

SIKAP MASYARAKAT SURABAYA TERHADAP TAYANGAN TALK SHOW “HITAM PUTIH” DI TRANS 7

Eddy Susanto, Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya

eddysusanto89@hotmail.com

Abstrak

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan talkshow “Hitam Putih” di Trans7. Peneliti tertarik melakukan penelitian karena program tersebut memiliki keunikan, yaitu berbeda dalam hal pengemasan *talk show* nya yang menggunakan format *mind reading*. Teori yang digunakan sebagai dasar penelitian ini adalah teori S-O-R, sikap, *talk show* dan elemen program. Jenis penelitian ini adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian menggunakan survei, sedangkan teknik analisa data menggunakan statistik deskriptif. Hasil penelitian ini menunjukkan sikap masyarakat positif terhadap elemen-elemen program tetapi tidak semua bernilai positif pada penilaian masyarakat terhadap kinerja elemen program.

Kata Kunci: *Sikap, Talk Show, Hitam Putih, TRANS7.*

Pendahuluan

Teori S-O-R merupakan singkatan dari *Stimulus-Organism-Response*. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap *Stimulus* khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. *Stimulus* atau pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan mungkin diterima atau mungkin ditolak. Komunikasi akan berlangsung jika ada perhatian dari komunikan. Proses berikutnya komunikan mengerti. Kemampuan komunikan inilah yang melanjutkan ke proses berikutnya. Setelah komunikan mengolahnya dan menerimanya, maka terjadilah kesediaan untuk mengubah sikap (Effendy, 2003, p.255-256).

Salah satu format program acara yang sering digunakan televisi dalam menampilkan wacana ”serius” adalah *talk show*. Istilah *Talkshow* dalam bahasa Indonesia bisa diistilahkan dengan temu wicara, rapat bersama atau diskusi interaktif (Astuti, Syahrul R., dan Ermanto, 2012, p. 444).

Talk show sebagai bentuk acara yang mendapat kepercayaan dari pemirsa televisi Indonesia mempertunjukkan seni perbincangan, yaitu gabungan antara seni panggung dan keterampilan seni wawancara jurnalistik yang bertujuan untuk memberikan penjelasan atau pendapat mengenai suatu topik, masalah dan

peristiwa yang dikemas dalam suatu acara hiburan yang menarik. *Talk Show* pada dasarnya sama dengan paket informasi penerangan lainnya, namun hadir dengan modus sajian yang berbeda. Pada narasumber atau pesertanya di beri peluang secara terbuka, menarik dan meyakinkan (Abidin, 2009, p. 29-30). Banyak acara *talkshow* yang ada di pertelevisian Indonesia yang diadakan, salah satunya Hitam Putih Trans7.

Trans 7 yang saat ini sudah menjadi bagian dari Trans Corp memang memiliki banyak perubahan. Acara yang disuguhkan oleh stasiun televisi ini kini lebih dikemas dengan menarik dan menghibur para pemirsa. Dengan ide kreatif merekalah, sebuah acara dapat dikemas dan disajikan dengan sangat menarik yang berbeda dengan yang lainnya. Salah satunya adalah *talk show* Hitam Putih yang terbentuk pada bulan Januari 2011. Acara ini adalah sebuah *talk show* yang digabungkan dengan unsur *magic*. Hal itu tentu saja karena pembawa acara *talk show* ini adalah seorang *magician* atau pesulap (<http://www.trans7.co.id>).

