ingatan. Dengan bantuan konsentrasi, kita dapat memahami suatu topik dan menyimpannya, serta dapat mengingatnya kembali dengan mudah. ... Jika Anda bertanya kepada diri sendiri pada saat membaca, Anda akan mendapatkan inti sari dari apa yang sedang dibaca. Pada saat yang sama, Anda juga harus memikirkan topiknya. Dengan demikian akan terjadi kerja sama antara proses membaca dan berpikir. Apabila kedua proses ini bergerak secara bersamaan. Anda dapat memahami topiknya, menyimpannya, dan mengingatnya kembali. Menurut Rakhmat (2001; 52-54) ada beberapa faktor yang menentukan perhatian, yakni :

a. Faktor Eksternal Penarik Perhatian

Stimuli diperhatikan karena mempunyai sifat-sifat yang menonjol, antara lain :

- Gerakan, seperti organisme yang lain, manusia secara visual tertarik pada objek-objek yang bergerak.
- Intensitas Stimuli, kita akan memperhatikan stimuli yang lebih menonjol dari stimuli yang lain. Warna merah pada latar belakang putih, iklan setengah halaman pada surat kabar, sukar lolos dari perhatian kita.
- Kebaruan (*Novelty*), Hal-hal yang baru, yang luar biasa, yang berbeda, akan menarik perhatian. Media massa juga tidak henti-hentinya menyajikan program-program baru. Tanpa hal-hal yang baru, stimuli menjadi monoton, membosankan, dan lepas dari perhatian.
- Perulangan, hal-hal yang disajikan berkali-kali, bila disertai dengan sedikit variasi, akan menarik perhatian. Perulangan juga mengandung unsur sugesti: mempengaruhi bawah sadar kita.

b. Faktor Internal Penerima Perhatian

- Faktor-faktor Biologis
- Faktor-faktor Sosiopsikologis

Motif sosiogenis, sikap, kebiasaan, dan kemauan, mempengaruhi apa yang kita perhatikan. Menurut Mulyana (2002; 184), ada satu lagi faktor eksternal yang mempengaruhi atensi, yaitu : “kontras, kita melihat bahwa suatu nama surat kabar atau majalah atau iklan televisi sering disertai dengan suatu unsur yang kontras, sebagai *eye-catcher* atau *ear-catcher*-nya. Misalnya tulisan WORLD bisa dilengkapi dengan mengubah huruf O tersebut menjadi gambar bumi (*globe*), yang merupakan unsur kontrasnya.”

Berdasarkan keterangan diatas, penulis menyimpulkan perhatian adalah suatu proses tanggapan berupa tindakan yang membutuhkan konsentrasi pada sesuatu hal yang disebabkan adanya

faktor yang menonjol, baik dari pihak eksternal maupun internal diri kita sendiri. Yang membuat kita ingin mengetahui lebih dalam lagi mengenai hal tersebut. Seseorang akan menaruh perhatian pada suatu hal jika ia merasa senang atau suka dengan hal yang diterima oleh panca inderanya. Apabila dikaitkan dengan masalah pokok penelitian ini, perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera adalah berusaha untuk memiliki majalah Lentera edisi terbaru dan membacanya secara mendalam. Jadi, dari hal-hal diatas yang relevan dapat dijadikan indikator dari perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera, adalah :

1. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara berusaha untuk memiliki majalah Lentera
2. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca sebagian besar isi majalah Lentera
3. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera di tempat yang tenang
4. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera dengan konsentrasi
5. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara menandai dengan stabilo atau mengaris bawah bagian yang dianggap penting dalam majalah Lentera
6. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membuat catatan kecil dari artikel yang dibacanya dalam majalah Lentera

Pengetahuan

Soekanto (2002; 6) mengutip pendapat William F. Ogburn dan Meyer F. Nimkoff dari bukunya yang berjudul *Sociology* tentang pengetahuan sebagai berikut : Yang dimaksudkan dengan pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca inderanya, yang berbeda sekali dengan kepercayaan (*beliefs*), takhyul (*superstitions*) dan penerangan-penerangan yang keliru (*misinformations*). Pengetahuan bertujuan untuk mendapatkan kepastian serta menghilangkan prasangka sebagai akibat ketidakpastian. Definisi pengetahuan yang terdapat dalam Kamus Umum Bahasa Indonesia karangan Badudu dan Zain (1996; 498) adalah : “1 Segala sesuatu yang diketahui karena mempelajarinya; ilmu. 2 yang diketahui karena mengalami, melihat, mendengar.” Vardiansyah (2005; 2-3) dalam bukunya yang berjudul Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, membahas sedikit tentang pengetahuan : Ketika manusia melihat atau mengalami suatu peristiwa, terdorong *naluri ingin tahu*, ia pun bertanya: apakah ini? Dari mana datangnya? Apa sebabnya demikian? Manusia yang semula tidak tahu berusaha untuk tahu dan kemudian mencari tahu, hingga keingintahuan itu terpenuhi. Sebelum

mengetahui, manusia terlebih dahulu melihat, mendengar, serta merasa segala yang ada di sekitarnya. Segala yang dilihat, didengar, dan dirasa itulah yang merangsang naluri ingin tahu. Yang terutama terkena rangsang adalah indranya: penglihatan, penciuman, perabaan, pendengaran, serta pengecapan. Hasil persentuhan alam dengan panca indra disebut pengalaman: pengalaman. Pengetahuan ada jika manusia demi pengalamannya mampu mencetuskan pernyataan atau putusan atas objeknya. Dengan kata lain, orang yang tidak dapat memberi pernyataan atau putusan demi pengalamannya tidak berpengetahuan.

