MEDIA PETERNAKAN (1988), 13 : 37 - 50

HUBUNGAN BEBERAPA KARAKTERISTIK PEMBACA "POULTRY INDONESIA" DI KABUPATEN DAN KOTAMADYA BOGOR DAN FREKUENSI MEREKA MEMBACA MAJALAH TERSEBUT

oleh

Hadiyanto dan Amri Jahi

Fakultas Peternakan, Institut Pertanian Bogor

ABSTRACT. The objective of the study was to determine (1) reader characteristics of "Poultry Indonesia" magazine, (2)kind of articles that they read, (3) their motivation to read "Poultry Indonesia" magazine, (4) the relationship of motivation and reading frequency of "Poultry Indonesia" magazine, and (5) the relationship of reader characteristics and reading frequency of "Poultry Indonesia" magazine.

Result of the study indicated the male, young age, completed senior high school, have no job, have no poultry, living in the city, frequently speaking, innovatif, and not as member of organization were dominance characteristics of reader of "Poultry Indonesia".

Ilmiah populer, laporan khusus, laporan utama, and opini were kind of articles that read by "Poultry Indonesia" reader. Motivation to read "Poultry Indonesia" were : to increased knowledge, to knew poultry innovat on, to seek the news, to increased knowledge skill, and seek materials for discussion.

The relationship of motivation, speaking habit, innovativeness and reading frequency of "Poultry Indonesia" were very significant. The relationship of level of education and reading frequency, and the relationship of membership on organization and reading frequency of "Poultry Indonesia" were significant.

RINGKASAN. Penelitian ini bertujuan untuk (1) menentukan karakteristik pembaca "Poultry Indonesia", (2) menentukan jenis artikel yang mereka baca, (3) menentukan motivasi mereka membaca majalah tersebut, (4) menentukan hubungan motivasi dan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" dan (5) menentukan hubungan karakteristik pembaca dengan frekuensi mereka membaca majalah tersebut.

Hasilnya menunjukkan bahwa, karakteristik pembaca yang dominan ialah: jenis kelamin laki-laki, umur muda, tingkat pendidikan yang telah dicapai SMTA, belum bekerja, tidak beternak ayam ras, tinggal di kota, berbicara dalam forum kadang-kadang, terbuka terhadap inovasi peternakan, dan tidak mengikuti organisasi tertentu.

Artikel majalah "Poultry Indonesia" yang sering dibaca antara lain: ilmiah populer, laporan khusus, laporan utama, dan opini. Motivasi pembaca "Poultry Indonesia" membaca majalah tersebut ialah : untuk menambah pengetahuan, mengetahui inovasi peternakan, mencari berita, menambah ketrampilan beternak dan mencari bahan pembicaraan.

Terdapat hubungan yang kuat antara motivasi membaca dan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia". Kebiasaan berbicara dalam suatu forum dan keterbukaan terhadap inovasi peternakan mempunyai hubungan yang kuat dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia". Tingkat pendidikan yang telah dicapai mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia". Sementara itu, keikutsertaan dalam suatu organisasi menunjukkan hubungan yang moderat dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia".

PENDAHULUAN

Peranan media massa cetak dalam pembangunan pertanian dewasa ini semakin penting artinya, terutama dalam rangka menumbuhkan gairah usaha dan bekerja bagi petani di pedesaan. Peranan ini akan semakin nyata apabila informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan petani dan disajikan dalam bentuk yang dapat dipahami dan digunakan oleh seluruh petani yang memerlukannya.

Bagi peternak yang terlibat langsung dalam bidang perunggasan misalnya, kebutuhan akan pesan-pesan pembangunan peternakan seharusnya dapat diperoleh melalui media cetak seperti majalah "Poultry Indonesia". Didalamnya disajikan berbagai artikel, yang salah satu diantaranya berupa artikel ilmiah populer.

