

PENGARUH KOMUNIKASI ANTARPRIBADI TERHADAP KONSEP DIRI JULIANTO EKA PUTRA

Cindy Imelda Rohmawati S¹

Achluddin Ibnu Rochim²

Tri Yulianti³

ABSTRACT

Success is not only desired and owned by people who are able, but those who cannot afford, even want to have it. For someone who is born from unrich people, having success thing is a priceless happiness. It is felt by Julianto Eka Putra who is growing in a regular neighborhood. Julianto Eka Putra initiated and motivated to make the VISION 2010 program with the aim is to establish free school and a charitable foundation that dedicated himself to help orphans in Indonesia who cannot afford to continue their study to high school education. The purpose of this study is to determine the effect of Julianto Eka Putra's self-concept on the students of Selamat Pagi Indonesia's High School Batu-Malang. The result of the first hypothesis reads the suspect classification and purpose of the interpersonal communication affects the self-concept, is acceptable because of the calculation it t count (1,944) > t table (1,667), second hypothesis is assumed to be accepted because of the effectiveness of interpersonal communication is known that t count (4,335) > t table (1,667), this means that the independent variable X1 (classification and interpersonal communication objective) and X2 (interpersonal communication effectiveness) significantly affects the self concept of Julianto Eka Putra.

Keywords: *Classification and Interpersonal Communication Objective, Interpersonal Communication Effectiveness, Self Concept*

ABSTRAK

Kesuksesan tidak hanya di inginkan dan dimiliki oleh orang yang mampu, akan tetapi orang yang tidak mampu pun ingin memilikinya. Bagi seseorang yang terlahir dari orang yang tidak mampu, dapat memiliki kesuksesan merupakan kebahagiaan yang cukup bernilai. Hal tersebut dirasakan oleh Julianto Eka Putra yang tumbuh dilingkungan yang sederhana. Julianto Eka Putra berinisiatif dan tergerak untuk membuat program VISI 2010, dengan tujuan untuk membangun sekolah gratis dan mendirikan sebuah yayasan amal yang mendedikasikan diri untuk menolong anak-anak yatim piatu di seluruh Indonesia yang tidak mampu melanjutkan pendidikan kejenjang SMA. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pengaruh komunikasi antarpribadi terhadap konsep diri Julianto Eka Putra pada siswa siswi SMA Selamat Pagi Indonesia Batu-Malang. Penelitian ini di lakukan di SMA Selamat Pagi Indonesia Batu-Malang, menggunakan metode analisis regresi linier berganda, dengan uji instrumen uji validitas, uji reliabilitas, dan determinasi menggunakan aplikasi komputer program SPSS 22, dengan besarnya sampel seluruh dari populasi yaitu 70 siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia. Hasil hipotesis yang pertama berbunyi di duga klasifikasi dan tujuan komunikasi antarpribadi berpengaruh terhadap konsep diri, dapat diterima karena dari hasil perhitungan diperoleh $t_{hitung} (1,944) > t_{tabel} (1,667)$, Hipotesis kedua di duga dapat diterima karena efektivitas komunikasi antarpribadi diketahui bahwa $t_{hitung} (4,335) > t_{tabel} (1,667)$, hal ini berarti bahwa variabel bebas X1 (klasifikasi dan tujuan komunikasi antarpribadi) dan X2 (efektivitas komunikasi antarpribadi) berpengaruh signifikan terhadap konsep diri Julianto Eka Putra.

Kata Kunci: *Klasifikasi dan Tujuan Komunikasi Antarpribadi, Efektivitas Komunikasi Antarpribadi, Konsep Diri.*

¹Cindy Imelda Rohmawati S., mahasiswa Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

²Dr. Achluddin Ibnu Rochim, SH., M.Si., dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

³Dra. Tri Yulianti, M.Si., dosen Prodi S-1 Ilmu Komunikasi, FISIP Untag Surabaya

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara dengan predikat penduduk terbanyak kedua di dunia setelah China. Banyaknya penduduk di Indonesia tidak terlepas dari sebuah problem yang berupa kemiskinan. Kemiskinan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap pertumbuhan masyarakat disekitar. Kemiskinan adalah keadaan di mana terjadi ketidakmampuan untuk memenuhi kebutuhan dasar seperti makan, pakaian, tempat berlindung, pendidikan, dan kesehatan.