Ada pula pendapat dari Poedjawijatna (2004; 24) : “kalau pengetahuan yang disebut ilmu itu menghasilkan guna bagi yang tahu itu atau bagi umat manusia pada umumnya, syukurlah, tetapi tujuannya pertama ialah tahu yang mendalam, sedapat mungkin tahu benar, apa sebabnya demikian dan mengapa harus demikian.” Dari pendapat para ahli diatas, penulis berpendapat bahwa pengetahuan adalah semua hal atau peristiwa yang dialami, dilihat dan didengar secara mendalam oleh seseorang, dan ia mencari tahu dengan cara mempelajarinya atau melalui proses belajar, yang selanjutnya hal tersebut menjadi ilmu bagi dirinya. Barulah ia dapat memiliki pengetahuan akan suatu hal atau peristiwa tersebut. Syafie (2004; 33-34) mengutip pendapat menurut Benjamin S. Bloom, pembelajaran kognitif memiliki urutan sebagai berikut :

1. Pengetahuan
2. Pemahaman
3. Penerapan
4. Analisis
5. Sintesis
6. Evaluasi

Pengetahuan berada pada urutan pertama. Pengetahuan atau pengenalan seperti mengingat informasi, fakta terminologi, rumus (sehingga dengan demikian kita akan mengidentifikasi, memilih, menyebut nama, dan membuat daftar, sebagai tingkat yang paling rendah). Dari keempat unsur tersebut yang relevan untuk penulis ambil sebagai indikator untuk variabel pengetahuan adalah unsur mengidentifikasikan. Unsur memilih dan menyebut nama tidak penulis sertakan karena dapat penulis artikan sudah termasuk dalam unsur mengidentifikasikan. Sedangkan unsur membuat daftar tidak relevan dengan bahan penelitian ini. Mengidentifikasi bila dilihat dari dasar kata yang dimiliki adalah identitas. Dalam kamus komunikasi, karangan Effendy (1989 ; 171) : “(*identity*) : ciri sesuatu atau seseorang secara khas yang membedakannya dari yang lain.” Dapat dikatakan mengidentifikasi adalah mencirikan sesuatu atau seseorang secara khas yang membedakannya dari yang lain. Dalam penelitian ini

yang diidentifikasi adalah artikel atau salah satu rubrik *News* dari majalah Lentera.

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera dapat dilakukan dengan mengajukan pertanyaan-pertanyaan yang mengandung unsur 5W + 1H sebagai indikatornya :

- Apa yang terjadi (*what*) ?
- Dimana hal itu terjadi (*where*) ?
- Kapan peristiwa itu terjadi (*when*) ?
- Siapa saja yang terlibat (*who*) ?
- Kenapa hal itu terjadi (*why*) ?
- Bagaimana hal itu terjadi (*how*) ?

Kemampuan menjawab pertanyaan dengan benar menandakan pengetahuan mahasiswa terhadap majalah Lentera, sehingga setiap mahasiswa dapat mengidentifikasi informasi yang terdapat dalam majalah Lentera tersebut.

Operasionalisasi Variabel/Konsep / Kategorisasi Variabel X : Perhatian

Perhatian adalah suatu proses tanggapan berupa tindakan yang membutuhkan konsentrasi pada sesuatu hal yang disebabkan adanya faktor yang menonjol, baik dari pihak eksternal maupun internal diri kita sendiri.

Indikator :

- a. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara berusaha untuk memiliki majalah Lentera
- b. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca sebagian besar isi majalah Lentera
- c. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera di tempat yang tenang
- d. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera dengan konsentrasi
- e. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara menandai dengan stabilo atau mengaris bawah bagian yang dianggap penting dalam majalah Lentera
- f. Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membuat catatan kecil dari artikel yang dibacanya dalam majalah Lentera

Untuk mengetahui tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera, penulis akan menggunakan pengukuran dengan skala ordinal. Menurut Singarimbun dan Effendi (1995; 102) skala ordinal adalah : “Tingkat ukuran yang memungkinkan peneliti untuk mengurutkan respondennya dari tingkatan “paling rendah” ke tingkatan “paling tinggi” menurut suatu atribut tertentu.” Penulis akan mengajukan 6 pertanyaan dengan ketentuan masing-masing pertanyaan memiliki 3 jawaban. Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut : a = 3 b = 2 c = 1

Dengan demikian, nilai tertinggi diperoleh adalah 18 dan terendah adalah 6.

Atribut :

- Tinggi, jika responden mendapat nilai 14 – 18 dari 6 pertanyaan yang diajukan.
- Sedang, jika responden mendapat nilai 10 – 13 dari 6 pertanyaan yang diajukan.
- Rendah, jika responden mendapat nilai 6 – 9 dari 6 pertanyaan yang diajukan.

Variabel Y : Pengetahuan

Pengetahuan adalah semua hal atau peristiwa yang dialami, dilihat dan didengar secara mendalam oleh seseorang, dan ia mencari tahu dengan cara mempelajarinya atau melalui proses belajar, yang selanjutnya hal tersebut menjadi ilmu bagi dirinya. Barulah ia dapat memiliki pengetahuan akan suatu hal atau peristiwa tersebut.

Indikator :

- Apa yang terjadi (*what*) ?
- Dimana hal itu terjadi (*where*) ?
- Kapan peristiwa itu terjadi (*when*) ?
- Siapa saja yang terlibat (*who*) ?
- Kenapa hal itu terjadi (*why*) ?
- Bagaimana hal itu terjadi (*how*) ?

Untuk mengetahui tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera, penulis akan menggunakan pengukuran dengan skala ordinal. Penulis akan mengajukan 5 pertanyaan yang diambil dari salah satu artikel yang ada dalam majalah Lentera. Dengan ketentuan masing-masing pertanyaan memiliki 3 jawaban. Masing-masing jawaban memiliki nilai sebagai berikut : a = 3 b = 2 c = 1

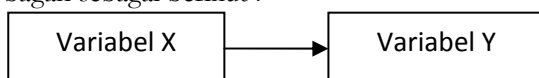
Dengan demikian, nilai tertinggi diperoleh adalah 15 dan terendah adalah 5.

Atribut :

- Tinggi, jika responden mendapat nilai 12 – 15 dari 5 pertanyaan yang diajukan.
- Sedang, jika responden mendapat nilai 8 – 11 dari 5 pertanyaan yang diajukan.
- Rendah, jika responden mendapat nilai 5 – 7 dari 5 pertanyaan yang diajukan.