Informasi tentang pembaca "Poultry Indonesia" sampai saat ini belum diketahui secara jelas, sehingga pertanyaan siapa yang memanfaatkan majalah tersebut masih belum terjawab secara tegas. Padahal informasi serupa ini sangat penting agar majalah tersebut dapat bertahan dan berkembang.

Diduga bahwa khalayak pembaca media cetak seperti majalah "Poultry Indonesia" terdiri atas kelompok masyarakat yang heterogen dengan karakteristiknya masing-masing. Perilaku khalayak pembaca juga diduga didorong oleh motif-motif tertentu. Motivasi tersebut selanjutnya merangsang timbulnya tindakan mencari informasi melalui membaca "Poultry Indonesia". Sesuai dengan pengalaman individualnya mungkin saja ada motivasi membaca yang berbeda, yang kemudian tercermin dalam perbedaan pesan yang dibaca, baik jenis maupun frekuensinya.

Berdasarkan permasalahan yang diungkapkan di atas, maka tujuan penelitian ini dapat dirumuskan antara lain :

1. Untuk menentukan karakteristik pembaca majalah "Poultry Indonesia"
2. Untuk menentukan jenis artikel apa saja yang dibaca oleh pembaca majalah tersebut
3. Untuk menentukan motivasi pembaca membaca majalah tersebut
4. Untuk menentukan hubungan motivasi pembaca dan frekuensi mereka membaca artikel majalah "Poultry Indonesia"
5. Untuk menentukan hubungan beberapa karakteristik terpilih pembaca dan frekuensi mereka membaca artikel majalah "Poultry Indonesia".

Pengertian dan Fungsi Media Massa Cetak

Rogers dan Svenning (1969) mengungkapkan bahwa media massa ialah seluruh alat penyampaian pesan yang melibatkan mekanisme untuk mencapai kahalayak yang luas dan tak terbatas. Media tersebut dapat berupa cetakan maupun media elektronik. Sementara Niehoff (1969) memberikan pengertian yang lebih luas, bahwa media massa ialah alat yang digunakan untuk memindahkan informasi kepada publik dan sekaligus mempengaruhi opini publik melalui pesan-pesannya.

Emery et al. (1969) berpendapat, bahwa majalah sebagai salah satu bentuk media massa cetak diterbitkan untuk menyebarluaskan informasi atau ide-ide. Selain itu juga dapat berfungsi sebagai hiburan dan mempengaruhi pembaca melalui editorial dan sejumlah pesan-pesan persuasif. Dikatakan selanjutnya, bahwa banyak sekali tipe-tipe majalah diterbitkan yang ditujukan kepada masyarakat luas. Tipe-tipe majalah tersebut antara lain ialah majalah keluarga, majalah berita, majalah bisnis dan majalah industri. Di samping itu ada juga majalah khusus seperti "Farm Journal", "Succesfull Farming" yang ditunjukkan kepada khalayak tertentu yang menaruh minat pada pertanian. Di Indonesia, majalah serupa ini misalnya "Trubus", "Ayam dan Telur" dan "Poultry Indonesia".

Effendi (1984) menegaskan bahwa majalah merupakan salah satu bentuk media massa disamping surat kabar, radio dan televisi. Fungsi media massa cetak antara lain ialah menyebarkan informasi atau berita, mendidik, menghibur dan mempengaruhi (Effendi, 1981). Dari penelitian Isbandi (1981) diketahui bahwa fungsi surat kabar antara lain ialah sebagai sumber berita, sumber bacaan, sumber bahan pembicaraan dan diskusi, dan sebagai bahan untuk melakukan tindakan tertentu.

Pembaca sebagai Sasaran Media Massa Cetak

Asheim (1975) mengungkapkan bahwa membaca majalah atau media cetak lainnya merupakan salah satu indikator perilaku komunikasi seseorang. Dalam hubungan ini Susanto (1976) mengungkapkan, pembaca sebagai khalayak sasaran media massa cetak secara tidak langsung berperan juga dalam mengarahkan media tersebut, sehingga pesan-pesan yang disajikan mencerminkan tuntutan pembaca. Dengan demikian keterlibatan seseorang dalam proses komunikasi, dapat diduga secara selektif mencari informasi dengan tujuan yang bermacam-macam.