Dalam kehidupan modern pada masa kini dan tingginya biaya yang harus dikeluarkan untuk menimba pengetahuan, kemiskinan merupakan salah satu penyebab penduduk tidak mampu melanjutkan sekolah kejenjang yang lebih tinggi. Sekolah merupakan salah satu jendela dunia yang cukup penting bagi sebagian besar orang untuk mencapai sebuah kesuksesan. Kesuksesan tidak hanya di inginkan dan dimiliki oleh orang yang mampu, akan tetapi orang yang tidak mampu pun ingin memilikinya. Bagi seseorang yang terlahir dari orang yang tidak mampu (miskin), dapat memiliki kesuksesan merupakan kebahagiaan yang cukup bernilai.

Hal tersebut dirasakan oleh Julianto Eka Putra, pria yang lahir di kota pahlawan, Surabaya pada tanggal 18 Juli 1972, Julianto Eka Putra tumbuh dilingkungan yang sederhana, yang mana beliau sudah membantu orang tuanya mencari nafkah sejak kelas 4 SD. Di masa remaja beliau memiliki prestasi yang tidak terlalu bagus. Pencarian jati diri yang salah, sempat membuat beliau dikenal dengan pemuda MADESU (Masa Depan Suram). Sadar bahwa apa yang dilakukan selama masa SMP dan SMA tidak benar, beliau berusaha melakukan perubahan yang radikal pada waktu kuliah sehingga lulus dengan predikat sangat memuaskan di UNTAG (Universitas 17 Agustus 1945) Surabaya.

Sempat 6 bulan bekerja sebagai marketing di sebuah Bank swasta di Surabaya, sebelum akhirnya memutuskan untuk memulai usahanya sendiri. Banyak tantangan dari orang-orang terdekatnya ketika Julianto Eka Putra memutuskan untuk berhenti dari pekerjaannya, tetapi dengan kekuatan doa, keuletan, keyakinan, dan kerja keras, Julianto Eka Putra berhasil meraih kesuksesan. Kesuksesan tersebut, tidak membuatnya lantas

lupa dalam masa lalunya yang terbilang cukup buruk. Sadar akan pentingnya sebuah pendidikan Julianto Eka Putra berinisiatif dan tergerak untuk membuat program VISI 2010, dengan tujuan untuk membangun sekolah gratis dan mendirikan sebuah yayasan amal yang mendedikasikan diri untuk menolong anak-anak yatim piatu di seluruh Indonesia yang tidak mampu melanjutkan pendidikan kejenjang SMA. *Enterpriser* yang loyal yaitu Julianto Eka Putra juga yakin bahwa pendidikan yang baik dan layak merupakan hal yang sangat penting untuk memutuskan rantai kemiskinan karena anak-anak adalah pilar masa depan bangsa, Julianto Eka Putra bermimpi dapat membantu semua anak agar dapat tumbuh berkembang, serta memberi dampak yang positif bagi komunitas, lingkungan serta bangsa dan dia juga bertekad untuk menjadikan pendidikan dapat lebih terjangkau oleh anak-anak yang kurang beruntung di Indonesia. Program ini didukung oleh Perusahaan dan banyak *Enterpriser* lainnya yang berkontribusi untuk merealisasikan percaya akan tujuan mulia ini.

Terbukti dalam usia muda, Julianto Eka Putra mempunyai jaringan bisnis yang tersebar di berbagai kota besar di Indonesia. Selain itu Julianto Eka Putra juga menjadi pembicara tingkat Nasional pada *training-training* pengembangan diri yang telah di hadiri oleh ratusan ribu orang.

Komunikasi antarpribadi ada 2 teori yaitu : Aprehensi Komunikasi, Teori *Self Disclosure* (Model Pengungkapan Diri). Aprehensi Komunikasi adalah kondisi kognitif seseorang yang mengetahui bahwa dirinya saat berkomunikasi dengan orang lain. Melalui proses komunikasi antarpribadi, seseorang dapat mengetahui sikap, dan juga sifat dirinya sendiri yang tidak di ketahui ketika tidak berinteraksi dengan orang lain. Contoh sebuah organisasi dalam menjalani diskusi, mereka dapat saling mengetahui sikap dan sifat melalui komunikasi yang mereka bangun bersama-sama.

Teori *Self Disclosure* (Model Pengungkapan Diri) adalah proses pengungkapan informasi pribadi kita pada orang lain ataupun sebaliknya. Teori ini menjelaskan bagaimana kita berbagi informasi tentang diri kita yang bersifat pribadi kepada orang lain. Teori ini mendorong sifat

keterbukaan, pemahaman komunikasi antarpribadi terjadi melalui *Self Disclosure* (PengungkapanDiri), *feedback* (UmpanBalik), dan sensitivitas untuk mengenal orang lain.