Hitam Putih yang juga merupakan program *talkshow* dengan format *mind reading*. Bintang tamu seakan dibuat tidak berdaya ketika “dicecar” pertanyaan oleh Deddy Corbuzier yang memaksa mereka memaparkan kehidupan pribadinya tanpa disadari. Aksi-aksi menarik khas Deddy Corbuzier akan diselipkan di setiap segmen *talkshow* ini. Kejahilan, kemahiran & ketajaman *Host* dalam mengatur permainan pikiran akan mengundang gelak tawa (<http://www.trans7.co.id>). Program ini ditayangkan Trans 7 setiap malam dari hari Senin hingga Jum`at pada jam 18.30 WIB - 19.30 WIB dengan mendatangkan berbagai bintang tamu dari kalangan artis maupun orang-orang heboh terkenal Indonesia lainnya. Setiap pertunjukkan yang dimulai dari perkenalan yang begitu santai melibatkan penonton di studio, yang kemudian diarahkan kepada pertanyaan mendasar, dan dilanjutkan untuk menunjukkan atraksinya dan ada penutupan kesimpulannya. *Target audience* pada acara Hitam Putih adalah umur 19-25 tahun dengan gender laki-laki dan perempuan. Acara Hitam Putih memiliki slogan yang mengatakan hati-hati dengan pikiran anda (Clara Alvionita, 2011).

peneliti mencari tahu akan sikap Masyarakat Surabaya terhadap tayangan *Talk Show* “Hitam Putih” di Trans7 perbedaan lainnya adalah objek penelitian terdahulu ada di Jakarta dan Tangerang, sedangkan untuk Kota Surabaya dipilih karena berdasarkan data yang didapat oleh peneliti melalui wawancara, 51 % penonton *talkshow* secara keseluruhan berada di Surabaya (wawancara Livia (2013) dengan tim kreatif trans 7, Budi Supriono, Senin, Mei 2013).

Sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan talk show “Hitam Putih” di Trans 7 menarik untuk diteliti mengingat tayangan tayangan talk show “Hitam Putih” adalah tayangan yang dapat disaksikan oleh semua umur dengan jam tayang pada sore hari. Sehingga akan membentuk sikap masyarakat Surabaya baik positif, netral maupun negatif. Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang telah dilakukan, menunjukkan bahwa masyarakat memberikan respon dan sikap jawaban yang bervariasi pada suatu tayangan di televisi. Uraian tersebut yang melatarbelakangi ketertarikan peneliti untuk meneliti sikap masyarakat Surabaya terhadap tayangan talk show “Hitam Putih” di Trans 7.

Tinjauan Pustaka

Teori S-O-R

S-O-R adalah singkatan dari Stimulus-Organism-Response. Menurut teori ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu. Maksudnya adalah keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respon tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula (Effendy, 2002: p.71).

Menurut stimulus respons ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara perasaan dan reaksi komunikasi. Menurut model ini organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada stimulus tertentu. Maksudnya keadaan internal organisme berfungsi menghasilkan respons tertentu jika ada stimulus respons tertentu pula (Effendy, 2002: p.72). Jadi unsur-unsur model ini adalah:

- a. Pesan (Stimulus, S)
- b. Komunikasi (Organism, O)
- c. Efek (Response, R)

Mar'at (Effendy, 2002: p. 253), dalam bukunya "Sikap Manusia, Perubahan, serta Pengukurannya" mengutip pendapat Hovland, Janis, dan Kelly yang mengatakan bahwa dalam menelaah sikap yang baru, ada tiga variabel penting, yaitu

- a. Perhatian
- b. Pengertian
- c. Penerimaan

Program Televisi

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak pernah lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan masyarakat Indonesia. Menurut Prof. Dr. R. Mar'at acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan bagi para penontonnya. Hal ini disebabkan oleh pengaruh psikologis dari televisi itu sendiri, di mana televisi seakan-akan menghipnotis pemirsa, sehingga mereka telah hanyut dalam keterlibatan akan kisah atau peristiwa yang disajikan oleh televisi (Effendy, 2002: p. 122).