Lebih jauh Effendi (1984) menyebutkan bahwa salah satu faktor yang mempengaruhi selektifitas pembaca ialah kerangka referensinya. Kerangka referensi pembaca dibentuk dalam dirinya sebagai hasil perpaduan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.

Uraian tersebut menunjukkan bahwa pembaca sebagai khalayak sasaran media massa cetak, bersifat aktif dan selektif dalam memanfaatkan media komunikasi ini. Pemilihan pesan-pesan tersebut disebabkan adanya kebutuhan yang berbeda setiap individu.

Karakteristik Pembaca

McLeod dan O'Keefe Jr. (1972) menyatakan bahwa variabel demografik seperti jenis kelamin, umur dan status sosial merupakan indikator yang digunakan untuk menerangkan perilaku komunikasi seseorang.

Sebagai misal, seorang perempuan mungkin akan lebih selektif bila dibandingkan dengan laki-laki ketika membaca.

NewComb et al. (1978) menyatakan bahwa karakteristik individu yang perlu diperhatikan antara lain ialah, umur, jenis kelamin, tingkat pendidikan, status sosial ekonomi, bangsa, agama dan lain-lain. Kotler (1980) menyebutkan karakteristik tersebut sebagai karakteristik derografik. Selanjutnya Kotler (1980) menyebutkan juga karakteristik psikografik yang patut diperhatikan, antara lain ialah gaya hidup dan kepribadian.

Motivasi dan Kebutuhan Pembaca

Rogers dan Shoemaker (1971) yang mengutip pendapat Hassinger mengatakan bahwa mencari pengetahuan bukan merupakan aktivitas yang pasif akan tetapi didorong oleh inisiatif individu, dan adanya predisposisi individual akan mempengaruhi perilaku komunikasi seseorang. Dorongan yang dimaksud disini tidak lain ialah motivasi individu itu sendiri. Motivasi mempunyai tingkatan-tingkatan yang mengekspresikan kebutuhan fisiologis, sekuriti, cinta kasih dan paksaan. Dengan demikian dorongan ataupun motivasi dapat timbul dari dalam diri orang itu sendiri ataupun dari luar (Nasoetion, 1977).

McGuire (1974) menerangkan bahwa konsumsi media massa pada hakekatnya timbul karena adanya motivasi tertentu untuk memenuhi kebutuhan. Sementara Ralph Linton (Dirgagunarsah, 1978) mengungkapkan, salah satu kebutuhan manusia ialah kebutuhan akan pengalaman baru yang memberikan kesempatan untuk mengetahui, mengalami atau mempelajari sesuatu yang baru. Hal ini misalnya tercermin dalam motivasi belajar, membaca surat kabar dan majalah atau mendengarakan radio.

Beberapa Hasil Studi tentang Karakteristik dan Motivasi Khalayak Sasaran Media Massa

Greenberg (1974) yang meneliti motif menonton televisi anak-anak sekolah di London melaporkan bahwa anak-anak tersebut menonton televisi untuk mengisi waktu luang, melupakan kesulitan, mempelajari diri, memberikan rangsangan, bersantai, mencari persahabatan, dan kebiasaan saja.

Lazarsfeld dan Kendall (1975) menemukan bukti bahwa pendidikan formal mempengaruhi seseorang untuk berlangganan media massa atau tidak, termasuk juga mendengarkan radio. Schramm dan Roberts (1977) mengungkapkan bahwa seseorang yang lebih dewasa memilih lebih banyak berita-berita dan informasi melalui televisi dan lebih banyak mencari informasi penting dalam majalah-majalah.

