

Hubungan Menonton Tayangan *talk show I'm Possible* Dengan Perilaku Positif Siswa Lembaga Training *Soul Brain Communication* Karawang

Oleh :

Abdul A'alim dan Muhamad Ramdhani

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan menonton tayangan *talk show I'm Possible* dengan perilaku positif siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang. Menonton tayangan televisi dapat merubah perilaku khalayak karena informasi yang diberikan oleh media massa dapat menjadi stimulus yang diterima oleh masyarakat yang dapat menghasilkan respon berupa perilaku tertentu.

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif. Responden dalam penelitian ini adalah siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan kuesioner/angket dan studi kepustakaan.

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan menonton tayangan *talk show I'm Possible* memiliki hubungan signifikansi positif dengan perilaku positif siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang. Perilaku positif siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang memiliki keterkaitan dengan menonton tayangan *talk show I'm Possible* yang terdiri dari intensitas, daya tarik dan isi pesan.

Kata kunci: Tayangan, Perilaku, Intensitas, Daya Tarik, Isi Pesan.

ABSTRACT

This study aims to determine the relationship of watching the talk show I 'm Possible with the positive behavior of students at the Soul Brain Communication training institution, Karawang. Watching television shows can change the behavior of audiences because the information provided by mass media can be a stimulus received by the community that can produce a response in the form of certain behaviors.

This research uses quantitative methods. Respondents in this study were students of the Soul Brain Communication training institution Karawang. Data collection techniques used in this study used a questionnaire / questionnaire and literature study.

The results of this study show that the relationship of watching the talk show I 'm Possible has a positive significance relationship with positive behavior of students in the Soul Brain Communication training institution, Karawang. The positive behavior of the students of the Soul Brain Communication training institute in Karawang was related to watching the 'I Possible' talk show which consisted of intensity, attraction and message content.

Keywords: Impressions, Behavior, Intensity, Attractiveness, Message Content.

PENDAHULUAN

Komunikasi pada hakekatnya merupakan suatu proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator ke komunikan. Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication*, berasal dari kata latin *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendi, 2004 : 9).

Komunikasi secara mudah dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan melalui sarana atau media komunikasi kepada komunikan yang dituju. Menurut Hovland “*Communication is the process to the modify the behavior of other individuals*”. Komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (Effendi, 2004 : 10).

Menurut Bittner komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang (Ardianto, 2007 : 3). Massa dalam komunikasi massa lebih merujuk kepada penerima pesan yang berkaitan pada media massa. Oleh karena itu massa disini adalah khalayak, *audience*, penonton, pemirsa, atau pembaca. Media massa dalam komunikasi massa bentuknya anatara lain media elektronik (televisi, radio), media cetak (surat kabar, majalah, tabloid). Dalam penelitian ini media yang dimaksud adalah televisi yang menyebarkan informasi kepada khalayak.

Media adalah perantara dalam kegiatan komunikasi sehingga penyampaian pesan terjadi secara tidak langsung (*mediated communication*). Media sebagai perantara merupakan bentuk teknologi komunikasi yang dapat berupa media cetak ataupun elektronik (Kusumastuti, 2014 : 18). Media massa memiliki hubungan yang erat dengan masyarakat, baik media cetak maupun elektronik. Dalam berbagai wacana tentang fungsi media massa, disebutkan terdapat empat fungsi media massa yaitu penyalur informasi, fungsi mendidik, fungsi menghibur, dan fungsi mempengaruhi (Pareno, 2005 : 7). Keempat fungsi tersebut harus dilaksanakan secara bersamaan, tidak boleh mengutamakan satu fungsi atau dua fungsi saja tapi mengabaikan fungsi lainnya.

Salah satu media elektronik yang erat kaitannya dengan perubahan masyarakat saat ini ialah televisi. Istilah Televisi berasal dari bahasa Yunani *Tele* dan *Vission* (TV). *Tele* berarti “jauh” dan *vision* berarti “gambar”. TV diartikan mengajak pemirsa melihat peristiwa atau kejadian yang jaraknya berjauhan tetapi bersamaan waktunya (Saharudin, 2011 : 116).

Televisi sebagai salah satu media komunikasi massa yang sudah menjadi kebutuhan masyarakat, karena televisi dapat memberi informasi selain itu televisi juga memberi hiburan untuk semua kalangan masyarakat.

