

**PENGARUH PROGRAM SIARAN ACARA PRO 2 GOES TO SCHOOL
LEMBAGA PENYIARAN PUBLIK RADIO REPUBLIK INDONESIA
TERHADAP KREATIVITAS PELAJAR DI SEKOLAH MENENGAH ATAS
NEGERI 7 PEKANBARU**

By: Dita Widia Pangestika

E-mail: ditawidiapangestika@gmail.com

Supervisor: Dr. Suyanto, S.Sos, M.Sc

Konsentrasi Manajemen Komunikasi - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Mass media plays an important role in providing both information and entertainment for public. The Radio Republic of Indonesia (RRI) Pro 2 88,4 FM, as one of the mass media which available in Pekanbaru, aired Pro 2 Goes To School program that expose talent and creativity of the students. The RRI also had an interactive dialogue which discuss various topics regarding activities and achievements of the schools in a fun and informative way. The objective of the study is to observe the effect of the Pro 2 Goes To School program on students creativity at SMA Negeri 7 Pekanbaru.

The study used explanation quantitative methods. The data was collected by using Negeri 7 Pekanbaru with 565 students in total. In determining the size of the sample, slovin formula was applied and resulted in 85 samples. The proportional random sampling technique was used to select the respondents. To analyze the association between the variables, the researcher applied simple linear regression analysis by using statistical software, statistic product and service solution (SPSS) Windows version 16.

Based on the simple linear regression analysis, the coefficient of the regression was $Y = 22,051 + 0,765 X$ with significance level of 0,00 smaller than $\alpha = 0,05$. The determination test resulted in 17,5%. The results suggested a low effect of Pro 2 Goes To School program on students creativity at SMA Negeri 7 Pekanbaru. The 82,5% was determined by other factors which were not observed in this study.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang demikian pesat mendukung perkembangan media massa. Keberadaan media massa sebagai media yang digunakan dalam komunikasi massa ditujukan untuk jumlah orang yang banyak. Meningkatnya kemajuan media massa dan teknologi, membuat masyarakat selalu haus akan informasi. Kondisi inilah yang lantas menjadikan posisi media menjadi penting dan dibutuhkan oleh masyarakat.

Media massa memiliki peran penting dalam penyampaian informasi dan hiburan kepada khalayak. Kebutuhan akan informasi dan hiburan dapat diperoleh melalui berbagai media, antara lain melalui media cetak, media elektronik, dan juga media internet. Setiap jenis media massa mempunyai karakteristik yang berbeda-beda, tetapi mempunyai satu kesamaan yaitu memberikan informasi. Terdapat kaitan erat antara pesan-pesan media dengan reaksi atau respons dari khalayak. Adanya proses aksi dan reaksi akibat dari adanya pesan yang diberikan oleh media massa berkaitan dengan sebuah teori, yaitu teori S-R.

Teori S-R merupakan teori yang menunjukkan adanya proses aksi dan reaksi sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa (*Program Siaran Acara Pro 2 Goes To School*) dan khalayak (Pelajar di SMA Negeri 7 Pekanbaru). Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi. Setiap khalayak dalam menerima stimulus yaitu informasi berupa pesan dari media memiliki persepsi yang berbeda-beda karena walaupun pesan atau stimulus yang disampaikan sama, namun dampak atau pengaruh yang terjadi akan berbeda satu sama lain. Salah satu media massa yang memiliki peran menyampaikan informasi kepada khalayak adalah radio (Effendy, 2003:255).

Radio merupakan media yang paling luas jangkauannya di muka bumi. Tidak ada sejangkal tanah dan laut pun yang

tidak terjamah oleh signal elektromagnetik yang dipancarkan oleh lebih dari 35.000 stasiun radio di seluruh dunia. Total jangkauan radio melebihi televisi dan surat kabar atau media cetak (Romli, 2005:7).

Radio siaran merupakan salah satu bentuk dari komunikasi massa. Melalui radio siaran, suatu komunikasi yang akan disampaikan oleh komunikator kepada khalayak dapat berlangsung dalam waktu yang singkat dan komunikasi akan menerima komunikasi secara bersamaan walaupun di tempat yang berbeda dan terpencar. Radio juga merupakan salah satu media yang efektif bagi masyarakat karena jangkauannya yang luas dan dapat menembus berbagai lapisan masyarakat.