Isbandi (1981) menemukan fakta bahwa motivasi pembaca surat kabar "Kartika Minggu" antara lain mencari informasi, menambah pengetahuan, menyebarkan isi pesan dan untuk bahan pembicaraan atau diskusi.

METODE PENELITIAN

Populasi dan Sampel

Penelitian ini dilakukan di Kabupaten Bogor dan Kotamadya Bogor. Populasi yang berhasil diidentifikasi sebanyak 85 orang pembaca "Poultry Indonesia". Sampel yang diambil sebanyak 35 orang, masing-masing 12 orang yang tinggal di wilayah Kabupaten Bogor dan 23 orang yang tinggal di Kotamadya Bogor.

Desain

Penelitian ini didesain sebagai suatu survai deskriptif korelasional yang menekankan pada upaya untuk mengidentifikasi karakteristik pembaca, artikel-artikel yang mereka baca dan motivasi mereka membaca majalah "Poultry Indonesia".

Instrumentasi

Hanya ada satu instrumen yang digunakan untuk mengumpulkan data yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Instrumen tersebut berupa kuesioner.

Pengumpulan dan Analisa Data

Pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan selama satu bulan, yaitu dari bulan Agustus sampai dengan September 1985. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis menurut produser statistik seperti distribusi frekuensi dan analisis hubungan. Produser yang digunakan untuk analisis hubungan ialah korelasi jenjang Spearman dan uji korelasi Kendall (Siegel, 1956).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Karakteristik Pembaca "Poultry Indonesia"

Hasil penelitian tentang karakteristik pembaca majalah "Poultry Indonesia" selengkapnya disajikan pada Tabel 1. Menurut tabel tersebut, dari 35 responden yang dilibatkan dalam penelitian ini, 54 persen laki-laki dan 46 persen perempuan. Tampak bahwa pembaca laki-laki lebih banyak daripada pembaca perempuan.

Menurut Tabel 1 dari 35 responden yang dilibatkan dalam penelitian ini diketahui bahwa responden yang berusia muda lebih banyak dari responden yang berusia tua, yaitu masing-masing 66 persen dan 34 persen. Sedangkan dari segi pendidikan menunjukkan, sebagian besar (71 persen) telah menyelesaikan pendidikan SMTA dan sebanyak 17 persen tamatan perguruan tinggi, sedangkan yang telah menamatkan SD dan SMTP hanya sekitar 11 persen.

Dari Tabel 1 juga diketahui lebih jauh, bahwa sebanyak 60 persen responden masih belum bekerja karena masih menuntut ilmu. Selebihnya, Tabel 1. Distribusi Karakteristik Pembaca "Poultry Indonesia"

No.	Karakteristik Pembaca	Jumlah	Persentase
1.	Jenis Kelamin :		
	Laki-laki	19	54.28
	Perempuan	16	45.72
2.	U m u r :		
	Muda (21--30 th)	23	65.71
	Tua (30 th)		
3.	Tingkat Pendidikan :		
	SD atau SMP	4	11.43
	SMA	25	71.43
	PT	6	17.14
4.	Pekerjaan Pokok :		
	Pegawai/pensiunan	5	14.29
	Peternak	9	25.71
	Masih Kuliah	21	60.00
5.	Beternak/tidak beternak :		
	Beternak	11	31.43
	Tidak Beternak	24	68.57
6.	Lokasi Tempat Tinggal :		
	Kota	23	65.71
	"Sub-urban" 9	5	14.29
	Desa	7	20.00
7.	Kebiasaan Berbicara :		
	Sering-selalu	11	31.43
	Kadang-jarang	17	48.57
	Hampir tidak pernah	7	20.00
8.	Keterbukaan thd. Inovasi :		
	Terbuka	26	74.28
	Kurang Terbuka	9	25.72
9.	Keikutsertaan dalam organisasi :		
	Mengikuti	12	34.29
	Tidak mengikuti	23	65.71

hampir 26 persen ialah peternak dan 14 persen lainnya ialah pegawai atau pensiunan. Akan tetapi secara keseluruhan, responden yang beternak mencapai 11 orang atau sekitar 31 persen. Berarti ada yang beternak sebagai usaha sambilan, sedangkan sisanya sebanyak 69 persen tidak beternak.

