

# Efektivitas Pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo

Erwin Leonardo, Gatut Priyowidodo, & Megawati Wahjudianata, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

*m51415065@john.petra.ac.id*

## Abstrak

Partai Persatuan Indonesia, atau yang dikenal sebagai Partai Perindo, adalah partai baru yang didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo selaku ketua umum Perindo. Hary Tanoe yang juga adalah pemilik dari MNC Group, juga dengan gencarnya melakukan sosialisasi dan kampanye Perindo di berbagai MNC Media, termasuk salah satunya Global TV atau GTV. Tidak hanya menampilkan iklan kampanye dan mars Perindo, sosialisasi Perindo juga dilakukan dengan memberitakan kegiatan politik Perindo melalui program berita MNC seperti Buletin iNews di GTV. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan efektivitas dari pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo.

**Kata Kunci:** Efektivitas pemberitaan, Buletin iNews GTV, Partai Perindo.

## Pendahuluan

Partai Persatuan Indonesia (Perindo) adalah partai politik yang didirikan oleh Hary Tanoesoedibjo, yang juga merupakan pengusaha dan pemilik MNC Group. Sebelumnya, Perindo hanyalah organisasi masyarakat yang kemudian resmi dinyatakan sebagai partai politik politik pada 7 Februari 2015, dengan Hary Tanoe sebagai ketua umum Perindo ([partaiperindo.com](http://partaiperindo.com)). Partai Perindo bertujuan untuk menjadikan Indonesia yang adil, makmur dan sejahtera berdasarkan Pancasila.

Perindo juga semakin dikenal karena iklan kampanye yang sedang gempargemparnya ditayangkan di beberapa stasiun televisi swasta, khususnya dari grup MNC Media. Salah satu iklan kampanye Perindo yang paling hangat dibicarakan adalah iklan mars Perindo, yang menjadi fenomenal karena mars tersebut turut dinyanyikan beberapa pemirsa TV. Iklan mars Perindo kemudian mendapat teguran oleh Badan Pengawas Pemilu atau Bawaslu melalui Komisi Penyiaran Indonesia atau KPI, dikarenakan sudah melanggar ketentuan kampanye politik. (CNN Indonesia, 2018, 23 Maret).

Meski begitu, Perindo juga melakukan kampanye politik lainnya dengan melakukan aksi sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi dan sosial. Kegiatan aksi sosial yang dilakukan Perindo adalah kebijakan yang dilakukan untuk mewujudkan tujuan Perindo menjadikan Indonesia makmur dan

sejahtera. Berbagai kegiatan yang dilakukan Perindo ini bahkan turut diberitakan di berbagai media berita MNC Group, antara lain Lintas iNews di MNC TV, Seputar iNews di RCTI, Buletin iNews di GTV, dan iNews di iNewsTV.

Meski bukan pertama kali ini terjadi, setidaknya terdapat berita yang meliput kegiatan suatu partai politik tertentu. Kegiatan Partai Perindo yang diliput melalui MNC Media tentang kegiatan sosial sendiri menuai pro dan kontra. Ketua Dewan Pers, Yosep Adi Prasetyo menghendaki pemberitaan harus mengungkap kebenaran dan komitmen pada kepentingan publik, kepentingan pribadi atau kelompok harus berada dibawah kepentingan publik. Meskipun MNC Media ataupun Partai Perindo belum mendapat teguran terkait dengan kampanye melalui berita, ketua dewan pers yang akrab dipanggil Stanley menjelaskan tidak boleh ada lembaga penyiaran yang dimanfaatkan pemiliknya demi kepentingan kelompok. KPI bersama dengan KPU juga berdiskusi tentang media partner dan media plan dalam memfasilitasi kampanye (Majalah ICT, 2019, 12 Februari).