Menurut Jefkins dalam Effendy (2002: p.108), televisi memiliki sejumlah karakteristik khusus dan program acara, yaitu:

1. Selain menghasilkan suara, televisi juga menghasilkan gerakan, visi dan warna.
2. Pembuatan program televisi lebih mahal dan lama.
3. Karena mengandalkan tayangan secara visual, maka segala sesuatu yang tampak haruslah dibuat semenarik mungkin. Sedangkan program acara televisi, terdiri dari:
 - a. Buletin berita nasional, seperti: siaran berita atau bulletin berita regional yang dihasilkan oleh stasiun-stasiun televisi swasta lokal.
 - b. Liputan-liputan khusus yang membahas tentang berbagai masalah aktual secara lebih mendalam.

- c. Program-program acara olahraga, baik olahraga di dalam atau di luar ruangan, yang disiarkan langsung atau tidak langsung dari dalam negeri atau luar negeri.
- d. Program acara mengenai topik khusus yang bersifat informatif, seperti: acara memasak, berkebun, dan acara kuis.
- e. Acara drama, terdiri dari: sinetron, sandiwara, komedi, film, dan lain sebagainya.
- f. Acara musik, seperti konser musik pop, rock, dangdut, klasik, dan lain sebagainya.
- g. Acara bagi anak-anak, seperti: film kartun.
- h. Acara keagamaan, seperti: siraman rohani, acara ramadhan, acara natal, dan lain sebagainya.
- i. Program acara yang membahas tentang ilmu pengetahuan dan pendidikan.
- j. Acara bincang-bincang atau sering disebut *talkshow*

Sikap

Pengertian Sikap

Menurut Rakhmat (2007, p.39) mengemukakan lima pengertian sikap, yaitu:

1. Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi, atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap boleh berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok.
2. Sikap mempunyai daya penolong atau motivasi. Sikap bukan sekedar rekaman masa lalu, tetapi juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu; menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan; mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari.
3. Sikap lebih menetap. Berbagai studi menunjukkan sikap politik kelompok cenderung dipertahankan dan jarang mengalami pembahan.
4. Sikap mengandung aspek evaluatif, artinya mengandung nilai menyenangkan atau tidak menyenangkan.
5. Sikap timbul dari pengalaman: tidak dibawa sejak lahir, tetapi merupakan hasil belajar. Karena itu sikap dapat diperteguh atau diubah.

Talkshow

Menurut Morissan dalam bukunya Manajemen Media Penyiaran (2005: p.222), memberikan definisi bahwa program *talk show* adalah program yang menampilkan satu atau beberapa orang untuk membahas suatu topik tertentu yang dipandu oleh seorang pembawa acara (*host*). Mereka yang diundang adalah orang-orang yang berpengalaman langsung dengan peristiwa atau topik yang diperbincangkan atau mereka yang ahli dalam masalah yang tengah dibahas.

Fred Wibowo dalam bukunya Teknik Produksi Program Televisi (2009: p.82), juga memberikan definisi bahwa program *talk show* adalah program pembicaraan tiga orang atau lebih mengenai suatu permasalahan. Dalam program ini masing tokoh yang diundang dapat saling berbicara mengemukakan pendapat dan presenter bertindak sebagai moderator yang kadang-kadang juga melontarkan pendapat atau membagi pembicaraan.

Program *talk show* sebetulnya program yang dapat memperkaya wawasan penonton akan suatu permasalahan. Namun, tetap saja program tersebut tidak menarik jika tidak dilakukan upaya-upaya untuk membuat program menjadi menarik. Kunci utama dari kesuksesan program *talk show* ini adalah kemampuan moderator dalam hal ini presenter dalam mengendalikan dan menjaga pembicaraan agar tetap segar, tetapi bisa jadi tegang juga. Tentu saja topik dan pemilihan tokoh yang saling berhadapan dalam topik tersebut akan menjadikan perdebatan sangat menarik. Oleh karena itu perencanaan juga merupakan bagian yang penting.

