

# **Pemanfaatan Media Massa Dalam Komunikasi Politik Pemilihan Calon Presiden (Konstruksi Realitas Pemilih Pemula dalam Pemilihan Presiden 2014)**

Ratih Hasanah, S.Sos., Msi

Agus Aprianti S.I.Kom, M.I.Kom

Program studi Ilmu Komunikasi, Telkom University

[ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id](mailto:ratihhasanah@telkomuniversity.ac.id)

## **ABSTRAK**

Penelitian yang dilakukan oleh penulis secara umum dimaksudkan untuk mengetahui konstruksi realitas pemilih pemula dalam memilih presiden. Memberikan gambaran secara jelas bagaimana pemanfaatan media memberi pengaruh bagi pemilih pemula dalam menentukan pilihannya serta pengambilan keputusan dalam memilih. Dengan pertanyaan penelitian, yaitu: 1). Bagaimana pemilih muda dalam mengkonstruksi media massa sebagai sarana kampanye dalam pemilihan presiden. 2). Bagaimana konstruksi realitas pemilih muda dalam memilih calon presiden.

Kajian penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan paradigma interpretif dengan teknik *Forum Group Discussion* (FGD). Subjek penelitian yaitu remaja usia 17-19 tahun dan untuk pertama kalinya ikut dalam memilih calon presiden pada bulan Juli 2014 yang disebut sebagai pemilih pemula. Subjek penelitian terbagi ke dalam kelompok-kelompok diskusi yang membahas mengenai media massa yang menampilkan sosok calon presiden pada pemilihan presiden Juli mendatang. Bagaimana media massa dalam memberikan informasi dan pemberitaan yang ada kemudian membentuk konstruksi realitas sosial di kalangan pemilih pemula tersebut.

Kata Kunci :

Konstruksi Realitas, Pemilih Pemula, Komunikasi Politik, Capres, Media Massa, FGD

## **1. Pendahuluan**

Politik Indonesia mulai memasuki era demokrasi pada tahun 2004, dimana untuk pertama kalinya Indonesia memilih presiden secara langsung yang bisa dikatakan berhasil. Perubahan wajah politik Indonesia pada masa H.M. Soeharto dari Orde Baru menjadi Era Demokrasi. Hal ini didasarkan pada pernyataan berhenti atau pengunduran diri H.M. Soeharto secara paksa pada tanggal 21 Mei 1998, yang telah menjabat selama kurun waktu 32 tahun. Berhentinya H.M. Soeharto tidak lepas dari adanya krisis ekonomi dan moneter yang sedang melanda kawasan Asia, seperti Korea Selatan, Jepang dan Negara-negara yang tergabung dalam ASEAN.

Akibat dari itu munculnya berbagai peristiwa kerusuhan-kerusuhan di pusat maupun daerah, seperti peristiwa Glodok, Semanggi yang menelan korban jiwa tidak sedikit, telah mendorong lahirnya gerakan Reformasi. Maka gerakan Reformasi lahir sebagai reaksi dan koreksi atas penyelenggaraan Negara yang menyimpang dari ideologi Pancasila dan mekanisme Undang-Undang Dasar 1945. Pada akhirnya berdampak pada perubahan wajah politik di Indonesia menganut sistem demokrasi, dimana setiap orang berhak memberi suaranya dalam pemilihan presiden.

Bila melihat ke belakang pada masa pemilihan umum (pemilu) sebelumnya, pada pemilu 1999 jumlah parpol yang mengikuti pesta demokrasi tercatat sebanyak 48 partai politik, kemudian pada tahun 2004 menjadi 24 partai politik, dan pada pemilu 2009 lalu diikuti oleh 44 partai politik. Banyaknya jumlah partai politik tentunya persaingan antar partai politik tidak dapat dielakkan. Semua partai politik dengan segala upaya berusaha untuk dapat menang dalam pemilihan umum agar dapat mengusung calon presiden yang diajukan partai politik. Dibandingkan dengan pemilu-pemilu sebelumnya, pada pemilu tahun 2014 hanya ada 12 partai yang mengikuti pemilu. Tentunya persaingan dirasa semakin ketat, setiap partai politik mengusung calon presidennya dalam pilpres Juli mendatang. Dari uraian pada latar belakang

di atas secara umum penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui konstruksi realitas pemilih pemula dalam memilih presiden. Memberikan gambaran secara jelas bagaimana pemanfaatan media memberi pengaruh bagi pemilih pemula dalam menentukan pilihannya.