Topik yang peneliti angkat dalam karya tulis ilmiah ini adalah “Efektivitas berita Buletin iNews di GTV tentang Periondo”. Penelitian ini mengambil referensi dari berbagai jurnal dan penelitian terdahulu yang mengambil tema tentang efektivitas. Seperti Sudrajat et. al (2015) bertemakan Efektivitas Penyelenggaraan e-Government pada Badan Pelayanan Perijinan Terpadu Kota Malang (2015). Penelitian yang dilakukan Sudrajat bertujuan menentukan efektivitas dari komunikasi organisasi yang dilakukan dengan metode penelitian deskriptif kuantitatif dengan hasil yang cukup efektif. Referensi lainnya adalah jurnal oleh Rafiah (2018) dengan tema Efektivitas Kegiatan Komunikasi dalam Penggunaan Aplikasi Line pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi. Jurnal yang ditulis Rafiah tersebut bertujuan menganalisis efektivitas komunikasi yang dilakukan dalam penelitian tersebut beserta memahami faktor penghambat dalam komunikasi tersebut. Penelitian yang dilakukan dalam jurnal tersebut dilakukan dengan metode deskriptif kualitatif dengan hasil penelitian menjawab efektivitas komunikasi kelompok dalam penelitian tersebut dengan adanya faktor penghambat komunikasi yang efektif dalam penelitian tersebut.

Referensi penelitian lainnya adalah skripsi dari Gosalim dengan Efektivitas Media Komunikasi dalam Sosialisasi Logo Baru Best Western Papilio Hotel Surabaya (2018). Penelitian Gosalim dilakukan untuk menggambarkan efektivitas media komunikasi terkait dengan berbagai jenis media (intranet, GSM, briefing, dan papan pengumuman). Jenis penelitian yang dilakukan adalah penelitian kuantitatif dengan metode survey, dan hasil penelitian menunjukkan efektif untuk setiap media yang digunakan berbeda-beda.

Berdasarkan berbagai jurnal dan penelitian dahulu yang menjadi referensi peneliti, yang menjadi research gap atau perbedaan penelitian karena penelitian ini mengambil kajian efektivitas dalam ilmu komunikasi yaitu efektivitas berita. Media komunikasi yang diteliti adalah media berita televisi sehingga tergolong dalam komunikasi massa. Penelitian ini juga memilih jenis penelitian kuantitatif dengan metode survey.

Berdasarkan fenomena tersebut, adapun rumusan masalah yang dikemukakan adalah: Bagaimanakah efektivitas pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo?

## Tinjauan Pustaka

### Efektivitas Pemberitaan

Efektivitas komunikasi dapat dinilai dari seberapa jauh kesamaan komunikator dengan komunikan dalam tataran pengetahuan, informasi, sikap hingga perilakunya (Pureklolon, 2018, p. 172). Komunikasi yang efektif adalah dengan menyampaikan pikiran dengan tepat agar gambaran dalam benak dan isi kesadaran dari komunikator dapat dimengerti, diterima bahkan dilakukan oleh komunikan (Effendy, 2005, p. 11).

Efektivitas berita adalah bagaimana informasi yang disampaikan dalam suatu berita bisa diterima dengan baik dan tepat sesuai tujuan. Charnley mengemukakan adanya standar kualitas berita yang efektif (Baksin, 2006, pp.51-52), antara lain pemberitaan yang efektif harus; (1) *Accurate* atau berisikan informasi yang tepat dan sesuai bagi target khalayak; (2) *Properly Attributed* yang berarti memerlukan informasi dari sumber atau narasumber yang kredibel dan terpercaya; (3) *Balanced and Fair* dimana berita yang disampaikan haruslah berimbang dan mencakup segala sisi menjadi gambaran keseluruhan peristiwa; (4) *Objective* dimana pemberitaan harus bersifat objektif dan bukan opini pribadi, mengandung kebenaran informatif sesuai kenyataan dan reliabel serta tidak terpotong atau bias, karena unsur yang paling penting dari ketepatan adalah kebenaran (Barus, 2010, p. 35); (5) *Brief and Focused* dimana berita dikemas dengan ringkas, padat dan langsung dengan pemilihan kata yang mudah dipahami dan dimengerti khalayak; serta (6) *Well Written* dimana berita yang disampaikan jelas, langsung, dan menarik.

### Komunikasi Politik dan Partai Politik

Komunikasi politik menurut Dahlan adalah kegiatan komunikasi yang bersifat politik, dengan akibat politik atau berpengaruh pada perilaku politik. Sedangkan komunikasi politik menurut Meadow dan Nimmo adalah pertukaran pesan, tanda dan lambang yang secara signifikan dibentuk oleh sistem politik, atau mempunyai dampak pada sistem politik (Cangara, 2016, p. 29).