Hal ini memicu stasiun televisi swasta untuk berlomba-lomba menampilkan acara atau program yang diinginkan oleh pemirsannya. Kondisi tersebut dengan sendirinya akan menimbulkan persaingan-persaingan bagi pihak-pihak stasiun televisi swasta dengan cara menampilkan yang terbaik, menarik serta memenuhi selera pemirsa.

Terlepas dari persaingan tersebut media juga harus memperhatikan peran fungsinya, dimana fungsi tersebut harus berjalan beriringan. Namun, tidak dapat dipungkiri bahwa telaah yang sudah cukup banyak tentang televisi pada umumnya cenderung pada kesimpulan, bahwa media televisi ini melebihi kemampuan media masa lainnya dalam mempengaruhi sikap ataupun perilaku khalayak. Dengan adanya kelebihan tersebut televisi diharapkan mampu menghadirkan program yang tidak hanya sebagai tontonan melainkan juga bisa sebagai tuntunan.

Salah satu stasiun televisi swasta yang berusaha menghadirkan program yang serasi dengan tuntunan yaitu stasiun televisi Metro TV. Stasiun televisi yang berdiri sejak 25 November tahun 2000 ini lebih banyak menayangkan berita, informasi umum dan hal-hal yang berhubungan dengan informasi dan edukasi. Metro TV merupakan salah satu dari dua stasiun televisi swasta di Indonesia seperti TV ONE yang juga menyajikan tayangan atau program-programnya yang berfokus pada informasi dan edukasi. Namun, Metro TV memberikan sentuhan-sentuhan dalam program acaranya yaitu program acara *talk show* yang bersifat menghibur sekaligus mendidik. (www.metrotvnews.com).

Pengertian *talk show* adalah suatu acara berbincang-bincang yang menyampaikan beberapa informasi diskusi dengan tema-tema tertentu dan biasanya diselingi dengan beberapa isian menarik seperti musik, lawakan, kuis, dan lain sebagainya. Format *talk show* merupakan cerminan kekuatan yang menonjol pada medium televisi, yaitu original (utuh/asli)

dan kredibel (dapat dipercaya). Narasumber yang sangat vokal dan memahami permasalahan adalah sebagai kunci keberhasilan *talk show*. Agar *talk show* dapat menarik dan berbobot, pembawa acara harus mendalami bidang yang sedang dibicarakan di *talk show* (Wibowo, 2007 : 67).

Salah satu acara *talk show* yang saat ini disuguhkan oleh stasiun televisi Metro TV adalah program tayangan *I'm Possible*. Program acara *talk show* ini berisi tentang motivasi yang dibawa oleh motivator wanita ternama di Indonesia yaitu Merry Riana sebagai pembawa acaranya, kemudian bersama dengan bintang tamu yang berprofesi sebagai *trainer*, *coach*, ataupun motivator membawakan materi sesuai dengan tema dan memberikan solusi dalam bentuk motivasi kepada *audience*-nya.

Menurut Rosengren, dalam menganalisa terpaan suatu tayangan terdapat tiga unsur penting yang harus di uraikan yaitu, intensitas, isi pesan dan daya tarik dari tayangan tersebut (dalam Rakhmat, 2012 : 66).

Intensitas program *talk show I'm Possible* ini disiarkan di stasiun televisi Metro TV sebagai program *primetime* setiap hari Minggu pada pukul 20.30-21.30 WIB, *I'm Possible* bertujuan untuk memberikan inspirasi dan motivasi yang bisa diaplikasikan ke dalam kehidupan sehari-hari oleh pemirsanya.

Isi pesan pada program acara *I'm Possible* ini secara keseluruhan menonjolkan tayangan acara televisi yang memiliki nilai-nilai sosial serta mengangkat topik-topik seputar permasalahan hidup sehari-hari seperti ekonomi, bisnis, pendidikan, spiritual, sosial, motivasi, inspirasi dan sebagainya. *I'm Possible* tidak hanya menghibur, tetapi sekaligus memberikan informasi, edukasi, motivasi dan inspirasi bagi pemirsa untuk berbuat atau melakukan sesuatu perubahan di kehidupannya.