## **2. Kajian Pustaka**

### **2.1 Perkembangan Demokrasi Politik Indonesia**

Peran media massa sangat penting dalam proses mengenalkan calon presiden yang diusung partai untuk dikenal masyarakat luas khususnya rakyat Indonesia dengan harapan dapat dipilih dan menjabat duduk di kursi kepresidenan atau duduk di kursi parlemen bagi para calon legislatif. Berbagai pencitraan dilakukan oleh para aktor politik yang turut dalam pemilu, menampilkan kelebihan-kelebihan yang dimiliki dan menggadang-gadangkan visi, misi serta program kerja yang akan dilakukan dengan memanfaatkan media sebagai alat untuk mendongkrak nama para aktor politik dan sebagai media berkampanye.

Tahun 2004 untuk pertama kalinya Indonesia melakukan pemilihan presiden secara langsung dan bisa dikatakan sukses, dan terus dilakukan pemilihan langsung pada pemilu 2009, dan saat ini Indonesia kembali akan memilih presiden untuk 5 tahun mendatang. Pemilu tahun 2014 yang diikuti oleh 12 partai dan demokrasi yang dirasa terlalu bebas nilai dengan banyaknya calon presiden yang diusung oleh masing-masing partai membuat masyarakat tidak tahu harus memilih siapa yang pantas untuk memimpin bangsa Indonesia 5 tahun mendatang mengingat politik Indonesia yang sering terjadi kecurangan. Lebih dari itu masyarakat sudah terlalu kecewa dengan pemerintahan saat ini dan itu membuat kepercayaan masyarakat pada pemerintah dan kinerja pemerintahan berikutnya disangsikan akan membawa ke arah perubahan yang lebih baik.

### **2.2 Pemanfaatan Media Sebagai Medium Berkampanye**

Pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari tidak dapat dipungkiri memiliki pengaruh yang sangat penting dalam kehidupan kita. Seringkali media menjadi sebab bagi keputusan seseorang dalam menentukan pilihan bahkan menentukan sebuah keputusan. Kata media yang berarti "tengah" berasal dari bahasa Latin "medius" yang jamaknya disebut medium. Dapat dikatakan bahwa media memiliki peran hampir dalam seluruh aspek kehidupan kita. Pengaruh media massa tidak hanya terbatas pada aspek tertentu saja yang kita ketahui saja, namun media juga berpengaruh bagaimana kita belajar mengenal dan memahami dunia dan interaksi yang kita lakukan dengan orang lain. Sehingga dapat dikatakan bahwa media melingkupi segala aspek kehidupan kita dalam proses hubungan sosial yang kita lakukan.

Media massa dapat diibaratkan bagai pisau bermata dua, bila salah digunakan akan melukai diri penggunaannya dan bila digunakan dengan benar akan memberikan keuntungan bagi penggunaannya. Media massa memiliki peran yang sangat penting mengingat salah satu fungsi media massa adalah memberikan informasi kepada masyarakat. Kondisi Indonesia saat ini yang tengah berlangsung pesta demokrasi tentu media sangat dibutuhkan oleh berbagai pihak yang memiliki kepentingan-kepentingan tertentu dalam kancah politik pada pemilu 2014, dan bahkan bagi kepentingan pemilik media itu sendiri. Media dimanfaatkan untuk memberikan informasi sebanyak-banyaknya tentang perkembangan pemilu dan siapa-siapa saja tokoh yang akan dicalonkan sebagai presiden dari masing-masing partai.

Hampir setiap bentuk media massa dipilih oleh para politisi untuk memperkenalkan calon presiden yang diusung. Gambar calon presiden yang disertakan tag line, juga visi misi yang akan dijalankan. Melalui media para politisi secara tidak langsung memperkenalkan sosok calon presiden yang ikut serta dalam pemilihan calon presiden. Mengingat bahwa dalam pemilihan selalu melibatkan persaingan antara para calon presiden yang ikut serta dalam pemilihan.

Media menjadi salah satu sarana yang digunakan untuk memperkenalkan bakal calon presiden yang diusung partai politik yang berkompetisi, baik media elektronik, media cetak luar ruang maupun *new media*. Komunikasi melalui media massa menjadi aspek penting dalam segala aspek kehidupan. Media massa merupakan salah satu metode berkomunikasi yang melibatkan massa yang memiliki peran penting dalam mempengaruhi dan memunculkan opini di kalangan masyarakat yang menimbulkan komunikasi massa. Komunikasi massa adalah komunikasi melalui media modern yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang di pertunjukkan di gedung-gedung bioskop (Effendy, 1993:79).