Partai politik adalah golongan kelompok sosial yang memiliki kesamaan tertentu untuk mendapatkan hal yang dikehendaki atas dasar kepentingan masyarakat. Miriam Budiarto (Dasar-dasar Ilmu Politik, 2008, p.397) menjelaskan bahwa partai politik merupakan sarana bagi warga negara untuk ikut berpartisipasi dalam pembangunan negara. Dalam hal ini, rakyat menjadi faktor yang paling utama dalam proses politik

## Metode

### Konseptualisasi Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif dimaksudkan untuk pengukuran yang cermat terhadap fenomena sosial tertentu, yang dilakukan dengan adanya penggambaran atau penjelasan masalah yang dapat digeneralisasikan sebagai populasi yang diteliti (Singarimbun, 1989, p. 4). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode survei, yaitu mengambil sampel yang dianggap mewakili populasi tertentu. Metode survey dilakukan dengan menggunakan kuesioner sebagai alat pengumpul data pokok (Singarimbun, 1989, p. 4). Kuesioner adalah daftar pertanyaan yang harus diisi oleh responden (Krisyantono, 2006, p. 93).

Indikator yang digunakan dalam penelitian ini adalah indikator efektivitas kualitas berita yang terdiri dari *Accurate, Properly Attributed, Balanced and Fair, Objective, Brief Focused*, dan *Well Written* (Baksin, 2006, pp. 51-52).

### Subjek Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang mempunyai kesamaan kualitas atau karakteristik tertentu untuk dipelajari, sedangkan sampel adalah bagian dari karakteristik yang dimiliki populasi (Sugiono, 2012, pp. 80-81).

Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang tergolong dalam daftar pilihan Jawa Timur I, bersama dengan Sidoarjo. Sedangkan sampel yang dipilih adalah masyarakat beragam dengan usia 17 hingga 60 tahun yang mempunyai hak pilih dalam setiap kepentingan politik dan juga mempunyai kematangan dalam berpikir (Hurlock, 2004, p. 14).

Spesifikasi kriteria khusus sampel dalam penelitian ini adalah yang mengetahui tentang Partai Perindo sebagai partai politik yang diberitakan, mengetahui tentang Buletin iNews sebagai program berita televisi dan GTV (Global TV) sebagai kanal atau stasiun televisi yang memberitakan, serta pernah menyaksikan minimal 2 pemberitaan Buletin iNews GTV tentang Partai Perindo.

Berdasarkan data proyeksi penduduk Surabaya tahun 2019 melalui Badan Pusat Statistik Kota Surabaya ([surabayakota.bps.co.id](http://surabayakota.bps.co.id)), jumlah populasi penduduk yang sesuai dengan target peneliti adalah sebanyak 2,025,486 jiwa. Sehingga sampel yang ditentukan dengan menggunakan rumus Slovin adalah 100 responden (Krisyantono, 2006, p.160).

Teknik penarikan sampel yang digunakan adalah nonprobability sampling, yaitu tidak semua unit populasi memiliki kesempatan untuk dijadikan sampel penelitian dikarenakan sifat populasi yang heterogen (Bungin, 2009, p. 109). Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling, yaitu penentuan sampel dengan menggunakan pertimbangan tertentu (Sugiyono, 2011, p. 85).

### *Analisis Data*

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang, yang kemudian menjadi titik tolak dalam membuat pertanyaan atau pertanyaan yang harus diisi responden (Sugiyono, 2011, p. 93). Setiap pertanyaan atau pernyataan tersebut kemudian harus dijawab oleh responden dengan pilihan jawaban dari Sangat Tidak Setuju (STS), Tidak Setuju (TS), Netral (N), Setuju (S), dan Sangat Setuju (SS).

## Temuan Data

### Jenis Kelamin Responden

Tabel 1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase
Laki-laki	42	42%
Perempuan	58	58%
Total	100	100%

Berdasarkan data responden yang diperoleh, jumlah responden perempuan adalah sebanyak 58 orang (58%), sedangkan jumlah responden laki-laki adalah 42 orang (42%).