Program *talk show* ini dapat menjadi program yang membosankan apabila tidak dilakukan upaya-upaya yang membuat program ini menarik. Daya tarik program *talk show* ini terletak pada topik pembicaraan atau permasalahan yang dibicarakan. Dalam hal ini, ada tiga kategori untuk mengetahui sampai seberapa jauh permasalahan itu menarik. Pertama, masalah itu merupakan masalah yang sedang menjadi pergunjingan di masyarakat atau masalah yang sedang hangat di masyarakat. Kedua, masalah itu mengandung kontroversial dan konflik diantara masyarakat. Ketiga, masalah itu menyangkut atau bersangkutan-paut dengan kepentingan masyarakat banyak dan masyarakat membutuhkan informasi serta jawaban yang jelas mengenai permasalahan tersebut. Selain permasalahan menarik, program *talk show* juga harus menghadirkan tokoh yang menarik. Ada tiga kategori tokoh yang menarik, yang pertama adalah ia adalah *public figure* atau idola (panutan) masyarakat. Kedua, salah satu tokoh yang paling ahli atau dianggap paling menguasai bidang atau permasalahn. Ketiga, tokoh yang kontroversi, kritis dan vokal. Pembicaraan akan menjadi hangat, menarik dan penuh tantangan lewat tokohtokoh semacam itu. Daya tarik dalam program *talk show* ini di samping topik dan tamu tokoh yang menarik, adalah pertanyaan-pertanyaan cerdas dan humor dari presenter (Fred Wibowo, 2009: p.83).

Metode

Konseptualisasi Penelitian

Metode penelitian yang digunakan adalah metode survei. “Survei adalah metode riset dengan menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan datanya. Tujuannya untuk memperoleh informasi tentang sejumlah responden yang dianggap mewakili populasi tertentu” (Kriyantono, 2006, p. 59)

Subjek Penelitian

Populasi dari penelitian ini adalah masyarakat Surabaya yang pernah menonton tayangan *Talk Show* “Hitam Putih” di Trans 7 10 kali dalam 3 bulan, dengan

rentang usia mulai dari 19 tahun sampai dengan 25 tahun. Adapun pertimbangan dalam pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah penduduk berusia 19-25 Tahun di Surabaya. Rentang usia diambil karena sesuai dengan *target audience* dalam acara tersebut. Berdasarkan data publikasi terakhir yang diperoleh dari BPS kota Surabaya tahun 2012, jumlah penduduk Kota Surabaya yang berusia 19-25 tahun dari hasil Sensus Penduduk 2012 sebesar 382.716 jiwa, di bagi perwilayah yaitu Surabaya Selatan dengan total 85.156, Surabaya Barat dengan total 69.040, Surabaya Timur dengan total 96.063, Surabaya Pusat dengan total 53.522 dan Surabaya Utara dengan total 78.935. (BPS Kota Surabaya, 2012).

Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik analisis data deskriptif dan Tabulasi Silang. Yang mana data tersebut didapat dari perhitungan hasil kuesioner berupa penyajian data dan penarikan kesimpulan.

Temuan Data

Tabel 1 Aspek Kognitif

Elemen Program	Pernyataan	Mean
Konflik	Saya mengetahui konflik karena adanya benturan kepentingan atau benturan karakter di antara tokoh yang terlibat pada acara hitam putih	3.54
Durasi/lama penayangan program	Saya mengetahui durasi/lama penayangan acara Hitam Putih	3.55
Dayatarik	Saya mengetahui pembawa acara dan bintang tamu sebagai daya tarik.	3.20
Konsistensi	Saya mengetahui acara hitam putih konsisten terhadap tema dan karakter dari awal hingga akhir	3.07
Energi	Saya mengetahui adanya proses membaca pikiran/mind reading sebagai kekuatan program acara hitam putih	3.11
Timing	Saya mengetahui timing/waktu penayangan program	3.36
Tren	Saya mengetahui program acara Hitam Putih selalu mengikuti tren/isu yang berkembang di masyarakat	3.40

Tabel 2 Aspek Afektif

Elemen Program	Pernyataan	Mean
Konflik	Saya menyukai konflik terjadi di acara Hitam Putih Karena adanya benturan kepentingan/karakter di antara tokoh yang terlibat pada acara hitam putih	3.34
Durasi/lama penayangan program	Saya menyukai durasi/lama penayangan program acara hitam putih	3.41