Hipotesis

Hubungan antara variabel tingkat perhatian dan variabel tingkat pengetahuan memiliki hubungan yang langsung. Hal tersebut dapat digambarkan menjadi bagan sebagai berikut :



Gambar 2
Hipotesis

Keterangan :

- Variabel X adalah tingkat perhatian
- Variabel Y adalah tingkat pengetahuan

Dari penjelasan diatas, maka penulis dapat membuat hipotesis penelitian ini sebagai berikut : “ Jika tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara tinggi pada majalah Lentera, maka tingkat pengetahuan pada isinya pun tinggi”

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan desain deskriptif korelatif. Desain ini bertujuan untuk menemukan hubungan antara variabel X (tingkat perhatian) dan variabel Y (tingkat pengetahuan) mahasiswa Universitas Bina Nusantara pada majalah Lentera. Metode penelitian yang digunakan adalah metode penelitian survey. Menurut Singarimbun (1995; 5) : “Penelitian survey adalah penelitian yang mengambil sampel dari suatu populasi yang menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok.”

Ada pula pendapat menurut Venus (2004; 74) : “Metode survey melibatkan pengumpulan data dalam jumlah yang besar. Data dikumpulkan melalui kuesioner atau wawancara yang dilaporkan terhadap sekelompok besar orang yang disebut dengan populasi. Dari populasi ini kemudian dipilih sebagian besar orang tersebut melalui prosedur pemilihan sampel yang ilmiah.” Jadi berdasarkan keterangan diatas, penelitian survey adalah penelitian yang menggunakan sebagian populasi sebagai sampel melalui pemilihan sampel yang ilmiah dan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data yang pokok. Menurut Hasan (2002; 28) : “Kuisisioner atau angket adalah sejumlah pertanyaan yang digunakan untuk memperoleh data dari responden, dalam arti laporan tentang pribadinya atau hal-hal lain yang diketahui.”

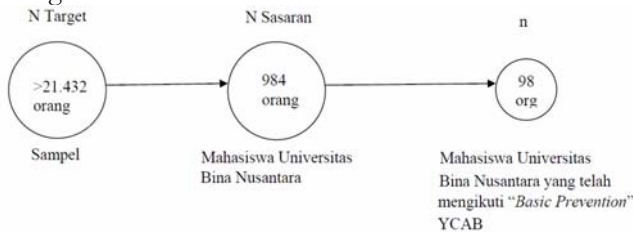
Sumber Data

Populasi adalah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga. Menurut Sugiyono (2002; 55) : “Pengertian populasi (universal) adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik suatu kesimpulan problematik yang terdapat dalam pemilihan data kuantitatif yang lebih menekankan pada data kuantitatif.” Penulis menyimpulkan bahwa populasi adalah kelompok subyek yang menjadi sumber penarikan sampel untuk pengukuran statistik. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti program *Basic Prevention* dari YCAB. Menurut penulis, populasi mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti “*Basic Prevention*” (BP) YCAB cukup heterogen dari berbagai jumlah di tiap-tiap fakultas yang ada. Karena batas populasi jelas,

jumlahnya besar dan sifatnya heterogen, penulis mengambil sampel dengan cara acak stratifikasi dr probality sampling (random sampling).

Sampel

Sampel dalam suatu penelitian digunakan untuk memudahkan diperolehnya data-data yang diperlukan. Sampel adalah bagian dari populasi statistik yang sifat-sifatnya diteliti untuk memperoleh informasi mengenai keseluruhan.



Gambar 3
Sampel

Menurut Singarimbun dan Effendi (1989; 162-164) : Untuk dapat menggambarkan secara tepat mengenai sifat-sifat populasi yang heterogen, maka populasi yang bersangkutan harus dibagi-bagi dalam lapisan-lapisan (*strata*) yang seragam, dan dari setiap lapisan dapat diambil sample secara acak. Dalam sampel berlapis, peluang untuk terpilih antara satu *strata* dengan yang lain mungkin sama, mungkin pula berbeda. Besarnya sampel yang diambil dari tiap-tiap stratum dapat berimbang dan dapat pula tidak berimbang.

Ada pula pendapat dari Rakhmat (2005; 79) : *Sampling berstrata*, seperti ditunjukkan namanya, melibatkan pembagian populasi ke dalam kelas, kategori, atau kelompok yang disebut *strata*. Karakteristik strata boleh jadi kota, daerah, suku bangsa, jenis kelamin, status, usia, dan sebagainya. Ada dua jenis sampel strata: *proporsional* dan *disproporsional*. Dalam sampel strata proporsional, 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). Pada sampel strata, pecahan sampling untuk setiap strata sama. Penulis akan membagi populasi menjadi 4 strata berdasarkan Fakultas atau jurusan yang diambil, yaitu : Fakultas Teknik, Fakultas Ekonomi, Fakultas Sastra, dan Fakultas Ilmu Komputer. Dengan mempertimbangkan semua mahasiswa memiliki kebutuhan akan pengetahuan tentang kegiatan YCAB. Pembagian populasi menurut jumlah mahasiswa di tiap-tiap fakultas adalah :

Tabel 1
Pembagian Populasi

Fakultas	Jumlah Mahasiswa
Teknik	172 orang
Ekonomi	228 orang
Sastra	230 orang
Ilmu Komputer	354 orang
Jumlah Populasi	984 orang

Sumber : Data Departemen Kampanye YCAB

Besaran sampel yang diambil adalah 10% dari jumlah populasi di setiap fakultas. Besaran ini diambil berdasarkan pendapat Rakhmat (2005; 81) : “Pecahan sampling 0,10 atau 0,20 sering dianggap banyak peneliti sebagai ukuran sampel yang memadai.” Jumlah sample yang diambil adalah sebagai berikut :

Tabel 2
Distribusi Sampel

Fakultas	Jumlah Mahasiswa	Sampel
Teknik	172 orang	17 Orang
Ekonomi	228 orang	23 Orang
Sastra	230 orang	23 Orang
Ilmu Komputer	354 orang	35 Orang
Jumlah Populasi	984 orang	98 Orang

Untuk menentukan mahasiswa sampel, penulis akan melakukan pemilihan acak (random) di masing-masing fakultas. Hal ini sesuai dengan prinsip probabilitas (acak) dimana setiap anggota populasi mempunyai peluang yang sama untuk dipilih menjadi anggota sampel.