Dari segi lokasi tempat tinggal menunjukkan, hampir 66 persen responden bertempat tinggal di kota, sedangkan yang tinggal di desa hanya 20 persen saja dan 14 persen sisanya bertempat tinggal tidak jauh dari kota atau di daerah "suburban". Sementara itu sebanyak 11 responden (31 persen) mempunyai kebiasaan sering atau selalu berbicara dalam forum pertemuan. Hanya 49 persen yang kadang-kadang atau jarang berbicara dalam forum pertemuan dan sebanyak 20 persen yang hampir tidak pernah berbicara dalam forum pertemuan.

Dari Tabel 1 juga terungkap, sebagian besar responden (74 persen) memiliki sikap terbuka terhadap adanya inovasi peternakan. Hanya 26 persen saja yang kurang terbuka terhadap inovasi peternakan. Selanjutnya dalam aktivitas organisasi, terdapat 34 persen responden yang mengikuti organisasi, baik organisasi sosial maupun organisasi ekonomi. Sebagian besar, yaitu 66 persen tidak mengikuti kegiatan organisasi.

Jenis Artikel yang Dibaca

Ada 16 jenis artikel yang disajikan majalah "Poultry Indonesia". Hasil penelitian tentang artikel yang dibaca responden pembaca majalah "Poultry Indonesia" selengkapnya disajikan pada Tabel 2.

Tabel 2 menunjukkan bahwa setiap artikel memiliki jenjang yang berbeda, kecuali untuk artikel ekonomi dan info pasar yang memiliki jenjang sama. Apabila dipelajari lebih seksama, tampak bahwa artikel yang sering dibaca responden ialah antara lain : ilmiah populer, laporan khusus, laporan utama dan opini. Sementara itu artikel tentang perkembangan perunggasan dunia atau internasional hanya kadang-kadang saja dibaca oleh responden pembaca majalah "Poultry Indonesia".

Tabel 2. Jenjang dan Skor Rata-rata Artikel yang Dibaca Responden Pembaca "Poultry Indonesia"

Jenis Artikel	Jenjang	Skor Rata-rata
Ilmiah Populer	1	4.09
Laporan Khusus	2	3.85
Laporan Utama	3	3.74
Opini	4	3.69
Nasional	5	3.43
Berita	6	3.37
Figur	7	3.30
Progres	8	3.23
Ekonomi	9.5	3.11
Info Pasar	9.5	3.11
Suplemen	11	3.07
Bisnis	12	3.05
Daerah	13	3.00
Editorial	14	2.83
Poultry in Indonesia	15	2.57
Internasional	16	2.47

Skor artikel yang dibaca : 5 = selalu, 4 = sering, 3 = jarang 2 = kadang-kadang, 1 = hampir tidak pernah.

Motivasi Responden Membaca "Poultry Indonesia"

Hasil penelitian tentang motivasi responden membaca majalah "Poultry Indonesia" disajikan dalam Tabel 3. Dari Tabel 3 menunjukkan bahwa seluruh responden cenderung mengatakan bahwa mereka membaca majalah "Poultry Indonesia" untuk menambah pengetahuan, mengetahui inovasi peternakan, mencari berita , menambah ketrampilan beternak dan mencari bahan pembicaraan. Responden menyatakan kurang setuju apabila dikatakan bahwa mereka membaca majalah "Poultry Indonesia" semata-mata untuk mengisi waktu senggang.