Tabel 2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Usia	Jumlah	Persentase
17-23 tahun	36	36%
24-30 tahun	19	19%
31-37 tahun	18	18%
38-44 tahun	24	24%
45 tahun keatas	3	3%
<b>Total</b>	100	100%

Berdasarkan temuan data profil di atas, usia responden terbanyak adalah yang berada dalam kisaran berusia 17-23 tahun, yaitu sebanyak 36 orang. Usia responden yang tebanyak kedua adalah dalam kisaran 38-44 tahun, yaitu sebanyak 24 orang. Dan responden paling sedikit adalah dari 45 tahun keatas yang cuma 3 orang. Usia responden yang kisarannya 24-30 tahun adalah 19 orang. Sedangkan usia responden yang kisarannya 31-37 tahun adalah 18 orang.

Tabel 3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Pekerjaan	Jumlah	Persentase
Mahasiswa/Pelajar	30	30%
Pegawai Negeri (PNS)	2	2%
Wiraswasta/Wirusaha	59	59%
Ibu Rumah Tangga	5	5%
Lain-lain	4	4%
<b>Total</b>	100	100%

Berdasarkan temuan tabel di atas, mayoritas responden yang peneliti temui adalah mereka yang berwirausaha sebanyak 59 orang, disusul dengan mahasiswa dan pelajar sebanyak 30 orang. Sisanya adalah responden yang bekerja sebagai ibu rumah tangga sebanyak 5 orang, pegawai negeri sebanyak 2 orang dan lain-lain sebanyak 4 orang.

Tabel 4. Karakteristik Responden Berdasarkan Frekuensi Lamanya Menonton TV

Frekuensi Lamanya	Jumlah	Persentase
Kurang dari 2 jam	43	43%
2 jam s/d 5 jam	54	54%
5 jam s/d 10 jam	2	2%
Lebih dari 11 jam	1	1%
<b>Total</b>	100	100%

Berdasarkan temuan tabel diatas, mayoritas dari responden menonton televisi dalam waktu 2 hingga 5 jam sehari (sebanyak 54 orang), disusul dengan responden yang menonton kurang dari 2 jam sehari (sebanyak 43 orang). Sedangkan mereka yang menonton televisi dalam waktu 5 hingga 10 jam sehari adalah sebanyak 2 orang dan yang lebih dari 11 jam sehari adalah 1 orang.

## Analisis dan Interpretasi

Analisis temuan penelitian tersebut dengan pengukuran *Mean*. Pembagian interval kelas menggunakan jumlah kategori terdiri dari Sangat Tidak Baik, Tidak Baik, Cukup, Baik, dan Sangat Baik. Adapun temuan dari uji indikator menentukan komunikasi tersebut efektif atau tidak efektif, ditentukan berdasarkan apakah komunikasi tersebut ditangkap atau diperoleh dengan baik, atau dengan kata lain adanya pemahaman yang sejalan (Suranto, dalam [www.uny.ac.id](http://www.uny.ac.id), 9 Februari 2007). Jika pemahaman dalam pemberitaan Buletin iNews tentang Perindo yang diterima khalayak atau *audience* terbilang Sangat Baik hingga Cukup, maka akan tergolong Efektif, sebaliknya jika pemahaman terbilang Tidak Baik, maka tergolong Tidak Efektif.

Tabel 5. Tabel Interval Kelas Berdasarkan Mean

Interval	Kategori	Hasil
5 sampai dengan 4,2	Sangat Baik	Efektif
4,1 sampai dengan 3,4	Baik	
3,3 sampai dengan 2,6	Cukup	
2,5 sampai dengan 1,8	Tidak Baik	Tidak Efektif

1,7 sampai dengan 1	Sangat Tidak Baik	
---------------------	-------------------	--

### Accurate

Tabel 6. *Accurate*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
1	Ketepatan Buletin iNews GTV dalam pemberitaan Perindo dapat diandalkan	4	6	37	44	9	3,48	Baik (Efektif)
2	Pemberitaan kegiatan Perindo mempunyai kesesuaian tema terkait masa pemilihan umum	2	6	24	61	7	3,65	Baik (Efektif)
Rata-rata							3,57	Baik (Efektif)

Berdasarkan temuan di atas, rata-rata yang diperoleh dalam indikator Accurate adalah 3,57 dengan hasil baik (efektif). Mean tertinggi ditemukan pada pernyataan kedua yaitu sebesar 3,65. Item pernyataan kedua memperoleh hitungan terbanyak S (Setuju) sebanyak 61 dengan hitungan terbanyak kedua N (Netral) sebanyak 24, dengan selisih sebesar 37. Terjadi perbedaan selisih yang cukup kontras dengan pernyataan pertama, dengan hitungan N sebanyak 37, hitungan S sebanyak 44 dan selisih antara N dan S sebesar 7.