Bahan Penelitian dan Unit Analisis

Penelitian penulis mempunyai 2 variabel, yakni variabel tingkat perhatian dan variabel tingkat pengetahuan. Untuk variabel tingkat perhatian, bahan penelitian yang dilakukan penulis adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara, unit analisisnya adalah individu. Sedangkan untuk variabel tingkat pengetahuan, bahan penelitian yang digunakan penulis adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang mengetahui isi majalah Lentera, unit analisisnya adalah individu juga.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data di lapangan akan dilakukan penulis dengan menggunakan teknik survey yang menggunakan daftar pertanyaan atau kuesioner kepada para responden. Sedangkan data sekunder akan diperoleh penulis dari buku-buku perpustakaan sebagai acuan teori yang sesuai dengan penulisan proposal skripsi ini.

Reliabilitas dan Validitas Alat Ukur

Menurut Singarimbun dan Effendi (1989; 140) : “Reliabilitas adalah suatu nilai yang menunjukkan konsistensi suatu alat pengukur dalam mengukur gejala yang sama. Reliabilitas adalah indeks yang menunjukkan sejauhmana suatu alat pengukur dapat dipercaya atau diandalkan.” Dalam penelitian ini penulis akan menggunakan teknik pengukuran ulang (*testretest*) dengan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 11 pertanyaan seputar majalah Lentera kepada 10 orang mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti BP YCAB.

**Tabel 3
Pengukuran I**

Resp	X											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
a	3	2	1	2	1	1	3	3	2	3	2	23
b	3	3	3	3	2	3	3	2	2	2	3	29
c	2	3	2	2	2	1	3	2	1	3	3	24
d	3	3	3	3	3	2	3	2	2	3	3	30
e	3	3	2	2	2	2	3	1	1	3	2	24
f	3	3	1	3	2	2	3	1	1	2	3	24
g	3	3	2	3	3	2	3	3	1	3	2	28
h	2	3	2	3	2	2	3	2	2	1	3	25
i	3	3	3	3	3	2	3	2	1	2	1	26
j	3	3	3	2	2	2	3	2	1	2	3	26

**Tabel 4
Pengukuran II**

Resp	X											Total
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	
a	3	2	1	3	1	2	3	2	2	3	2	24
b	3	2	3	3	2	3	3	2	2	2	3	28
c	2	2	3	2	2	1	2	2	2	3	3	24
d	3	2	3	3	3	3	2	2	3	2	3	29
e	2	3	2	1	2	3	2	1	1	2	2	21
f	3	2	1	3	3	3	3	2	2	3	2	27
g	3	3	1	2	3	2	2	3	1	3	3	26
h	2	3	3	2	2	2	2	3	2	2	3	26
i	3	3	3	3	2	2	3	1	1	2	1	24
j	3	2	3	3	3	2	2	2	1	1	3	25

Selanjutnya hasil Pengukuran I dikorelasikan dengan Pengukuran II dengan menggunakan teknik korelasi *product moment*.

**Tabel 5
Pengukuran Korelasi
n = 10**

Resp.	X	Y	X ²	Y ²	XY
a	23	24	529	576	552
b	29	28	841	784	812
c	24	24	576	576	576
d	30	29	900	841	870
e	24	21	576	441	504
f	24	27	576	729	648
g	28	26	784	676	728
h	25	26	625	676	650
i	26	24	676	576	624
j	26	25	676	625	650
Σ	259	254	6759	6500	6614

Catatan : X adalah total skor Pengukuran I, Y adalah total skor Pengukuran II

$$r = \frac{N(\sum XY) - (\sum X \sum Y)}{\sqrt{[N\sum X^2 - (\sum X)^2][N\sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

$$r = \frac{10(6614) - (259 \times 254)}{\sqrt{[10 \times 6759 - (259)^2][10 \times 6500 - (254)^2]}}$$

$$r = \frac{66140 - 65786}{\sqrt{(67590 - 67081)(65000 - 64516)}}$$

$$r = \frac{354}{\sqrt{509 \times 484}}$$

Dari hasil perhitungan diatas, angka korelasi yang diperoleh melebihi angka kritik dalam Tabel nilai r, yaitu 0,632 untuk taraf signifikansi 5%, maka korelasi tersebut signifikan. Hal ini berarti hasil Pengukuran I dan Pengukuran II relatif konsisten. Dengan demikian skala pengukur yang disusun adalah reliabel. Selain reliabilitas, juga diuji validitas instrument alat ukur. Menurut Singarimbun dan Effendi (1989; 124) : “Validitas menunjukkan sejauh mana suatu alat pengukur itu mengukur apa yang ingin diukur. Validitas alat pengukur data menurut beberapa ahli (anastasi, 1973 dan nunnally, 1979) dapat digolongkan dalam beberapa jenis.” Dalam penelitian ini, untuk menguji variabel X dan Y, yakni pertanyaan yang terdapat dalam kuesioner diuji validitas konstruksya sesuai dengan prosedur. Masih menurut singarimbun dan Effendi (1989; 124) : Validitas konstruk (*construct*) adalah kerangka dari suatu konsep. Untuk mencari kerangka konsep tersebut dapat ditempuh berbagai cara, yakni: mencari definisi-definisi konsep yang dikemukakan para ahli yang tertulis di dalam literatur; kalau sekiranya di dalam

literatur tidak dapat diperoleh definisi konsep yang diukur, peneliti disarankan untuk mendiskusikan konsep tersebut dengan ahli-ahli yang kompeten di bidang konsep yang akan diukur; menanyakan definisi konsep yang akan diukur kepada calon responden, atau orang-orang yang memiliki karakteristik yang sama dengan responden. Untuk menguji validitas, penulis akan menyebarkan kuesioner yang terdiri dari 11 pertanyaan seputar majalah Lentera kepada anggota sampel, yaitu 98 orang mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti BP YCAB. Setelah data didapat kemudian dimasukkan ke dalam tabel tabulasi jawaban responden. Selanjutnya menghitung korelasi antara masing-masing pertanyaan dengan skor total dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*.