Berbeda dengan media massa lainnya, radio memiliki biaya penyelenggaraan yang jauh lebih murah dengan kemampuan jangkauan daerah yang sama luasnya. Keunggulan dari radio adalah kemampuannya untuk menstimulasi imajinasi pendengar, hal lainnya adalah radio memiliki kekuatan langsung, tidak mengenal jarak, dan memiliki daya tarik sendiri seperti kekuatan suara, efek suara, dan musik.

Berkaitan dengan kelebihan radio dibandingkan dengan media lainnya, menyebabkan radio menjadi media yang dicari khalayak demi mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Informasi yang dikemas dengan menarik juga menyebabkan pendengar menjadi setia terhadap sebuah radio. Salah satu program Radio Republik Indonesia Pekanbaru yaitu Program *Pro 2 Goes To School* yang terdapat pada Pro 2 88,4 FM Pekanbaru.

Program *Pro 2 Goes To School* adalah program siaran acara yang bekerja sama dengan sekolah-sekolah yang ada di Kota Pekanbaru. Rangkaian acaranya berupa pensi yang menampilkan bakat-bakat seni yang dimiliki siswa-siswi dari sekolah di Kota Pekanbaru dan *talkshow* interaktif antara pihak sekolah dengan RRI. Topik dari *talkshow* interaktif diambil dari prestasi-prestasi yang telah diperoleh dari sekolah tersebut serta

program-programnya seperti program literasi, sekolah adiwiyata dan sebagainya. Program *Pro 2 Goes To School* diadakan setiap bulan pada minggu ke-3 tepatnya hari kamis pada pukul 9 pagi. Program ini berdurasi selama 1 jam dan disiarkan secara *live* di sekolah-sekolah yang dikunjungi. Program ini sudah ada sejak tahun 2016 dan masih bertahan hingga saat ini (RRI Pro 2 FM).

Penulis memilih program *Pro 2 Goes To School* untuk diteliti dengan alasan program ini merupakan program *live* di sekolah satu-satunya yang ada di radio Pekanbaru. Program ini memiliki format *variety show* yang membuat para pelajar berkesempatan untuk menampilkan bakat kreativitas yang mereka miliki.

Berdasarkan pemaparan diatas, penulis tertarik untuk meneliti mengenai “Pengaruh program siaran acara *Pro 2 Goes To School* Lembaga Penyiaran Publik Radio Indonesia terhadap kreativitas pelajar di Sekolah Menengah Atas Negeri 7 Pekanbaru”.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori S-R (Stimulus- Respons)

Teori S-R dikenal sebagai teori jarum hipodermik atau teori peluru. Teori ini meyakini bahwa kegiatan mengirimkan pesan sama halnya dengan penerima pesan. Teori ini menunjukkan sebagai proses aksi (*stimulus*) dan reaksi (*response*) yang sangat sederhana. Teori ini dapat dianggap sebagai proses pertukaran atau perpindahan informasi (Effendy, 2003:255).

Teori S-R ini semula berasal dari psikologi. Kemudian yang menjadi objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut *stimulus response* ini efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikan. Unsur-unsur

dalam model ini adalah (Effendy, 2003:254-255) :

1. Pesan (*Stimulus*)
2. Komunikan (*Organism*)
3. Efek (*Response*)

Teori S-R menggambarkan proses komunikasi secara sederhana yang hanya melibatkan dua komponen, yaitu media massa dan penerima pesan yaitu khalayak. Media massa mengeluarkan stimulus dan penerima pesan menanggapi dengan menunjukkan respons sehingga dinamakan teori stimulus respons (Morrisan, 2011:17).

Dalam hal ini, teori S-R mengabaikan komunikasi sebagai suatu proses, khususnya yang berkenaan dengan faktor manusia. Secara implisit ada asumsi dalam teori S-R ini bahwa perilaku (respon) manusia dapat diramalkan. Ringkasnya, komunikasi dianggap statis. Manusia dianggap berperilaku karena kekuatan dari luar (stimulus), bukan berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. Asumsi dari model S-R, yakni jika kita menggunakan media sebagai kasusnya maka media secara langsung dan cepat memiliki efek yang kuat terhadap komunikan. Artinya media diibaratkan sebagai jarum suntik besar yang memiliki kapasitas sebagai perangsang (S) dan menghasilkan tanggapan (R) yang kuat pula (Mulyana, 2007:144).