### Properly Attributed

Tabel 7. *Properly Attributed*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
3	Kredibilitas narasumber pemberitaan Buletin iNews tentang Perindo dapat diandalkan	1	8	40	44	7	3,48	Baik (Efektif)
4	Pemberitaan Buletin iNews tentang Perindo menghadirkan narasumber yang dapat memiliki kompetensi terkait kegiatan Perindo	0	3	36	41	20	3,78	Baik (Efektif)
Rata-rata							3,63	Baik (Efektif)

Berdasarkan tabel di atas, rata-rata yang diperoleh adalah 3,63. Nilai mean tertinggi diperoleh pernyataan nomor 4, dengan mean sebesar 3,78. Pernyataan nomor 4, yaitu Pemberitaan Buletin iNews tentang Perindo menghadirkan

narasumber yang dapat memiliki kompetensi terkait kegiatan Perindo, memperoleh hitungan SS (Sangat Setuju) sebanyak 20, lebih banyak dari pernyataan nomor 3 dengan hitungan SS sebanyak 7.

### Balanced and Fair

Tabel 8. *Balanced and Fair*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
5	Pemberitaan Buletin iNews menyampaikan fakta dari kegiatan Perindo yang sudah berimbang dari segala sisi (cover both sides)	3	5	38	45	9	3,52	Baik (Efektif)
6	Pemberitaan Buletin iNews menyampaikan fakta dari kegiatan Perindo melalui narasumber dari internal atau anggota Perido	3	9	32	48	8	3,49	Baik (Efektif)
7	Pemberitaan Buletin iNews terhadap kegiatan Perindo melalui narasumber eksternal Perido berdasarkan fakta riil di lapangan	3	7	33	42	15	3,59	Baik (Efektif)
Rata-rata							3,53	Baik (Efektif)

Berdasarkan temuan tabel di atas, indikator *Balanced and Fair* mempunyai mean sebesar 3,53. Mean tertinggi terdapat pada pernyataan nomor 7, yaitu Pemberitaan Buletin iNews terhadap kegiatan Perindo melalui narasumber eksternal Perido berdasarkan fakta riil di lapangan, dengan rata-rata 3,59. Sedangkan mean terendah terdapat pada pernyataan nomor 6, yaitu Pemberitaan Buletin iNews menyampaikan fakta dari kegiatan Perindo melalui narasumber dari internal atau anggota Perido, dengan mean sebesar 3,49.

### Objective

Tabel 9. *Objective*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
8	Penyampaian berita Buletin iNews tentang Perindo bersifat objektif, faktual (nyata), jujur, sesuai dengan realitas dan	2	11	34	33	20	3,58	Baik (Efektif)

	dapat diandalkan							
9	Pemberitaan mengandung kebenaran, bersifat informatif dan relevan terhadap pilihan politik masyarakat.	2	10	32	40	16	3,58	Baik (Efektif)
10	Pemberitaan kegiatan Perindo disampaikan secara seimbang, netral, terbuka tanpa adanya opini pembuat	2	18	35	28	17	3,4	Baik (Efektif)
11	Narasumber yang terlibat dalam pemberitaan kegiatan Perindo menyampaikan informasi dengan seimbang dan netral	0	10	39	39	12	3,53	Baik (Efektif)
Rata-rata							3,52	Baik (Efektif)

Berdasarkan temuan di atas, mean indikator objective adalah 3,52. Adapun nilai mean terendah adalah pernyataan nomor 10, yaitu Pemberitaan kegiatan Perindo disampaikan secara seimbang, netral, terbuka tanpa adanya opini pembuat, dengan nilai 3,4.