Tabel 3. Jenjang dan Skor Rata-rata Motivasi Responden Membaca "Poultry Indonesia"

Indikator Motivasi	Jenjang	Skor Rata-rata
Menambah Pengetahuan	1	3.96
Mengetahui Inovasi Peternakan	2.5	3.95
Mencari Berita	2.5	3.95
Menambah Ketrampilan Beternak	4	3.77
Mencari Bahan Pembicaraan	5	3.63
Kebiasaan atau Hobi	6	3.50
Mencari Informasi Pasar	7	3.48
Mengisi Waktu Senggang	8	2.93

Skor indikator motivasi : 5 = sangat setuju, 4 = setuju, 3 = ragu-ragu, 2 = tidak setuju, 1 = sangat tidak setuju.

Hubungan Motivasi dan beberapa Karakteristik Responden dengan Frekuensi Membaca Artikel-artikel Majalah "Poultry Indonesia"

Untuk mengetahui hubungan antara motivasi dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" dan hubungan karakteristik responden dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" dianalisis dengan analisis korelasi jenjang Spearman dan korelasi Kendall. Hasil analisis ini secara ringkas disajikan dalam Tabel 4 berikut ini.

Untuk menentukan hubungan motivasi membaca dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" digunakan katagori peubah, yaitu responden yang memiliki motivasi tinggi dan responden yang memiliki motivasi rendah. Tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat derajat persetujuan yang kuat antara dua kelompok responden dalam menetapkan jenjang frekuensi artikel "Poultry Indonesia" yang dibaca dalam enam bulan terakhir.

Tabel 4 tersebut juga menunjukkan bahwa karakteristik pembaca yang berhubungan dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" dari yang paling kuat sampai moderat ialah : (1) kebiasaan responden berbicara dalam suatu forum, (2) keterbukaan terhadap inovasi peternakan,

(3) tingkat pendidikan yang telah dicapai, dan (4) keikutsertaan dalam suatu organisasi.

Bila dipelajari lebih lanjut maka terlihat pula bahwa jenis kelamin, umur, pekerjaan pokok, beternak atau tidak beternak, dan lokasi tempat tinggal mempunyai hubungan sangat lemah sampai lemah dengan frekuensi membaca artikel-artikel "Poultry Indonesia."

Tabel 4. Koefisien Korelasi Hubungan Antara Motipasi dan Karalteristik Responden dengan Frekuensi Membaca " Poultry Indonesia "

No.	Macam Hubungan	Koefisien Korelasi	Keterangan
01.	Motivasi dan Frekuensi	0.64	$p < 0.01$
02.	Jenis Kelamin dan Frekuensi	0.22	$p > 0.05$
03.	Umur dan Frekuensi	0.14	$p > 0.05$
04.	Tingkat Pendidikan dan Frekuensi	0.64	$p < 0.05$
05.	Pekerjaan Pokok dan Frekuensi	0.44	$p > 0.05$
06.	Beternak/Tidak Beternak dan Frekuensi	0.27	$p > 0.05$
07.	Tempat Tinggal dan Frekuensi	0.30	$p > 0.05$
08.	Kebiasaan Berbicara dan Frekuensi	0.74	$p < 0.05$
09.	Keterbukaan Terhadap Inovasi dan Frekuensi	0.72	$p < 0.01$
10.	Keikutsertaan dalam Organisasi dan Frekuensi	0.46	$p < 0.05$

KESIMPULAN

Hasil penelitian ini dapat memberikan kesimpulan sebagai berikut :