Daya tarik dari acara *talk show I'm Possible* ini adalah konsep dari acara ini yang disetiap minggu selalu menghadirkan bintang tamu atau narasumber yang berprofesi sebagai *Coach*, *Trainer* ataupun Motivator yang berpengalaman dibidangnya dan memiliki kredibilitas yang sangat baik di mata masyarakat Indonesia seperti Jamil Azzaini, Prasetya M Brata, Deddy Susanto, Erbe Sentanu dan masih banyak lagi tokoh-tokoh ternama yang sering menjadi bintang tamu atau narasumber di acara *talk show I'm Possible* ini.

Program-program acara televisi dapat menimbulkan beragam efek komunikasi massa. Efek komunikasi massa dapat berupa efek positif dan negatif bagi masyarakat. Efek komunikasi massa tersebut dapat terjadi ketika masing-masing masyarakat menerima stimulus, mencerna stimulus tersebut, kemudian baru dapat menghasilkan efek komunikasi massa. Perilaku positif masyarakat dalam kehidupan sehari-hari tidak terlepas dari adanya pengaruh efek komunikasi massa, termasuk efek dari terpaan program-program tayangan televisi seperti program acara *talk show I'm Possible*.

Menurut Skinner (Notoatmodjo, 2010 : 20), merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus atau rangsangan dari luar. Oleh karena itu perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori Skinner ini disebut teori "S-O-R" atau *Stimulus-Organism-Response*.

Dalam melakukan penelitian ini, peneliti memilih menggunakan model teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*). Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsangan) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula. Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan organisme.

Objek material dalam teori ini adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut model ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi. Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap komunikasi (Effendy, 2004 : 254).

Dalam pendekatan teori S-O-R, diutamakan cara-cara pemberian informasi yang efektif agar komponen konasi dapat diarahkan pada sasaran yang dikehendaki. Sedangkan pemberian informasi/pesan adalah sesuatu hal yang penting untuk dapat mengubah komponen kognisi (Ardianto, 2011 : 134).

Dengan demikian berarti teori ini memfokuskan bagaimana cara yang efektif dalam mengarahkan hal-hal yang menyangkut aspek kognisi yang diterima sebagai sebuah *stimulus*. Kemudian diolah oleh *organism* melalui perhatian, pengertian dan penerimaannya agar aspek konasi (perubahan sikap) yang dihasilkan sebagai sebuah *response*.

Dalam penelitian ini peneliti memilih lokasi penelitian di Kabupaten Karawang dengan mengambil populasi dan sampel dari lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang. Lembaga *training Soul Brain Communication* (SBC) yang telah berdiri sejak tahun 2014 merupakan lembaga *training* pertama di Kabupaten Karawang yang berfokus pada pelatihan *public speaking* dan motivator. (www.publicspeakingbc.com).

Karena siswa lembaga *training* SBC dilatih untuk menjadi seorang *public speakers*, *trainer* dan motivator yang berkarakter dan berperilaku positif maka para siswa SBC perlu menonton tayangan yang bersifat informatif dan edukatif yang positif dan bermanfaat seperti program *talk show I'am Possible* di Metro TV. Oleh karena itu mayoritas siswa lembaga *training* SBC merupakan penonton setia program *talk show I'am Possible* di Metro TV.

Berdasarkan uraian latar belakang penelitian diatas, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Hubungan Menonton Tayangan *Talk Show I'am Possible* di Metro TV Dengan Perilaku Positif Siswa di Lembaga *Training Soul Brain Communication* Karawang”.

METODE

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif, dimana menekankan analisisnya pada data-data numerikal (angka) yang diolah dengan metode statistika. Pada penelitian ini, metode yang digunakan peneliti yaitu metode survei, dengan menggunakan analisis korelasional. Penelitian survei adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relatif, distribusi dan hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis (Riduwan, 2010 : 49).

Penelitian korelasional adalah penelitian yang dilakukan oleh peneliti untuk mengetahui tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih, tanpa melakukan perubahan, tambahan atau manipulasi terhadap data yang memang sudah ada (Arikunto, 2010). Sumadi, (2003 : 24) tujuan penelitian korelasional adalah untuk mendeteksi sejauh mana variasi-variasi pada suatu faktor berkaitan dengan variasi-variasi pada satu lebih faktor berdasarkan koefisien korelasi.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan pendekatan korelasional dengan cara penyebaran angket yang di peroleh dari populasi yaitu siswa lembaga *training Soul Brain Communication* sejumlah 108 orang. Data yang diperoleh selanjutnya disusun, dianalisis dan diinterpretasikan sehingga akan diperoleh gambaran umum tentang “Hubungan Menonton Tayangan *Talk Show I'am Possible* di Metro TV Dengan Perilaku Positif Siswa di Lembaga *Training Soul Brain Communication* Karawang”.