### Brief Focused

Tabel 10. *Brief Focused*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
12	Berita yang disampaikan disusun secara ringkas dan langsung	1	7	26	53	13	3,7	Baik (Efektif)
13	Khalayak dapat mengerti dan memahami konteks / isi berita	2	7	28	58	9	3,61	Baik (Efektif)
Rata-rata							3,65	Baik (Efektif)

Berdasarkan temuan tabel diatas, rata-rata indikator Brief Focused adalah sebesar 3,65. Artinya pemberitaan dalam konteks ringkas dan fokus sudah baik (efektif). Penyusunan pemberitaan sudah dilakukan secara ringkas dengan langsung merujuk pada inti dari pesan yang disampaikan atau diberitakan, dan durasi penyampaianya tidak terlalu lama (1 hingga 2 menit).

## Well Written

Tabel 11. *Well Written*

No	Pernyataan	STS	TS	N	S	SS	Mean	Kategori (Hasil)
14	Pemberitaan Perindo oleh Buletin iNews menarik untuk diberitakan sesuai tema politik	3	10	31	41	15	3,55	Baik (Efektif)

Berdasarkan hitungan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa pemberitaan Buletin iNews mengenai Perindo dikemas dengan baik dan menarik. Hal ini juga karena Buletin iNews juga menggunakan momentum yang tepat dengan masa pemilihan politik sehingga mempunyai kesesuaian tema.

## Analisa Efektivitas

Tabel 12. Tabel Uji Indikator

Indikator	Mean	Kategori (Hasil)
<i>Accurate</i>	3,57	Baik (Efektif)
<i>Properly Attributed</i>	3,63	Baik (Efektif)
<i>Balanced and Fair</i>	3,53	Baik (Efektif)
<i>Objective</i>	3,52	Baik (Efektif)
<i>Brief Focused</i>	3,65	Baik (Efektif)
<i>Well Written</i>	3,55	Baik (Efektif)
Rata-rata	3,58	Baik (Efektif)

Berdasarkan tabel diatas, dapat disimpulkan bahwa hasil uji indikator efektivitas dalam penelitian secara keseluruhan menunjukkan kategori hasil yang baik (efektif), dengan mean rata-rata 3,58. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Efektivitas Pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo adalah baik.

## Simpulan

Berdasarkan analisis yang telah dilakukan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo tergolong efektif. Pemberitaan Buletin iNews di GTV tentang Perindo dapat diterima dengan baik oleh khalayak dan khalayak dapat menerima maksud pesan yang disampaikan dari pemberitaan tersebut.

Sehubungan dengan penelitian ini, peneliti berharap untuk penelitian selanjutnya dapat memantapkan teori perbandingan dan indikator efektivitas yang lainnya sebagai pertimbangan lebih dalam. Karena peneliti memahami adapun keterbatasan dalam penelitian yang dialami. Seperti studi tentang efektivitas komunikasi sebenarnya sudah ada, namun kebanyakan studi efektivitas komunikasi yang ditemui adalah mencakup iklan dan strategi pemasaran, yang berada pada ranahnya *Marketing Communication* atau *Marketing Public Relation*

(MPR). Sedangkan untuk efektivitas komunikasi massa masih sangat sedikit yang sudah ada studinya sehingga bahan referensi yang dicari akan susah dan terbatas.

## Daftar Referensi

- Baksin, A. (2006). *Jurnalistik Televisi: Teori dan Praktik*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Barus, S.W. (2010). *Jurnalistik: Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Jakarta: Erlangga.
- Budiarjo, Miriam. (2018). *Dasar-dasar Ilmu Politik: Edisi Revisi*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Bungin, B. (2009). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Airlangga University Press.
- Cangara, H. (2016). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Effendy, O.U. (2005). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hurlock, E.B. (2004). *Psikologi Perkembangan*. Jakarta: Erlangga.
- Krisyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Pureklolon, T.T. (2018). *Komunikasi Politik: Mempertahankan Integritas Akademisi, Politikus, dan Negarawan*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Singarimbun, M., & Effendi. (1989). *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta Sukardi.
- Suranto, A.W. (2007). *Komunikasi Efektif Untuk Mendukung Kinerja Perkantoran*. Yogyakarta: Universitas Negeri Yogyakarta.