Daya tarik	Saya menyukai pembawa acara dan bintang tamu yang hadir dalam acara Hitam Putih	3.27
Konsistensi	Saya menyukai konsistensi terhadap tema dan karakter dari awal hingga akhir	3.43
Energi	Saya menyukai membaca pikiran sebagai kekuatan program acara hitam putih	3.37
Timing	Saya menyukai timing/waktu penayangan program	3.23
Tren	Saya menyukai acara Hitam Putih selalu mengikuti tren/isu yang berkembang di masyarakat	3.68

Tabel 3 Aspek Konatif

Elemen Program	Pernyataan	Mean
Konflik	Saya tertarik menonton acara hitam putih karena adanya konflik di dalam acara tersebut	3.74
Durasi/lama penayangan program	Saya tertarik menonton acara hitam putih dengan durasi tayang saat ini	3.98
Dayatarik	Saya tertarik menonton acara Hitam Putih karena pembawa acara dan bintang tamu yang dihadirkan	3.42
Konsistensi	Saya tertarik menonton acara hitam putih karena konsisten dari awal hingga akhir	3.88
Energi	Saya tertarik menonton acara hitam putih sebagai kekuatan program acara hitam putih	3.67
Timing	Saya tertarik menonton acara Hitam Putih di waktu penayangannya	3.44
Tren	Saya tertarik menonton acara hitam putih selalu mengikuti tren/isu yang berkembang di masyarakat	3.41

Analisis dan Interpretasi

Dari temuan yang didapatkan bahwa durasi/lama penayangan program dari variabel konatif lebih tinggi daripada yang lain dikarenakan lama/penayangan program merupakan salah satu kunci keberhasilan suatu program untuk membuat penonton tidak jenuh dengan acara tersebut. Bahwa Acara Hitam putih mampu membuat pemirsa yang tidak mau menonton akhirnya mau menonton acara tersebut dikarenakan kemasan acara tidak membosankan. Yang cukup menariknya lagi dari temuan yang didapatkan bahwa bintang tamu yang dipanggil selalu menarik, memberikan inspirasi bagi orang lain sehingga membuat responden lebih banyak memilih sikap konatif dari pada afektif. Format acara yang ada dalam acara hitam putih adalah *mind reading*/membaca pikiran. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam acara program Hitam Putih memiliki kekuatan pada proses membaca pikiran/*mind reading* yang dilakukan oleh pembawa acara terhadap bintang tamu. Dengan demikian dapat diartikan bahwa

adanya kekuatan program dimana *host* mampu melakukan *mind reading* atau proses membaca pikiran terhadap bintang tamu yang menjadikan acara ini semakin menarik walaupun terjadi pro dan kontra dengan adanya bintang tamu yang seakan dibuat tidak berdaya ketika “dicecar” pertanyaan oleh pembawa acara.

Dari Teori S-O-R dapat dikaitkan dengan hasil temuan yang didapatkan yaitu teori S-O-R membantu untuk menjelaskan bagaimana pesan yang disampaikan kepada komunikan dan direspon kembali oleh pemirsa (*audience*) untuk memberitahukan bahwa tayangan hitam putih dapat bermanfaat bagi yang menonton dari sisi kognitif, afektif dan konatif. Dari ketiga hal itu dapat diketahui seberapa besar pemirsa mengetahui acara hitam putih, menyukai acara tersebut dan mau menonton acara hitam putih atau tidak. Sehingga munculnya fenomena program Hitam Putih yang dikemas dalam bentuk *talk show* yang berbeda dengan *talk show* lainnya yaitu menampilkan format *mind reading*, dan mempunyai *rating* yang tinggi bila dibandingkan dengan program lainnya yang sama dengan talkshow tersebut seperti BUKAN EMPAT MATA dan PAS MANTAB.