1. Karakteristik pembaca "Poultry Indonesia" yang dominan ialah; (1) Jenis kelamin laki-laki, (2) Umur muda, (3) Tingkat pendidikan yang telah dicapai SMTA, (4) Belum bekerja, (5) Tidak beternak ayam ras, (6) Bertempat tinggal di kota, (7) Berbicara dalam forum hanya kadang-kadang, (8) Terbuka terhadap inovasi peternakan, dan (9) Tidak mengikuti suatu organisasi tertentu.
2. Artikel majalah "Poultry Indonesia" yang sering dibaca antara lain: Ilmiah Populer, Laporan Khusus, Laporan Utama, dan Opini.
3. Motivasi pembaca membaca majalah "Poultry Indonesia" antara lain : untuk menambah pengetahuan, mengetahui inovasi peternakan, mencari berita, menambah ketrampilan beternak, dan mencari bahan pembicaraan.
4. Terdapat hubungan yang kuat antara motivasi membaca dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" (r_s = 0.64 sangat nyata $P < 0.01$).
5. Kebiasaan pembaca berbicara dalam suatu forum dan keterbukaannya terhadap inovasi peternakan mempunyai hubungan yang kuat dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia". Sementara tingkat pendidikan yang telah dicapai mempunyai hubungan yang cukup kuat dengan frekuensi membaca artikel "Poultry Indonesia" (r_s = 0.72, nyata $P < 0.05$).

DAFTAR PUSTAKA

Asheim, L., 9175. Portrait of the Book Reader as Depicted in Current Research, dalam : W. Schramm Editor, Mass Communications, edisi kedua. University of Illinois Press. Urbana.

Dirgagunarsah, S., 1978. Pengantar Psikologi. Mutiara. Jakarta.

Effendi, O.U., 1981. Dimensi-dimensi Komunikasi. Penerbit Alumni. Bandung.

____________, 1984. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Remadja Karya Bandung.

Emery, E., P.H. Ault dan W.K. Agee, 1969. Introduction to Mass Communication, edisi kedua. Dodd Mead and Company, Inc. New York.

Greenberg, B.S., 1974. Gratifications of Television Viewing and Their Correlates for British Children, dalam : J.G. Blumler dan E. Katz Editor, The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Sage Annual Review of Communication Research Volume III. Sage Publications, Inc. Beverly Hills, California.

Isbandi, 1981. Peranan media massa koran di pedesaan Jawa Tengah. Thesis Sekolah Pasca Sarjana, Institut Pertanian Bogor. Bogor.

Kotler, P., 1980. Marketing Management. Analysis, Planning and Control, edisi keempat. Prentice Hall, Inc. Englewood Cliffs.

Lazarsfeld, P.F. dan P. Kendall, 1975. The Communication Behavior of the Average American, dalam : W. Schramm Editor, Mass Communications, edisi kedua. University of Illinois Press. Urbana.

McGuire, S.J., 1974. Psychological Motives and Communication Gratification, dalam : J.G. Blumler dan E. Katz Editor, The Uses of Mass Communications. Current Perspectives on Gratifications Research. Sage Annual Review of Communication Research volume III. Sage Publications, Inc. Beverly Hills, California.

McLeod dan O'Keefe Jr., 1972. The Socialization Perspective and Communication Behavior, dalam : F.G. Kline dan P.J. Tichenor Editor, Current Perspectives on Communication Research. Sage Annual Review of Commu Communication Research Volume I. Sage Publications, Inc. Beverly Hills, California.

Nasoetion, S., 1977. Didaktik Azas-azas Mengajar. C.V. Jemmars. Bandung.

NewComb, T.T., R.H. Turner dan P.E. Converse, 1978. Psikologi sosial, terjemahan : J. Noesjirwan et al. C.V. Diponegoro. Bandung.

Niehoff, A.H., 1969. A Case Book of Social Change. Aldine Publishing Company. Chicago.

Rogers, E.M. dan F.F. Shoemaker, 1971. Communication of Innovation. A Cross Cultural Approach, edisi kedua, The Free Press. New York.

—————, dan L. Svenning , 1969. Modernization among Peasants. The Impact of Communication. Holt Rinehart and Winston, Inc. New York.

Schramm, W. dan D.M. White, 1977. The Process and Effect of Mass Communication, edisi revisi. The University of Illinois Press. Urbana.

Siegal, S., 1956. Non Parametric Statistics for the Behavioral Sciences. McGraw-Hill Book Company. New York.

Susanto, A.S., 1976. Filsafat Komunikasi. Bina Cipta. Bandung.