Komunikasi Massa

Komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak (surat kabar, majalah) atau elektronik (radio, televisi) yang dikelola suatu lembaga atau orang yang dilembagakan ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar di banyak tempat, anonim, dan heterogen (Mulyana, 2007:75).

Komunikasi massa sebagai bagian dari komunikasi yang memiliki definisi sederhana yaitu pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Sedangkan

Gerbner mendefinisikan komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berdasarkan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2004:3).

Komunikasi massa melibatkan jumlah komunikan yang banyak, tersebar dalam area geografis yang luas, namun punya perhatian dan minat terhadap isu yang sama. Oleh karena itu, agar pesan dapat diterima serentak pada waktu yang sama, digunakan media massa seperti surat kabar, televisi, atau radio. Tujuan dari komunikasi massa adalah untuk menyampaikan pesan melalui media yang ada. Semakin berkembangnya kebutuhan akan informasi membuat semakin banyaknya pula media yang menyebarkan informasi. Salah satunya adalah radio, radio merupakan salah satu media elektronik yang berfungsi sebagai penyebarluasan informasi dan dapat dikatakan radio sebagai komunikasi massa (Suyomukti, 2016:192).

Media Massa

Istilah “media massa” merujuk pada alat atau cara terorganisasi untuk berkomunikasi secara terbuka dan dalam jarak jauh kepada banyak orang (khalayak) dan dalam jarak waktu yang ringkas. Media massa bukan sekedar alat semata-mata, melainkan juga institusionalisasi dalam masyarakat sehingga terjadi proses pengaturan terhadap alat itu oleh khalayak melalui kekuasaan yang ada maupun melalui kesepakatan-kesepakatan lain (Suyomukti, 2016:198).

Dengan demikian, media massa adalah alat-alat dalam komunikasi yang bisa menyebarkan pesan secara serempak, cepat kepada *audience* yang luas dan heterogen. Kelebihan media massa dibanding dengan jenis komunikasi lain adalah ia bisa mengatasi hambatan ruang dan waktu. Bahkan media massa mampu menyebarkan pesan hampir seketika pada waktu yang tak terbatas (Nurudin, 2007:9).

Radio

Radio merupakan salah satu bentuk media massa yang banyak digunakan masyarakat untuk mengakses informasi. Radio pertama kali ditemukan oleh Marconi pada tahun 1896. Pada awalnya radio berfungsi sebagai alat untuk menyampaikan informasi dan berita ataupun untuk kepentingan negara secara umum. Radio publik atau komersil baru muncul pada tahun 1920-an, sejak itu perkembangannya berkembang pesat. Radio merupakan sumber informasi, perkembangan ekonomi, pendongkrak popularitas, hingga propaganda politik dan ideologi.

Sebagai media massa, radio siaran memiliki karakteristik unik dan khas, yang juga tentunya mempunyai keunggulan dan kelemahannya. Dalam penyampaian pesan atau isi pernyataannya yang dikemas dalam suatu program radio mempunyai cara tersendiri untuk memikat pendengarnya. Bahasa atau kata-kata lisan yang digunakan penyiar dalam penyampaian pesannya disebabkan apa yang disebut dengan “gaya radio” atau *radio style*.

Program Siaran Acara

Kata “program” berasal dari Bahasa Inggris yaitu *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Undang-undang Penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara, tetapi menggunakan istilah “siaran” yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk.

Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan *audiensnya*. Dengan demikian, program memiliki pengertian yang sangat luas.

Kreativitas

Kreativitas merupakan potensi yang dimiliki setiap manusia dan bukan yang diterima dari luar diri individu. Kreativitas yang dimiliki manusia, melahirkan sesuatu

yang baru baik berupa gagasan maupun karya nyata, baik dalam bentuk karya baru maupun kombinasi dari hal-hal yang sudah ada. Banyak faktor-faktor yang mempengaruhi pengembangan kreativitas pada seorang individu seperti dorongan, sarana, lingkungan yang merangsang, kesempatan, dan waktu. Kreativitas perlu dikembangkan, banyak yang perlu diperhatikan dalam pengembangan kreativitas.