Menurut Gerbner (dalam Rakhmat: 188) media massa adalah “Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri.” Gerbner menekankan ciri komunikasi massa kepada eksistensi teknologi serta komunikator yang melembaga. Selain itu, komunikasi massa merupakan suatu produk yang terjadi pada masyarakat industri saja. Tapi saat ini masyarakat kita bukan saja masyarakat industri tetapi sudah menjadi masyarakat informasi. Hal ini berkaitan dengan teknologi internet yang berkembang. Sehingga muncul jargon ‘siapa yang menguasai informasi dia akan menguasai dunia’

### **2.3. Konstruksi Realitas Sosial**

Peter Berger tentang konstruksi realitas secara sosial mengembangkan model teoritis lain mengenai bagaimana dunia sosial terbentuk. Dia menganggap realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya. Dengan demikian, dia berpendapat bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (seperti pada perspektif fungsionalis), tetapi maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif (individu) dengan nilai objektif (suatu perspektif interaksionis simbolis). (Kuswarno, 2009:111-112)

Berger dan Luckmann dalam bukunya mengenai kontruk sosial berjudul *The Social Constraction of Reality*, menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang repetitive, yang mereka sebut sebagai “kebiasaan” (habits). Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. (Kuswarno, 2009:112-113)

Konstruksi realitas sosial pada penelitian ini digunakan oleh penulis untuk membahas bagaimana pemilih pemula mengkonstruk keputusan dalam memilih calon presiden berdasarkan pada apa yang ditampilkan dan diinformasikan oleh media mengenai sosok calon presiden. Realitas sosial yang dijelaskan oleh Berger dan Luckmann (Bungin, 2008:14) diartikan sebagai kualitas yang terdapat di dalam realitas-realitas yang di akui sebagai memiliki keberadaan (*being*) yang tidak tergantung pada kehendak kita sendiri.

### **3. Metodologi**

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, penelitian ini juga bersifat deskriptif, dimana penelitian yang dilakukan oleh penulis hanya menggambarkan dan menjelaskan situasi atau peristiwa. Dalam penelitian ini tidak menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. (Rahmat, 1993; 24)

Dalam penelitian ini tehnik pengumpulan data dengan melakukan *Focus Group Discussion* (diskusi kelompok terfokus) atau yang biasa dikenal dengan FGD. Tujuan utama diskusi terfokus ini adalah mendapatkan informasi sebanyak-banyaknya tentang satu tema yang dijadikan fokus penelitian (Idrus, 2009: 110). Fokus penelitian ini melihat konstruksi pemilih pemula terhadap calon presiden pemilu 2014.

Dalam penelitian ini dilakukan FGD sebagai tehnik primer dalam pengambilan data serta tehnik sekundernya melalui wawancara narasumber dan pustaka. FGD dijadikan tumpuan utama dalam pengumpulan data maka seperti yang ditulis, Hanse; 1998, Watt dan Van De Berg

1998, dibutuhkan setidaknya enam atau tujuh kelompok partisipan, sudah tentu dengan karakteristik yang beragam. Jumlah individu partisipan dalam setiap kelompok sering kali disarankan berkisaran antar empat sampai sepuluh orang (Pawito, 2007:127).

Pemilih pemula dalam penelitian ini adalah para mahasiswa yang baru mempunyai hak pilih pada saat pemilihan presiden 2014. penulis menggunakan metode (Focus Group Discussion) FGD yang melibatkan remaja usia 17-19 tahun dalam hal ini mereka sebagai pemilih pemula. Melihat pada usia yang relatif muda usia 17 terbilang usia remaja. masuk pada usia remaja madya dan remaja akhir. Masa remaja berlangsung antara usia 12 tahun sampai 21 tahun. Dengan pembagian 2-15 tahun: masa remaja awal, 15-18 tahun: masa remaja pertengahan, 18-21 tahun: masa remaja akhir, ( Monks, 2006: 262)

Salah satu periode dalam rentang kehidupan individu adalah masa remaja, “masa ini merupakan segmen kehidupan yang penting dalam siklus perkembangan individu dan merupakan masa yang penuh gejala, pengenalan dan petualangan akan hal-hal yang baru sebagai bekal untuk mengisi kehidupan kelak di masa dewasa”, (Hurlock, 1994 :207). Dalam masa remaja pertengahan atau madya ke masa remaja akhir adalah masa dimana remaja tersebut memiliki kekuatan tuk dapat memilih menentukan pilihan-pilihan dalam hidupnya, halkan ini berkaitanya dalam menentukan siapa yang akan mereka pilih dalam pemilu presiden dibulan Juli 2014 nanti.