Teknik pengambilan sample pada penelitian ini dengan menggunakan *simple random Sampling*. *Simple random sampling* adalah cara pengambilan *sample* dari anggota populasi dengan menggunakan acak tanpa memperhatikan strata yang ada dalam populasi itu. Teknik pengambilan sample menggunakan rumus Slovin dari Taro Yumane. Ukuran sampel dalam penelitian adalah sejumlah 52 orang responden.

Teknik pengumpulan data dengan angket dan studi kepustakaan. Hasil perolehan data akan dianalisis dengan teknik analisis deskriptif, sedangkan pengujian hipotesis menggunakan analisis statistic inferensial. Teknik analisis inferensial bertujuan untuk menganalisis data sampel dan hasilnya diberlakukan untuk populasi (Sugiyono, 2013 : 113).

Dalam penelitian ini terdapat 2 variabel yang akan diuji masing-masing berskala ordinal, maka koefisien korelasi yang akan digunakan dihitung berdasarkan rumus Rank Spearman (*Spearman Rank Order Correlation*), teknik korelasi tersebut digunakan untuk mengetahui seberapa besar hubungan diantara variabel X dan variabel Y. Tipe skala dalam pengukuran ini menggunakan skala *likert*. Skala *likert* digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang kejadian atau gejala sosial.

Dengan menggunakan Skala *Likert*, maka variabel yang diukur akan dijabarkan menjadi dimensi, dimensi dijabarkan menjadi sub variabel kemudian sub variabel mejadi indikator-indikator yang terukur ini dapat dijadikan titik tolak untuk membuat instrumen yang berupa pertanyaan atau pernyataan yang perlu dijawab oleh responden (Sugiyono, 2001 : 72).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Adapun hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa hubungan menonton tayangan *talk show I'm Possible* memiliki hubungan signifikansi positif dengan perilaku positif siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang. Perilaku positif siswa lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang memiliki keterkaitan dengan menonton tayangan *talk show I'm Possible* yang terdiri dari intensitas, daya tarik dan isi pesan.

Nilai korelasi *Rank Spearman* diketahui bahwa tayangan *talk show I'm Possible* memiliki derajat kekuatan hubungan yang kuat dengan perilaku positif. Sedangkan uji hipotesis penelitian menunjukkan jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ ($7,073 > 2,010$) atau nilai signifikansi $< \alpha$ ($0,000 < 0,05$) berdasarkan ketentuan dapat disimpulkan bahwa Hipotesis Penelitian H_0 ditolak dan H_1 diterima.

Berdasarkan hasil tersebut dapat disimpulkan bahwa tayangan *talk show i'm possible* di metro tv memiliki hubungan signifikansi positif dengan perilaku positif siswa di lembaga *training soul brain communication* Karawang, adapun kontribusi dari hubungan tersebut sebesar 48,7%.

Menurut teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*). Objek material dalam teori ini adalah manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen: sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Menurut teori ini, organisme menghasilkan perilaku tertentu jika ada kondisi stimulus tertentu pula, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap stimulus khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi.

Asumsi dasar dari model ini adalah: media massa menimbulkan efek yang terarah, segera dan langsung terhadap konsumen (Effendy, 2003 : 254). Teori ini mengatakan bahwa perilaku dapat berubah hanya apabila stimulus (rangsangan) yang diberikan benar-benar melebihi dari stimulus semula.

Stimulus yang dapat melebihi stimulus semula ini berarti stimulus yang diberikan harus dapat meyakinkan *organism*. Skinner seorang ahli psikologi (dalam Notoatmodjo, 2010 : 20) merumuskan bahwa "Perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar)".

SIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan yang telah dilakukan, maka peneliti mengambil kesimpulan sebagai berikut, Terdapat hubungan yang signifikan antara intensitas tayangan *talk show I'm Possible* di Metro TV dengan perilaku positif siswa di lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang dengan klasifikasi tingkat hubungan sedang ($r_s = 0,414$) maka disimpulkan terdapat hubungan yang signifikan antara daya tarik tayangan *talk show I'm Possible* di Metro TV dengan perilaku positif siswa di lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang dengan klasifikasi tingkat hubungan sedang ($r_s = 0,571$).