Konsep diri menurut Cooley (Rakhmat, 2005) yaitu bagaimana orang lain menilai penampilan kita dalam diri cermin (*Looking Glass Self*), sedangkan menurut Symond (Dalam Suryabrata, 2005) bahwa konsep diri sebagai cara bagaimana seseorang bereaksi terhadap dirinya sendiri dan konsep diri ini mengandung pengertian tentang bagaimana orang berfikir tentang dirinya sendiri, bagaimana orang berusaha dengan berbagai cara untuk menyempurnakan dan mempertahankan diri.

Apakah konsep informasi dan kekuatan apa yang dimilikinya? Pemahaman mengenai konsep informasi sangat penting agar kita dapat bersikap arif dan bijaksana terhadap informasi. Untuk memahami informasi, Aubrey Fisher (1986) mengemukakan tiga konsep informasi sebagai berikut: 1) Informasi menunjukkan fakta atau data yang diperoleh selama proses komunikasi. Informasi dikonseptualisasikan sebagai kuantitas fisik yang dapat dipindahkan dari satu titik ke titik yang lain, individu satu kepada individu lain, atau medium yang satu ke medium lainnya. Semakin banyak memperoleh fakta atau data, secara kuantitas seseorang juga memiliki banyak informasi. 2) Informasi menunjukkan makna data. Informasi merupakan arti, maksud atau makna yang terkandung dalam data. Peranan seseorang sangat dominan di dalam memberikan makna data. Suatu data akan mempunyai nilai informasi bila bermakna bagi seseorang yang menafsirkannya. Kemampuan seseorang untuk memberikan makna pada data akan menentukan kepemilikan informasi. Penafsiran terhadap data atau stimulus yang diterima otak akan menentukan kualitas informasi. Sebagai produk sebuah “pabrik” (otak kita), kualitas informasi sangat ditentukan oleh berbagai unsur yang digunakan untuk mengolah setiap stimulus yang masuk ke dalam diri seseorang melalui panca indera, kemudian diteruskan ke otak untuk diolah berdasarkan pengetahuan (*frame of reference*), pengalaman (*field of experience*), selera (*frame of interest*), dan keimanan (*spiritual*) seseorang. Semakin luas pengetahuan, pengalaman, dan semakin baik

selera dan moralitas, maka informasi yang dihasilkan akan semakin berkualitas. Proses di dalam otak kita tersebut dikenal sebagai proses intelektual (*intellectual process*). 3) Informasi sebagai jumlah ketidakpastian yang diukur dengan cara mereduksi sejumlah alternatif yang ada. Informasi berkaitan erat dengan situasi ketidakpastian. Keadaan yang semakin tidak menentu akan menimbulkan banyak alternatif informasi, yang dapat digunakan untuk mereduksi ketidakpastian itu.

Untuk memahami proses pengolahan data menjadi informasi dan pesan, Henry Fayol dan Frederick Taylor dalam Koontz, O’Donnel, dan Weihrich (1986), menggunakan pendekatan *Input-Output Model*. Menurut Fayol dan Taylor, masukan (*input*) dari “pabrik” informasi berupa stimulus yang ditangkap panca indera, selanjutnya diteruskan ke otak/pusat saraf. Di dalam otak, stimulus mengalami proses transformasi, yaitu diolah dengan pengetahuan, pengalaman, selera, dan iman seseorang. Keluaran (*output*) dari proses tersebut berupa informasi yang diingat (*memori*) dalam diri seseorang atau diteruskan kepada orang lain. Informasi yang dikomunikasikan kepada orang lain atau khalayak disebut sebagai pesan (*message*). Dengan demikian, semua pesan adalah informasi. Namun, tidak semua informasi adalah pesan.

Informasi dan pesan bersifat subjektif. Mengapa? Karena informasi dan pesan tidak pernah bebas nilai (*free value*). Sebagai contoh, selama Perang Teluk Kedua (2003), Televisi Aljazeera cenderung menyampaikan berita Perang Irak dari sudut pandangan mereka. Dikatakan bahwa Pasukan Sekutu (Amerika Serikat dan Inggris) sebagai *invader* ke Irak, karena Irak merupakan Negara yang berdaulat. Sementara CNN memiliki sudut pandang yang berbeda di dalam memberitakan perang yang sama. CNN menyiarkan bahwa Pasukan Sekutu sebagai dewa pembebas bagi rakyat Irak yang tertindas rejim Sadam Hussein. Jelas sekali bahwa pesan yang disampaikan mempunyai tujuan berbeda.