Karena ada 11 pertanyaan di dalam skala pengukur, maka ada 11 korelasi *product moment* yang dilakukan. Hasilnya adalah seperti berikut :

Pertanyaan no. 1 = 0,577

Pertanyaan no. 2 = 0,629

Pertanyaan no. 3 = 0,603

Pertanyaan no. 4 = 0,558

Pertanyaan no. 5 = 0,636

Pertanyaan no. 6 = 0,677

Pertanyaan no. 7 = 0,719

Pertanyaan no. 8 = 0,619

Pertanyaan no. 9 = 0,621

Pertanyaan no. 10 = 0,574

Pertanyaan no. 11 = 0,728

Secara statistik, angka korelasi yang diperoleh harus dibandingkan dengan angka kritik tabel korelasi nilai r , dengan melihat baris $N-2$. Karena responden dalam penelitian ini ada 98 orang, maka jalur yang dilihat adalah baris $98-2=96$ (masuk dalam baris 100). Untuk taraf signifikansi 5% angka kritik adalah 0,195, sedangkan untuk taraf signifikansi 1% angka kritik adalah 0,254. Berhubung angka korelasi yang diperoleh dari pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 11 adalah di atas angka kritik taraf 5% dan 1%, maka pertanyaan no. 1 sampai dengan no. 11 adalah signifikan. Hal ini berarti bahwa pertanyaan-pertanyaan tersebut memiliki validitas konstrak.

Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari variabel tingkat perhatian akan penulis masukkan ke dalam tabel tunggal. Data yang diperoleh dari variabel tingkat pengetahuan juga akan penulis masukkan ke dalam tabel tunggal. Untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi dari 2 variabel tersebut, penulis akan menggunakan tabel silang.

Hasil dan Pembahasan Produk Humas Internal

Produk yang dihasilkan oleh humas internal antara lain :

- Brosur : Berisi informasi tentang berbagai obat-obatan terlarang yang biasa disalah gunakan oleh pecandu.
- Booklet : Hampir sama isinya dengan brosur tetapi disini informasinya lebih lengkap sampai pada gejala atau ciri-ciri pecandu, bahasa yang mereka gunakan, dll.
- Spanduk : Dibuat untuk mengumumkan sesuatu, yang bersifat sewaktu-waktu.
- Poster : Dibuat untuk menginformasikan sesuatu, misalnya ketika YCAB mengadakan lomba atau acara seperti konser musik, dll. Biasanya poster ini ditempel di sekolah, universitas, atau tempat-tempat yang sesuai.
- Organization Profile : Terbentuk berdasarkan kolaborasi dari berbagai unit.
- Kartu Pos : Dimana terdapat gambar-gambar yang memberikan pesan moral untuk menjauhi narkoba.
- Majalah Lentera : Majalah yang tidak diperjualbelikan melainkan dibagikan secara Cuma-Cuma. Berisi tentang semua kegiatan yang dilakukan oleh YCAB, profil orang terkenal yang dapat menjadi contoh bagi generasi muda, pengalaman hidup, dll.

Majalah Lentera sebagai media informasi.

a. Lahirnya majalah Lentera

Majalah Lentera lahir pada bulan Februari 2001 atas ide atau usulan dari Departemen Humas YCAB, karena dianggap penting dan perlu untuk menyampaikan informasi dari YCAB kepada publik atau masyarakat awam agar lebih banyak lagi orang yang tahu dan mengenal keberadaan YCAB, sehingga dapat bersama-sama menyelamatkan generasi muda dari narkoba.

b. Tujuan diterbitkannya majalah Lentera.

Majalah Lentera diterbitkan bukan semata-mata hanya untuk menambah jumlah produk yang ada di dalam *internal communication*, tetapi memiliki peranan yang penting dalam arus komunikasi organisasi. Majalah Lentera berfungsi sebagai media untuk menyampaikan informasi dari YCAB kepada seluruh pihak yang menjalin kerjasama dengan YCAB juga masyarakat khususnya orangtua dan generasi muda.

c. Isi Majalah Lentera

Majalah Lentera selain berisi ulasan mengenai kegiatan yang telah diselenggarakan oleh YCAB juga ada *cover story*, yaitu artikel dari *public figure* yang menjadi cover majalah lentera tersebut, seperti pengalaman

atau kegiatan yang dilakukan yang berkaitan dengan masalah narkoba, AIDS, dll. Ada pula *News, profile, photo gallery, event calendar*, dll. Dipaparkan dalam dua bahasa yaitu, bahasa Indonesia dan bahasa Inggris sehingga informasi yang terkandung di dalamnya dapat diterima dengan jelas oleh orang Indonesia maupun orang asing yang menjadi *partner* YCAB. Komunikasi ini bersifat *mediated* (bermedia) satu arah (*one way traffic communication*) dari organisasi dengan metode jurnalistik cetak, yang berfungsi untuk menyampaikan informasi (*to inform*), yang bertujuan untuk merubah pendapat (*opinion change*) serta menciptakan pengetahuan kepada seluruh masyarakat.

Identitas Responden

Dalam penelitian identitas responden penulis mengadakan pembagian menjadi 4 golongan besar, yaitu berdasarkan jenis kelamin, usia, angkatan, dan fakultas.

Jenis Kelamin :

Penulis menetapkan 2 (dua) kategori yaitu; laki-laki dan perempuan. Hasilnya dapat dilihat pada Tabel 1

Tabel 1
Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	F	%
Laki-laki	42	42,9
Perempuan	56	57,1
Σ	98	100

Tabel 1 menunjukkan bahwa sebagian besar responden berjenis kelamin perempuan, yakni 57,1 %. Menurut data yang penulis dapatkan, mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti program BP YCAB lebih banyak perempuan. Oleh karena itu responden penelitian ini pun lebih dominann perempuan daripada laki-laki.