Kebutuhan akan kreativitas dalam penyelenggaraan pendidikan merupakan kebutuhan setiap anak muda. Tidak dapat dipungkiri bahwa kreativitas penting untuk memenuhi kebutuhan dari aspek kehidupan manapun. Zaman sekarang ada bermacam-macam tantangan, baik dalam bidang ekonomi, politik, lingkungan, kesehatan, maupun dalam bidang budaya dan sosial yang harus dihadapi. Semakin tinggi persaingan dengan segala problem yang ada, maka semakin diperlukan tenaga ahli pilihan yang cakap, terampil dan cekatan. Untuk menghadapi berbagai macam tantangan dan persaingan tersebut individu diharapkan memiliki suatu potensi yang dapat dikembangkan, dikenali dan dipupuk yaitu kreativitas.

Kreativitas merupakan kunci sukses dan keberhasilan dalam hidup. Orang yang tidak kreatif kehidupannya statis dan sulit meraih keberhasilan. Zaman yang sudah mengglobal dan penuh dengan persaingan keras sekarang ini membutuhkan kreativitas yang sangat tinggi.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah riset kuantitatif. Sementara itu, jenis atau tipe riset penelitian yang digunakan adalah metode eksplanasi.

Waktu dan Tempat Penelitian

Penelitian ini dilakukan di SMA Negeri 7 Pekanbaru Jl. Kapur Gg. Kapur III No. 7. Pemilihan tempat ini sebagai tempat pusat informasi dan data yang terkait dengan penelitian ini. Jadwal

penelitian dilaksanakan pada bulan Januari sampai Juli 2019.

Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi penelitian merupakan keseluruhan dari objek penelitian yang dapat berupa manusia, hewan, tumbuhan, udara, gejala, nilai, peristiwa, sikap, hidup dan sebagainya, sehingga objek ini menjadi sumber data penelitian. Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang di teliti (Kriyantono, 2010:151).

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari objek dan subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan (Ridwan, 2004:55). Populasi yang digunakan pada penelitian ini yaitu pelajar kelas X dan XI di SMA Negeri 7 Pekanbaru sebanyak 565 orang. Peneliti mengurangi jumlah pelajar kelas XII dikarenakan sudah tidak mengikuti kegiatan sekolah. (Bidang TU SMA Negeri 7 Pekanbaru).

2. Sampel

Sampel merupakan sebagian dari keseluruhan objek atau fenomena yang akan diamati (Kriyantono, 2010:153). Sedangkan Subagyo (2005:93) mengartikan sampel adalah sebagian dari populasi yang karakteristiknya hendak diselidiki, dan dianggap bisa mewakili keseluruhan populasi (jumlahnya lebih sedikit daripada jumlah populasinya). Pada penelitian ini kriteria responden yang peneliti tetapkan adalah pelajar di SMA Negeri 7 Pekanbaru yang mengikuti program siaran acara *Pro 2 Goes To School LPP RRI*.

Penulis menggunakan rumus perhitungan *Slovin* untuk menentukan jumlah sampel karena populasinya yang didapatkan sudah diketahui jumlahnya (Kriyantono, 2008).

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- n : ukuran sampel
- N : ukuran populasi
- E : kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir atau diinginkan dalam penelitian ini. (dalam penelitian ini digunakan 10% = 0,1

$$n = \frac{565}{1 + 565 (0.01)}$$

$$n = \frac{565}{1 + 5.65}$$

$$n = \frac{6.65}{6.65}$$

$$n = 84.96$$

Jadi sampel dalam penelitian ini sebanyak 85 sampel.

Penelitian ini terbagi menjadi dua bagian berdasarkan kelas, maka penentuan sampel setiap kelas menggunakan rumus *propotional random sampling* untuk menentukan jumlah sampel pada setiap kelas. Adapun rumus dan jumlah sampel yang didapat adalah sebagai berikut :

$$n1 = \frac{n1 \times n}{N}$$

Keterangan :

n1 : Jumlah mahasiswa

n : Jumlah sampel

N : Jumlah populasi

| NO | KELAS | JUMLAH | SAMPEL |
|--------|-------|--------|--------|
| 1. | X | 318 | 48 |
| 2. | XI | 247 | 37 |
| JUMLAH | | 565 | 85 |

Teknik Pengukuran Data

Teknik Pengukuran data dilakukan dengan penyebaran kuesioner. Kuesioner dapat berupa pertanyaan tertutup dan terbuka. Melalui Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel. Kemudian indikator tersebut dijadikan sebagai titik

tolak untuk menyusun item-item instrument yang dapat berupa pernyataan (Sugiyono, 2012: 93).

Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi dari individu atau kelompok tentang fenomena sosial. Peneliti menggunakan empat options yaitu 4 (sangat setuju), 3 (setuju), 2 (kurang setuju), dan 1 (tidak setuju).

Teknik Analisis Data

Peneliti menggunakan teknik analisis data secara statistik dengan program SPSS (*Statistic Package for Sosial Science*) for Windows, yaitu regresi linier sederhana untuk melihat Pengaruh Program Siaran Aacara Pro 2 Goes To School LPP RRI terhadap kreativitas pelajar di SMA Negeri 7 Pekanbaru. Rumus yang digunakan adalah :

$$Y = a + Bx$$

Keterangan :

X = Variabel bebas (Pengaruh Program Siaran Aacara Pro 2 Goes To School LPP RRI)

Y = Variabel terikat (Kreativitas Pelajar di SMA Negeri 7 Pekanbaru)

A = Nilai konstanta

B = Nilai Regresi

Hasil dan Pembahasan

Uji Validitas

Penelitian yang valid terjadi apabila terdapat kesamaan antara data yang terkumpul dengan data sebenarnya terjadi pada objek yang diteliti. Sedangkan penelitiannya yang reliabel bila terdapat kesamaan data pada waktu yang berbeda. Sebuah pernyataan dikatakan valid jika nilai r hitung yang merupakan nilai dari *corrected item-total correlation* yang berkisar antara 0,30 sampai 0,50 telah dapat memberikan kontribusi yang baik terdapat efisien suatu lembaga penelitian. Oleh karena itu, masing-masing pernyataan dikatakan valid apabila nilai dari *corrected item-total correlation* minimal 0,30. Pernyataan dikatakan valid

apabila r hitung lebih besar daripada r tabel.

Uji Reliabilitas

Angka pada kolom Cronbach's Alpha lebih besar dari 0,60 sehingga dapat disimpulkan bahwa konstruk pernyataan merupakan dimensi seluruh variabel adalah reliabel artinya item-item pernyataan tersebut apabila dinyatakan kemudian hari kepada orang yang berbeda akan memiliki jawaban yang sama. Sekaran dalam Priyatno (2008:26), suatu pengukuran dapat dian dalkan apabila memiliki koefisien cronbach alpha sama atau lebih dari 0,60.

Analisis Regresi Linear Sederhana

Hasil regresi linear sederhana diperoleh nilai koefisien regresi pada penelitian ini adalah $Y = 22,051 + 0,765 X$. Bilangan konstanta (a) sebesar 22,051 dan koefisien variabel program *Pro 2 Goes To School* LPP RRI, sebesar 0,765 dengan t_{hitung} 4,198 lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} 1,667 dan tingkat signifikansi 0,00 lebih kecil dibandingkan $\alpha = 0,05$. Berdasarkan perhitungan statistik yang diperoleh hipotesis untuk penelitian ini adalah H_a , yakni terdapat pengaruh antara program siaran acara *Pro 2 Goes To School* LPP RRI terhadap kreativitas pelajar di SMA N 7 Pekanbaru.

Uji Koefisien Determinasi

Tabel *Model Summary* tersebut memperlihatkan bahwa besarnya nilai korelasi/hubungan (R) yaitu sebesar 0,431 dengan kategori hubungan berpengaruh dan dijelaskan besarnya persentase pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat yang disebut koefisien determinasi yang merupakan hasil dari penguadratan R , dari output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,175 yang mengandung pengertian bahwa pengaruh variabel bebas (Program) terhadap variabel terikat (Kreativitas Pelajar) adalah sebesar 17,5% dengan kategori sangat lemah, sedangkan sisanya 82,5% dipengaruhi oleh faktor lain diluar dari hasil yang didapat,