Pesan yang disampaikan kepada individu atau khalayak mempunyai tujuan untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku individu atau khalayak. Carl I. Hoveland (1953) mengungkapkan sebagai berikut: “*Communication process is the process by*

wich an individual (the communicator) transmits stimulus (usually verbal symbol) to modify the behavior or other individuals (the audience)". Dari pendapat Hoveland itu dapat ditelusuri sistematika terbentuknya informasi

LANDASAN TEORI

Definisi Dan Pendekatan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*Interpersonal Communication*) merupakan komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang. Para ahli teori komunikasi mendefinisikan komunikasi antarpribadi secara berbeda-beda. Di sini kita membahas tiga pendekatan utama mengenai pemikiran komunikasi antarpribadi.

Matematika Shannon Dan Weaver

Pada tahun 1949, Shannon dan Weaver, di dalam buku *The Mathematical Theory of Communication* menulis tentang model awal komunikasi. Model matematika ini sangat berpengaruh terhadap model-model dan teori komunikasi berikutnya.

Model Shannon dan Weaver mengasumsikan bahwa sumber informasi menghasilkan pesan untuk dikomunikasikan. Pemancar mengubah pesan menjadi *signal* yang sesuai dengan saluran yang digunakan. Saluran adalah medium yang digunakan untuk mengirim *signal* dari pemancar ke penerima. Adapun sasaran adalah orang yang menjadi tujuan penyampaian pesan. Suatu konsep yang penting dari model Shannon dan Weaver ini adalah gangguan, yakni setiap stimulus

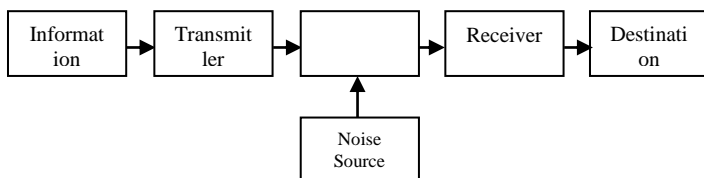
dan pesan. Juga dapat diketahui kekuatan informasi dan pesan di dalam mengubah sikap dan perilaku orang lain.

tambahan dan yang tidak dikehendaki dapat mengganggu kecermatan pesan. Gangguan-gangguan ini dapat menyebabkan kegagalan komunikasi.

Shannon dan Weaver juga memperkenalkan konsep mengenai *redundancy* dan *entropy*. *Redundancy* adalah pengulangan kata yang dapat menyebabkan rendahnya *entropy*. Shannon dan Weaver juga menekankan bahwa setiap informasi yang disajikan (*massage*) merupakan proses komunikasi. Informasi yang disampaikan memiliki tujuan untuk menambah pengetahuan, mengubah sikap, dan perilaku individu serta khalayak.

Menurut Shannon dan Weaver yang dikutip oleh Severin dan Tankard (1992:39) informasi adalah "*What is Information? Information is pattern matter energy that affects the probabilities of alternatives available to an individual making decision*". (Artinya, informasi adalah energi yang terpolakan, yang mempengaruhi individu dalam mengambil keputusan dari kemungkinan pilihan-pilihan yang ada).

Model Shannon dan Weaver ini banyak diterapkan dalam konteks komunikasi antarpribadi, komunikasi public atau komunikasi massa. Secara sistematis model Shannon dan Weaver dapat digambarkan, sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Shannon dan Weaver

Sumber: Shannon and Weaver, *The Mathematical Theory of Communication*, Urbana: University of Illinois Press, 1994.