Usia

Penulis menetapkan 3 (tiga) kategori yaitu; 18 sampai 20 tahun, 21 sampai 23 tahun, dan diatas 23 tahun. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 2
Usia

Usia	F	%
18 – 20 tahun	47	47,9
21 – 23 tahun	38	38,8
>23 tahun	13	13,3
Σ	98	100

Tabel 2 menunjukkan sebagian besar responden berusia antara 18 – 20 tahun, yakni sebesar 47,9 %. Menurut penulis hal ini disebabkan karena responden yang berusia antara 18 sampai 20 tahun

cenderung lebih aktif mengikuti berbagai kegiatan kemahasiswaan di kampus dan masih aktif kuliah. Lain halnya responden yang berusia antara 21 sampai 23 tahun juga yang berusia diatas 23 tahun, mereka sebagian besar sedang berada di semester akhir atau dalam proses penyusunan tugas akhir.

Angkatan

Penulis menetapkan 5 (lima) kategori yaitu; tahun 2006, tahun 2005, tahun 2004, tahun 2003, dan tahun 2002. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 3
Angkatan

Angkatan	F	%
Tahun 2006	31	31,6
Tahun 2005	27	27,3
Tahun 2004	13	13,3
Tahun 2003	14	14,5
Tahun 2002	13	13,3
Σ	98	100

Tabel 3 menunjukkan sebagian besar responden termasuk angkatan tahun 2006, yakni sebesar 31,6 %. Diurutan kedua adalah angkatan 2005, yakni sebesar 27,3 %. Menurut penulis alasannya hamper sama dengan identitas responden dari faktor usia, karena cenderung mahasiswa yang masih dalam semester awal lebih mempunyai banyak waktu untuk mengikuti berbagai kegiatan kampus maupun luar kampus.

1. Fakultas :

Penulis menetapkan 4 (empat) kategori yaitu; teknik, ekonomi, sastra, dan ilmu komputer. Hasilnya dapat dilihat pada tabel dibawah ini :

Tabel 4
Fakultas

Fakultas	f	%
Teknik	17	17,3
Ekonomi	23	23,5
Sastra	23	23,5
Ilmu Komputer	35	35,7
Σ	98	100

Tabel 2 menunjukkan sebagian besar responden berasal dari fakultas ilmu komputer, yakni sebesar 35,7 %. Menurut penulis, hal ini dikarenakan jumlah mahasiswa dari fakultas ilmu komputer adalah yang paling besar atau banyak dibandingkan jumlah mahasiswa di fakultas lain secara keseluruhan di Universitas Bina Nusantara. Karena memang Universitas Bina Nusantara terkenal memiliki Fakultas Ilmu Komputer yang sangat banyak diminati dan bermutu.

Tingkat Perhatian

Penelitian terhadap tingkat perhatian didasarkan pada unsur-unsur berikut ini :

- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara berusaha untuk memiliki majalah Lentera
- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca sebagian besar isi majalah Lentera
- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera di tempat yang tenang
- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera dengan konsentrasi
- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara menandai dengan stabilo atau mengaris bawah bagian yang dianggap penting dalam majalah Lentera
- Mahasiswa Universitas Bina Nusantara membuat catatan kecil dari artikel yang dibacanya dalam majalah Lentera

Lebih lanjut penulis menetapkan atribut sebagai berikut :

Tabel 5

Tingkat Perhatian

Perhatian	F	%
Tinggi	72	73,5
Sedang	20	20,4
Rendah	6	6,1
Σ	98	100

Tabel 4 menunjukkan sebagian besar responden memiliki tingkat perhatian yang tinggi, yakni sebesar 73,5 %.

Tingkat Pengetahuan

Penelitian terhadap tingkat pengetahuan didasarkan pada unsur-unsur berikut ini :

- Apa yang terjadi (*what*) ?
- Dimana hal itu terjadi (*where*) ?
- Kapan peristiwa itu terjadi (*when*) ?
- Siapa saja yang terlibat (*who*) ?
- Kenapa hal itu terjadi (*why*) ?

Lebih lanjut penulis menetapkan atribut sebagai berikut :

- tinggi
- sedang
- rendah

Hasil penelitiannya dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 6

Tingkat Pengetahuan

Pengetahuan	F	%
Tinggi	75	76,5
Sedang	20	20,4
Rendah	3	3,1
Σ	98	100

Tabel 5 menunjukkan sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, yakni sebesar 76,5 %.

Hubungan Tingkat Perhatian dengan Tingkat Pengetahuan

Dalam meneliti hubungan tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan responden terhadap majalah Lentera, penulis menetapkan atribut sebagai berikut :

- tinggi
- sedang
- rendah

Adapun hasil penelitiannya dapat dilihat pada tabel silang berikut ini :

Tabel 7

Hubungan Tingkat Perhatian Dengan Tingkat Pengetahuan n = 98

X	Tinggi		Sedang		Rendah		Total	
	f	%	f	%	f	%	f	%
Tinggi	70	71,4	5	5,1	0	0	75	76,5
Sedang	2	2	15	15,3	3	3,1	20	20,4
Rendah	0	0	0	0	3	3,1	3	3,1
Total	72	73,4	20	20,4	6	6,2	98	100

X = tingkat perhatian

Y = tingkat pengetahuan

Berdasarkan perhitungan tabel 7 diatas dapat kita ketahui bahwa hasil penelitiannya adalah sebagai berikut :

- Responden yang memiliki tingkat perhatian tinggi memiliki tingkat pengetahuan tinggi terhadap majalah Lentera sejumlah 70 orang atau 71,4 %
- Responden yang memiliki tingkat perhatian tinggi memiliki tingkat pengetahuan sedang terhadap majalah Lentera sejumlah 2 orang atau 2 %
- Tidak ada responden yang memiliki tingkat perhatian tinggi memiliki tingkat pengetahuan rendah terhadap majalah Lentera

Dengan melihat pada hasil perhitungan tabel silang diatas, maka penulis menyimpulkan bahwa ada hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan responden terhadap majalah Lentera, yaitu jika responden memiliki tingkat perhatian yang tinggi maka tingkat pengetahuan mereka juga cenderung tinggi.