maka hubungan program dengan gaya hidup berpengaruh sangat lemah.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian Pengaruh Program Siaran Acara *Pro 2 Goes To School* LPP RRI terhadap Kreativitas Pelajar di SMA Negeri 7 Pekanbaru menggunakan Teori Stimulus-Respons (S-R), didapatkan nilai signifikansi sebesar 0,00, lebih kecil dibandingkan $\alpha = 0,05$ dengan persamaan regresi $Y = 22,051 + 0,765 X$. Selain itu, nilai t_{hitung} 4,198 lebih besar jika dibandingkan dengan t_{tabel} 1,667. Dengan demikian H_a dalam penelitian ini diterima, sedangkan H_o ditolak. Hal ini mengidentifikasi bahwa terdapat pengaruh program siaran acara *Pro 2 Goes To School* LPP RRI terhadap kreativitas pelajar di SMAN 7 Pekanbaru, dan nilai koefisien korelasi yang didapatkan adalah 0,418. Pada data statistik terlihat bahwa kekuatan hubungan antara kedua variabel sangat lemah. Dan nilai koefisien determinasi menunjukkan hanya sebesar 17,5% program siaran acara *Pro 2 Goes To School* LPP RRI dapat mempengaruhi kreativitas pelajar di SMAN 7 Pekanbaru. Oleh karena itu sebanyak 82,5% dipengaruhi oleh variabel atau faktor lainnya yang tidak dikaji pada penelitian ini.

Saran

Untuk mengembangkan ilmu komunikasi mengenai pengaruh program siaran acara, diharapkan bagi peneliti selanjutnya yang ingin meneliti dengan menggunakan topik yang sama, hendaknya meneliti faktor lain yang dapat mempengaruhi kreativitas pelajar yang belum diteliti dalam penelitian ini.

DAFTAR PUSTAKA

Anik, Pamilu. (2007). *Mengembangkan Kreativitas dan Kecerdasan Anak*. Jakarta : Buku Kita.

- Ardial. (2014). *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ardianto, Elvinaro. (2004). *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Asep Syamsul, M. Romli. (2005). *Jurnalistik Praktis untuk Pemula*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Bungin, Burhan. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif Komunikasi, Ekonomi dan Kebijakan Publik serta Ilmu-ilmu Sosial lainnya*. Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. (2003). *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti.
- _____ (2008). *Dinamika Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ghozali, Imam. (2012). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS*. Yogyakarta : Universitas Diponegoro.
- Hadi, Sutrisno. (2001). *Metodologi Research Jilid III*. Yogyakarta : Andi Offset.
- Kriyantono, Rachmat. (2010). *Teknik Praktis Riset Komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relation, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Masduki. (2004). *Jurnalistik Radio Menata Profesionalisme dan Penyiar*. Yogyakarta : Lkis.
- Moleong. (2005). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Morissan, M.A. (2011). *Manajemen Media Penyiaran: Strategi Mengelola Radio dan Televisi*. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. (2007). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Munandar, Utami. (1995). *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Nurhafizah. (2004). *Strategi Pengelola Radio Rabbani dalam Mewujudkan Visi dan Misinya Sebagai Radio Dakwah di Pekanbaru*. Pekanbaru : UIN.
- Nurhayati, Eti. (2011). *Psikologi Pendidikan Inovatif*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Nurudin. (2007). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : Rajagrafindo Persada.
- Priyatno, Dewi. (2008). *Mandiri Belajar SPSS – Bagi Mahasiswa dan Umum*. Yogyakarta : MediaKom.
- Rakhmat, Jalaludin. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Ridwan. (2004). *Belajar Mudah Penelitian untuk Guru-Karyawan dan Peneliti Pemula*. Bandung : Alfabeta.
- Silalahi, Amin. (2003). *Metodologi Penelitian dan Studi Kasus*. Sidoarjo : Citramedia.
- Siregar, Syofian. (2012). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS*. Jakarta : Prenadamedia Group.
- Sinolungan, A.E. (1997). *Psikologi Perkembangan Peserta Didik*. Jakarta : Wirasari.
- Sony. (2004). *Metode Riset Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Subagyo, Pangestu. (2005). *Statistik Induktif Edisi Kelima*. Yogyakarta : BPFE.
- Sudjana. (2003). *Teknik Analisis Regresi dan Korelasi bagi Peneliti*. Bandung : Tarsito.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Suyomukti, Nurani. (2016). *Pengantar Komunikasi*. Yogyakarta : Ar-Ruzz Media.