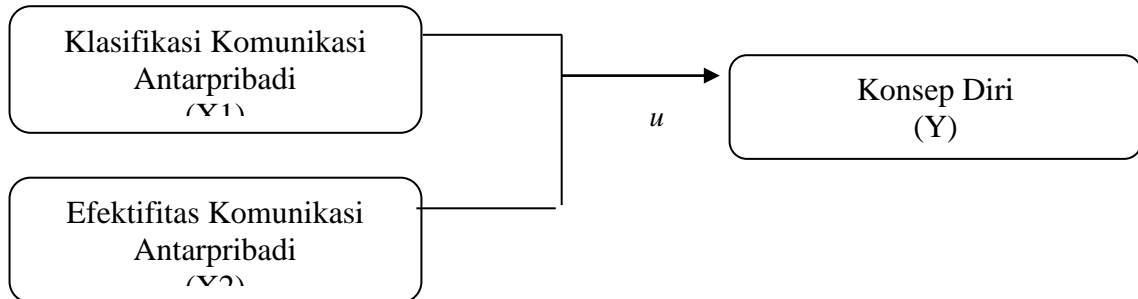
Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual merupakan suatu kesatuan kerangka pemikiran yang utuh dalam

rangka mencari jawaban-jawaban ilmiah terhadap masalah-masalah penelitian yang menjelaskan tentang variabel-variabel, hubungan variabel-variabel tertulis yang

berhubungan dengan hasil penelitian yang terdahulu yang kebenarannya dapat di uji secara empiris.

Gambar 2.5 Kerangka Konseptual



Jika klasifikasi dan tujuan komunikasi tidak berpengaruh pada siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia maka konsep diri Julianto Eka Putra akan berpengaruh pada siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia. Jika efektifitas berpengaruh pada siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia maka konsep diri Julianto Eka Putra akan berpengaruh pada siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan tipe penelitian kuantitatif. Untuk metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi. Di mana peneliti berusaha menjelaskan hubungan dua variabel. Studi korelasi bertujuan untuk meneliti sejauh mana variabel pada satu faktor berkaitan dengan variabel pada faktor lain. Jika dua variabel saja yang kita hubungkan, korelasinya disebut korelasi sederhana (*simple corelation*). Lebih dari dua, menggunakan korelasi ganda (*multiple correlation*). Metode ini menggunakan perhitungan statistik sehingga akan diketahui adanya hubungan antara kedua perubah atau lebih (Rakhmat, Jalaludin. 2004:27).

Teknik *Accidental Sampling* (Metode Slovin)

Pertanyaan dalam seringkali diajukan dalam metode pengambilan sampel adalah berapa jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian. Sampel yang terlalu kecil dapat menyebabkan penelitian tidak dapat menggambarkan kondisi populasi yang sesungguhnya. Sebaliknya, sampel yang terlalu besar dapat mengakibatkan pemborosan biaya penelitian.

Salah satu metode yang digunakan untuk menentukan jumlah sampel adalah menggunakan rumus Slovin (Sevilla et. al., 1960:182), sebagai berikut:

Gambar: 3.1 Rumus Slovin

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

Dimana:

n: jumlah sampel

N: jumlah populasi

e: batas toleransi kesalahan (*error tolerance*) atau persen kelonggaran ketidak telitian karena kesalah pengambilan sampel yang masih dapat ditolerir yaitu (0,1 atau 10%)

Populasi adalah jumlah dari keseluruhan objek yang karakteristiknya hendak diduga berdasarkan definisi populasi tersebut. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia.

Sampel adalah sebagian dari populasi, terdiri dari populasi, terdiri dari beberapa anggota populasi, Ferdinand (2006). Pengambilan sampel dilakukan dengan pertimbangan faktor keterbatasan yang tidak memungkinkan seluruh populasi untuk diteliti. Untuk menentukan beberapa sampel yang dibutuhkan, maka digunakan rumus Slovin.

Jika diketahui jumlah populasi siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia sebanyak 185 dari kelas X-XII siswa, maka jumlah sampel dapat dihitung sbb:

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

$$n = \frac{185}{(1 + 185 \cdot 10\%)}$$

$$n = \frac{185}{2,85}$$

$$n = 64,91$$

$$= 65$$

Berdasarkan hasil perhitungan diatas maka sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah 65 siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesia Batu-Malang. Penentuan sampel penelitian ini bersifat tidak acak (*non-probability sampling*) dimana anggota populasi tidak mempunyai kesempatan yang sama untuk dipilih sebagai sampel.

Dalam penelitian ini, metode pengambilan sampel yaitu dengan *accidental sampling*. *Accidental sampling* adalah pemilihan dimana individu yang dipilih adalah individu yang kebetulan dijumpai di lokasi penelitian.

Pengumpulan Data

Ada pun secara teknis dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode pengumpulan data yaitu: Kuisoner, merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi serangkaian pertanyaan atau

pertanyaan secara tertulis kepada para responden untuk dijawab (Sugiyono, 2007: 162).