Uji Hipotesis

Untuk menguji hipotesis dilakukan dengan cara mengkorelasikan total jawaban variabel X dengan total jawaban variabel Y, dengan acuan tabel tabulasi jawaban responden. Dalam penelitian ini didapat $\Sigma X = 1469$ dan $\Sigma Y = 1243$, selanjutnya dikorelasikan

dengan menggunakan rumus teknik korelasi *product moment*. Maka didapat $r = 0,99$.

Hasil perhitungan nilai r tadi kemudian dimasukkan dalam rumus t hitung.

Adapun rumus t hitung adalah sebagai berikut :

$$\begin{aligned} T \text{ hitung} &= \frac{\sqrt{r} \times (n-2)}{\sqrt{1 - (r)^2}} \\ &= \frac{\sqrt{0,99} \times (98-2)}{\sqrt{1 - (0,99)^2}} \\ &= \frac{\sqrt{0,99} \times 96}{\sqrt{1 - 0,9801}} \\ &= \frac{\sqrt{95,04}}{\sqrt{0,0199}} \\ &= \frac{9,749}{0,141} \\ &= 69,142 \end{aligned}$$

Dari hasil yang didapat kemudian dibandingkan dengan tabel nilai-nilai dalam distribusi t , yang terdapat dalam buku Metode Penelitian Bisnis karangan Sugiyono (1999; 316). Karena dalam penelitian ini jumlah sampel adalah 98, maka masuk dalam baris 60 dengan perkiraan kesalahan 0,05%. Nilai distribusi t nya adalah 2,000. Hasil perhitungan t hitung yg telah didapat adalah 69,142, lebih besar dari nilai distribusi t . Hal ini menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sangat kuat dari dua variabel yang diteliti. Bila penulis menghubungkan hasil penelitian dengan hipotesis yang berbunyi “jika tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara tinggi maka tingkat pengetahuannya pun tinggi”, maka berarti hipotesis tersebut teruji. Kesimpulan yang penulis dapatkan dari keseluruhan hasil penelitian yang telah dijabarkan adalah :

- Sebagian besar responden adalah perempuan, yaitu 56 orang atau 57,1 %
- Sebagian besar responden berusia antara 18 – 20 tahun, yaitu 47 orang atau 47,9 %
- Sebagian besar responden adalah angkatan 2006, yaitu 31 orang atau 31,6 %
- Sebagian besar responden berasal dari fakultas ilmu komputer, yaitu 35 orang atau 35,7 %
- Sebagian besar responden memiliki tingkat perhatian yang tinggi terhadap majalah Lentera, yaitu 72 orang atau 73,5%
- Sebagian besar responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, yaitu 75 orang atau 76,5%
- Ada hubungan yang kuat antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan

mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera

Variabel X (tingkat perhatian) dan Y (tingkat pengetahuan) telah diuji dengan menggunakan metode survey, yakni dengan menyebarkan kuesioner kepada 98 mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti BP YCAB. Kuesioner penelitian tersebut berisi 11 pertanyaan seputar perhatian dan pengetahuan mahasiswa terhadap majalah Lentera.

Inti dari penelitian survey ini adalah untuk mengetahui tingkat perhatian dan tingkat pengetahuan responden. Untuk tingkat perhatian, hasil penelitian menunjukkan bahwa 73,5 % responden memiliki tingkat perhatian yang tinggi, 20,4 % sedang, dan 6,1 % rendah. Sedangkan untuk tingkat pengetahuan, hasil penelitian menunjukkan 76,5 % responden memiliki tingkat pengetahuan yang tinggi, 20,4 % sedang, dan 3,1 % rendah.

Disini penulis melihat walaupun bersifat heterogen tetapi sebagian besar responden mempunyai tingkat perhatian dan tingkat pengetahuan yang tinggi terhadap majalah Lentera. Menurut Kenneth E. Anderson, yang dikutip oleh Rakhmat (2001; 52) : “Perhatian terjadi bila kita mengkonsentrasikan diri pada salah satu alat indra kita”. Ada pula pendapat dari Peter dan Olson (1999; 108) : “Perhatian berkonotasi dengan kesadaran. Mengamati suatu rangsangan, berarti sadar akan hal itu. Perhatian juga menyatakan intensitas dan ketertarikan”. Penulis menyetujui pendapat dari para ahli diatas, bahwa perhatian dapat terbentuk atau terjadi karena salah satu alat indra kita mendapat rangsangan, dan kita secara sadar memiliki ketertarikan dan intensitas pada stimuli. Kemudian mengkonsentrasikan diri pada stimuli atau objek tersebut.

Jika dikaitkan dengan penelitian ini, maka stimuli atau objeknya adalah majalah Lentera, alat indra yang terkena rangsang adalah mata. Ketertarikan dan intensitas yang dilakukan pada stimuli adalah membacanya dengan konsentrasi. Menurut Bartens (2005; 69) : “Pada umumnya tujuan utama waktu membaca adalah mencari informasi”. Penulis sependapat dengan pernyataan diatas, mahasiswa Universitas Bina Nusantara membaca majalah Lentera untuk mencari atau mendapatkan informasi yang dapat meningkatkan pengetahuannya mengenai narkoba, kehidupan remaja dan YCAB. Hal ini juga sesuai dengan teori yang dikutip oleh Soekanto (2002; 6) : “Yang dimaksudkan dengan pengetahuan adalah kesan di dalam pikiran manusia sebagai hasil penggunaan panca indranya, ...”.

Jadi, menurut penulis ada hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan. Ada hubungan disini maksudnya adalah ada pengaruh atau efek dari tingkat perhatian yang dimiliki oleh

mahasiswa pada majalah Lentera terhadap tingkat pengetahuan mereka.