Hal ini menunjukkan akan keberhasilan produser dalam mengemas konsep acara sedemikian rupa sehingga mampu membawa sikap mereka mempositifkan acara tersebut dan menunjukkan kreativitas dan tayangan berkualitas. Semakin tingginya sikap kritis masyarakat terhadap informasi dan hiburan akan mendorong para pengelola televisi untuk menyajikan program-program acara yang kreatif, berkualitas, menarik dan memiliki manfaat langsung maupun tidak langsung.

Dalam variabel konatif menjelaskan yang tidak mau menonton akhirnya mau menonton program TRANS7 memberikan penyajian yang terbaik bagi pemirsanya, dengan menyajikan Untuk mengambil hati sekaligus memuaskan khalayaknya, berbagai stasiun televisi swasta memproduksi tayangan-tayangan yang dirasa akan banyak diminati oleh masyarakat. Berbagai macam program yang bertemakan edukatif, informatif, hingga menghibur pun ditayangkan. Mulai dari sinetron, hingga kuis yang berdurasi selama beberapa menit dapat ditonton di layar kaca televisi. Acara *talkshow* merupakan salah satu upaya televisi untuk menarik masyarakat untuk menonton. Banyak televisi swasta yang kerap menayangkan acara seperti ini, salah satunya ialah Trans 7. Stasiun Televisi Trans 7 mempunyai banyak produksi program acara talkshow yang menarik seperti Bukan Empat Mata, Pas Mantab, Hitam Putih, dan lainnya. Hampir semua acara *talkshow* di stasiun televisi swasta ini dianggap sukses untuk menarik minat masyarakat dalam menonton. Kegemaran masyarakat akan program talkshow karena selain bersifat menghibur, juga terselip berbagai pesan didalam acara tersebut (<http://www.trans7.co.id>).

Kurangnya penonton mengetahui acara Hitam Putih sebagai acara *talk show* dengan format *mind reading* dikarenakan acara hitam putih dianggap sebagai talk show pada umumnya yang mengupas semua keingintahuan terhadap narasumber yang lagi diperbincangkan, pembawa acara yang suka main sulap dan berpakaian hitam. Sumber yang didapatkan melalui angket terbuka yang diberikan ini

memberikan masukan terhadap acara Hitam Putih selalu dikenal dengan Talk Show yang menarik, santai dan mudah dipahami hampir semua penonton.

Simpulan

Dari hasil analisis dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa yang ditunjukkan dari 100 responden masyarakat Surabaya, sebagian besar responden menerima acara Hitam Putih dengan jumlah responden sebanyak 65 orang atau 65.0% bersikap positif karena memiliki host yang memiliki kemampuan membaca pikiran dengan latar belakang psikologis, sedangkan sebagian kecil responden bersikap negatif terhadap Tayangan Talk Show “Hitam Putih” di Trans dengan jumlah responden sebanyak 15 orang atau 15.0% dan netralnya ada 20%.

Daftar Referensi

Astuti, S, & E. (2012). Kesantunan Berbahasa Dalam Talkshow “Neo Democracy” Di Metro TV. *Jurnal Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia*, Vol. 1 No. 1 September; Seri F 426 – 514.

BPS Kota Surabaya. (2012).

Clara, A. (2012) dengan judul “Pengaruh Gaya Penyampaian Presenter *Talk Show* “HITAM PUTIH” Di Trans7 Terhadap Minat Menonton Periode 21 Maret 2012”

Effendy, O.U. (2002). *Hubungan Masyarakat Suatu Studi Komunikologis*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- - -. (2003). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Cetakan kesembilanbelas. Bandung. PT Remaja Rosdakarya.

Wibowo, F. (2009). *Teknik Produksi Program Televisi*. Yogyakarta: Pinus Book Publisher.

Kriyantono, R. (2006). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.

Morissan. (2005). *Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Tangerang: Ramdina Prakarsa.

Rakhmat, J. (2007). *Psikologi Komunikasi edisi revisi*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

<http://www.trans7.co.id>