Analisis Data

Analisis Regresi Linier Berganda

Dari data kuesioner yang telah ditabulasi dan dilakukan analisa menggunakan analisis regresi linier berganda dengan bantuan program SPSS 22, maka penulis akan menjelaskan Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi (X1), Efektifitas Komunikasi Antarpribadi (X2), Konsep Diri (Y).

Analisis Determinasi

Berdasarkan perhitungan analisis determinasi diperoleh hasil koefisien Determinasi (R^2).

KESIMPULAN

1. Hipotesis pertama diduga ada pengaruh parsial klasifikasi komunikasi antarpribadi dan efektifitas komunikasi antarpribadi terhadap konsep diri Julianto Eka Putra pada siswa-siswi SMA Selamat Pagi Indonesi Batu-Malang. Dapat diterima karena pada penelitian ini uji t digunakan untuk mengetahui pengaruh X1 (Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi), dan X2 (Efektivitas Komunikasi Antarpribadi) secara parsial terhadap variabel terikat Y (Konsep Diri). Uji pengaruh variabel bebas X1 (Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi) pada tabel di atas diketahui bahwa t_{hitung} untuk variabel X1 sebesar 1,944, sedangkan nilai t_{tabel} pada σ 5% dengan $df = n - k$ ($65 - 3 = 62$) diperoleh nilai 1.667. Dari hasil tersebut diketahui bahwa t_{hitung} (1,944) > t_{tabel} (1,667) oleh karena itu maka H_0 ditolak dan H_a diterima, hal ini berarti bahwa variabel Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi berpengaruh signifikan terhadap Konsep Diri.
2. Hipotesis kedua secara simultan, karena pada penelitian ini uji F diperoleh nilai f_{hitung} 24,201 sedangkan nilai f_{tabel} sebesar 3,14 {nilai f_{tabel} di peroleh pada α 5% dengan $df = k-1$; $n - k$ ($3-1 = 2$; $65 - 2 = 63$)}. Dari hasil perhitungan diatas menunjukkan bahwa f_{hitung} 24,201 \geq f_{tabel} 3,14 oleh karena itu H_0 ditolak dan H_a diterima yang berarti bahwa variabel

bebas yaitu X1 (Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi) dan X2 (Efektivitas Komunikasi Antarpribadi) berpengaruh terhadap variabel terikat yaitu Y (Konsep Diri).

3. Hipotesis ketiga ada salah satu yang paling dominan, karna pada peneliti ini nilai koefisien beta variabel X1 (Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi) adalah 0,234 dan pada variabel X2 (Efektivitas Komunikasi Antarpribadi) adalah 0,486, maka dari itu pengaruh yang paling dominan terhadap variable Y (Konsep Diri) adalah variable X2 (Efektivitas Komunikasi Antarpribadi) karena lebih besar daripada variabel X1 (Klasifikasi Komunikasi Antarpribadi).

DAFTAR PUSTAKA

- Boden, Margaret A. 1994. *Piaget*. London: Fontana Press.
- Dr. Wiryanto, MA. 2004. Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta: PT Grasindo Anggota Ikapi.
- <http://www.astralife.co.id/ilovelife/julianto-eka-putra-mendirikan-sekolah-gratis-penghasil-entrepreneur-muda/> (diunduh/download pada hari rabu tanggal 19 Oktober 2016 pukul 11:44 wib).
- <http://juliantoekaputra.com/about> (diunduh/download pada hari rabu 19 Oktober 2016 pukul 11:57 wib).
- <http://smaspi.blogspot.co.id/2012/06/belajar-dari-milyader-indonesia.html> (diunduh/download pada hari rabu 19 Oktober 2016 pukul 12:17 wib).
- Kumar, Arvind (ed.). 2000. *Encyclopedia of Mass Media and Communication*. New Delhi: Anmol Publication Pvt. Ltd.
- Melvin DeFleur. 1970. *Theories of Mass Communication*. New York: David McKay.
- Mick Underwood. *Maletzke's Model: Receiver*, hlm. 5.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. Psikologi Komunikasi. PT Remaja Rosdakarya.
- Severin, Werner J. and James W. Tankard, Jr. 1992. *Communication Theories, Origins, Methods and Uses in the Mass Media*. New York: Longman.

- Shannon, Claude E. and Warren Weaver. 1949. *The Mathematical Theory of Communication*. Urban: University of Illinois Press.
- Sunarto, Kamanto. 1993. *Pengantar Sosiologi*. Jakarta: Lembaga Penerbitan Fakultas Ekonomi Universitas Indonesia