Kesimpulan

Komunikasi merupakan salah satu kegiatan utama dalam lingkup organisasi atau perusahaan. Komunikasi melibatkan arus penyampaian informasi dari organisasi atau perusahaan kepada khalayaknya. Untuk itu, humas YCAB menggunakan majalah Lentera sebagai media komunikasi untuk menyampaikan informasi dan program-program serta kegiatan YCAB. Dalam penelitian ini, masalah penelitian yang diangkat adalah : hubungan antara tingkat perhatian dengan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera YCAB. Penelitian ini menggunakan desain deskriptif korelatif, yang bertujuan untuk menemukan hubungan antara variabel pertama dengan variabel kedua. Dalam penelitian ini ada dua variabel, yakni variabel tingkat perhatian (X) dan variabel tingkat pengetahuan (Y). Untuk variabel X, bahan penelitian yang digunakan penulis adalah mahasiswa Universitas Bina Nusantara, unit analisisnya adalah individu. Dan untuk variabel Y, bahan penelitian dan unit analisis yang digunakan penulis sama dengan variabel X.

Perhatian terhadap majalah Lentera yang dimaksud disini adalah bahwa mahasiswa perhatian jika mereka membaca majalah Lentera secara mendalam, tidak hanya sepintas sehingga mereka dapat memiliki pengetahuan. Dengan kata lain mereka dapat mengidentifikasi atau mencirikan informasi yang telah didapat dari apa yang dibacanya. Hal tersebut telah penulis uji dengan teknik survey yang menggunakan kuesioner yang berisi 11 pertanyaan yang dapat mengukur tingkat perhatian dan tingkat pengetahuan. Kuesioner disebarkan kepada 98 mahasiswa Universitas Bina Nusantara yang telah mengikuti BP YCAB. Data yang diperoleh dari variabel tingkat perhatian akan penulis masukkan ke dalam tabel tunggal. Begitu pula dengan variabel tingkat pengetahuan. Untuk mengetahui apakah ada hubungan atau korelasi dari 2 variabel tersebut, penulis akan menggunakan tabel silang.

Penulis mendapatkan hasil bahwa tingkat perhatian mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera tinggi, yaitu 73,5% dan tingkat pengetahuan mahasiswa Universitas Bina Nusantara terhadap majalah Lentera juga tinggi, yaitu 76,5%. Hal tersebut menghasilkan penelitian yang korelasional, yakni jika mahasiswa memiliki perhatian terhadap majalah Lentera, dengan cara membacanya secara mendalam dengan berkonsentrasi, maka akan menimbulkan mahasiswa tersebut memiliki pengetahuan yang tinggi pula.

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro & Lukiati Komala Erdinaya, "Komunikasi Massa Suatu Pengantar", Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2005.
- Bertens, K., "Metode Belajar Untuk Mahasiswa Beberapa Petunjuk Bagi Mahasiswa Baru", PT Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2005
- Cangara, Hafied, "Pengantar Ilmu Komunikasi", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2004.
- Djaja, Danan, "Peranan Humas Dalam Perusahaan", Alumni Bandung, 1985.
- Effendy, Onong Uchjana, "*Human Relations dan Public Relations* dalam Manajemen", Mandar Maju, Bandung, 1989.
- Effendy, Onong Uchjana, "Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek", Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.
- Hasan, Iqbal, Pokok-pokok "Materi Metodologi Penelitian dan Aplikasinya", PT Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002.
- I Gusti, Ngurah Putra, *Management Human*, Universitas Atmajaya Yogyakarta, Yogyakarta, 1999.
- Kapadia, Mahesh, "Memperkuat Memori", PT Bhuana Ilmu Populer Kelompok Gramedia, Jakarta, 2006.
- Kusumastuti, Frida, "Dasar-Dasar Humas", PT Ghalia Indonesia, Jakarta, 2002.
- Mulyana, Deddy, "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2002.
- Peter, J. Paul dan Jerry C. Olson, "Consumer Behaviour Perilaku Konsumen dan Strategi Pemasaran", Erlangga, Jakarta, 1999.
- Poedjawijatna, "Tahu dan Pengetahuan Pengantar ke Ilmu dan Filsafat", PT Rineka Cipta, Jakarta, 2004.
- Rakhmat, Jalaluddin, Metode Penelitian Komunikasi, PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2005.
- Rakhmat, Jalaluddin, "Psikologi Komunikasi", PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2001.
- Sendjaja, Sasa Djuarsa, "Pengantar Komunikasi", PT Remaja Rosdakarya, Bandung, 2004.

- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, "Metode Penelitian Survey, LP3ES, Jakarta, 1989.
- Singarimbun, Masri & Sofian Effendi, "Metode Penelitian Survey", LP3ES, Jakarta, 1995.
- Soekanto, Soerjono, "Sosiologi Suatu Pengantar", PT Raja Grafindo Persada, Jakarta, 2002.
- Sugiyono, "Statistika Untuk Penelitian", 2002.
- Syafie, Inu Kencana, "Pengantar Filsafat", PT Refika Aditama, Bandung, 2004.
- Tondowidjojo, John, "Dasar dan Arah Public Relations", PT Grasindo, Jakarta, 2002.
- Vardiansyah, Dani, "Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", PT Indeks, Jakarta, 2005.
- Venus, Antar, "Manajemen Kampanye", Simbiosis Rekatama Media, Bandung, 2004.
- Wiryanto, "Pengantar Ilmu Komunikasi", PT Grasindo, Jakarta, 2004.

Sumber Lain :

- Badudu, J.S. & Sutan Mohammad Zain, "Kamus Umum Bahasa Indonesia", Pustaka Sinar Harapan, Jakarta, 1996.
- Dagun, Save M., "Kamus Besar Ilmu Pengetahuan", Golo Riwu, Jakarta, 1997.
- Effendy, Onong Uchjana, "Kamus Komunikasi", CV Mandar Maju, Bandung, 1989.