Terdapat hubungan yang signifikan antara isi pesan tayangan *talk show I'm Possible* di Metro TV dengan perilaku positif siswa di lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang dengan klasifikasi tingkat hubungan kuat ($r_s = 0,713$). Terdapat hubungan yang signifikan antara tayangan *talk show I'm Possible* di Metro TV dengan perilaku positif siswa di lembaga *training Soul Brain Communication* Karawang dengan klasifikasi tingkat hubungan sedang ($r_s = 0,571$).

Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diberikan saran sebagai berikut, penelitian ini menemukan bahwa semakin tinggi tingkat intensitas, daya tarik, dan isi pesan suatu tayangan maka diiringi dengan dampak terhadap perubahan perilaku individu. Sehingga hendaknya hasil penelitian ini menjadi masukan positif kepada semua agar senantiasa memilih tayangan-tayangan yang bernilai positif, karena tayangan yang ditonton dapat memberikan dampak terhadap perubahan perilaku. Kepada mahasiswa, hendaknya meningkatkan pengetahuan yang cukup luas, salah satunya dengan memanfaatkan tayangan-tayangan di televisi yang mengandung unsur edukasi sebagai media pembelajaran yang baik.

Kepada lembaga penyiaran, berdasarkan hasil penelitian ini memperlihatkan bahwa tayangan yang memaparkan informasi yang baik akan memberikan pengaruh terhadap terbentuknya perilaku positif pada khalayak. Maka penelitian ini dapat menjadi masukan bagi lembaga penyiaran agar senantiasa memilih dan menyajikan tayangan-tayangan yang bernilai positif dan edukatif untuk ditayangkan kepada khalayak. Kepada peneliti lain, untuk mengadakan penelitian sejenis dengan mengambil lebih banyak populasi dan melibatkan faktor-faktor lain yang belum diteliti.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- _____ . 2017. *Komunikasi Massa*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Arikunto, S. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta : Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2002. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.
- Bungin, Burhan. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta : Kencana.
- Effendy, Onong Uchjana. 1989. *KAMUS KOMUNIKASI*. Bandung: PT. Mandar Maju.
- _____ 2004. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : Citra Aditya Bakti Elvinaro.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : PT.Kencana Perdana.
- Kusumaastuti, Frida, dkk. 2014. *Hukum Media Massa*. Banten: Universitas Terbuka.

- Nazir. 2011. Metode Penelitian. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Notoatmodjo, Soekidjo. 2010. Ilmu Perilaku Kesehatan. Jakarta: Rineka Cipta.
- _____ 2013. Metode Penelitian Pendidikan: Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D. Bandung : Alfabeta.
- Palapah, M.O dan Samsudin, Atang. 1983. Studi Ilmu Komunikasi. Bandung : Fakultas Ilmu Komunikasi UNPAD
- Pareno, Sam Abede. 2005. Media Massa Antara Realitas dan Mimpi. Surabaya : Papyrus.
- Rakhmat, Jalaludin. 2012. Metode penelitian Komunikasi Dilengkapi Contoh Analisis Statistik. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2010. Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian. Bandung: Alfabeta.
- Saharudin, 2011. Perkembangan Teknologi Komunikasi (Sebuah Pengantar). Lombok Tengah, NTB : LP2M IAI Qomarul Huda.
- Sekaran, U. 2007. Metode Penelitian Untuk Bisnis. Jakarta: Salemba Empat.
- Sidney Siegel. 1997. Statistik Non Parametrik untuk Ilmu Sosial. Jakarta: Gramedia.
- Siregar, Syofian. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Perbandingan Perhitungan Manual dan SPSS. Jakarta : Prenada Media Group.
- Sugiyono. 2001. Metode Penelitian Administrasi. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suryabrata, Sumadi. 2003. Metodologi Penelitian. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Uyanto, S. S. 2009. edoman Analisis Data dengan SPSS Edisi 3. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Wibowo, Fred. 2007. Teknik Produksi Program Televisi. Yogyakarta : Pinus Book Publisher.

Situs Internet:

www.metrotvnews.com diakses pada tanggal 9 September 2018 pukul 13:25 WIB

www.publicspeakingbc.com diakses pada tanggal 9 September 2018 pukul 13:25 WIB