#### **4. Hasil Peneliian**

##### **4.1. Konstruksi Realitas Pemilih Pemula**

Banyak cara informasi tentang calon presiden di kampanyekan oleh partai tapi ada juga presiden yang berkampanye tidak membawa nama partai. Adapun caranya mereka berpromosi melalui iklan dimedia televisi yang menggambarkan visi misi partai dan calon presiden untuk Indonesia. Media cetak antara lain koran, majalah, tabloid dan luar ruang Baliho, poster di pinggir-pinggir jalan. Tapi dari sekian media massa tradisional yang ada, para remaja atau

dalam hal ini pemilih pemula lebih senang bila capres ini melakukan promosi melalui media internet melalui website, blog, dan media sosial. Untuk promosi secara *off line* yang dilakukan sebagai kampanye terbuka dimana para capres akan menjelaskan visi misi diatas panggung dengan membawa artis-artis ibukota sebagai magnet kampanye. Dianggap remaja sebagian sarana yg efeektif mendekati para warga pemilih, tetapi menjadi bumerang ketika menampilkan artis dangdut yang menggunakan pakaian yang seronok dengan joget yang mengarah keporno aksi hal ini terutama kepada partai-partai islam. Yang paling populer dalam cara berkampanye atau berpromosi menurut remaja adalah dengan melakukan aksi belusukan. Selain itu capres harus melakukan debat politik, wawancara, diskusi yang disiarkan secara live stasiun televisi, mereka harus bisa menjawab secara cerdas tegas dan jujur mengenai indonesia kedepan jika mereka menang pemilihan umum presiden 2014.

Masing-masing partai berlomba-lomba menunjukkan eksistensi partai mengusung calon presidennya dengan kesan positif, pemimpin yang pro rakyat, membela hak rakyat, jujur, berani dan bisa membuat indonesia lebih baik. Namun ada saja kampanye diwarnai banyak kecurangan masing-masing capres melalui partai secara terang-terangan menjatuhkan lawannya dengan sindiran- sindiran negatif bahkan informasi yang negatif menjadi *overload*. Hal ini menyebabkan kebingungan dikalangan pemilih pemula akhirnya tidak sedikit yang menjadi anti pati terhadap pemilihan umum dan pemilihan presiden, ini berdampak bagi pemilih *enggan* memberikan hak suaranya. Informasi yang *overload* bahkan cenderung tidak memberikan informasi yang akurat, membuat pemilih pemula bingung, bahkan pemilu tahun 2014 begitu banyak yang mencalonkan diri menjadi presiden, sementara informasi yang didapat lebih banyak negatifnya dibandingkan dengan positifnya. Sehingga pemberitaan yang ada memberikan konstruksi yang buruk mengenai pemilu tahun 2014.

Media menjadi salah satu penyebab dalam proses pembentukan konstruksi realitas sosial yang terjadi. Pada penelitian ini tentunya bagaimana media mengkonstruksi masyarakat

untuk memberi makna hasil yang ditunjukkan pada sikap seras keputusan rakyat dalam memilih. Terutama pada pemilih pemula yang bisa dikatakan masih awam, serta informasi yang didapat dari pemberitaan yang ada di media massa mengenai pemilu yang lebih banyak negatifnya, sedikit banyak akan mengkonstruksi pemilih pemula dalam pengambilan keputusan memilih.

Situasi inilah yang berdampak pada sikap pemilih untuk mengambil keputusan apakah akan memilih atau tidak dengan informasi-informasi yang disajikan oleh media massa atau justru konstruksi realitas yang terbentuk lebih kepada sikap anti parti terhadap pemilihan umum dengan kenyataan-kenyataan dari informasi yang disuguhkan membuat pemilih hilang kepercayaan terhadap calon pemimpin

#### **4.2. Pemilih Pemula dan Konstruksi Media**

Perkembangan media saat ini telah mengalami hegemoni, hal ini membuat pemberitaan dan informasi yang disajikan menjadi tidak berimbang bahkan adanya keberpihakan yang nampak jelas terjadi. Terlebih saat ini dalam masa pemilihan umum dan pemilihan calon presiden, media massa dijadikan ajang berkampanye oleh partai politik dan juga para calon yang mencalonkan diri baik pencalonan presiden maupun calon legislatif.

Pemberitaan dan informasi yang didapat dari berbagai media massa menjadikan pemilih pemula mengkonstruksi media sebagai sarana promosi dan kampanye partai. Berita yang disajikan hanya memberikan dampak ketidaksiapan pemilih pemula dalam menggunakan hak pilihnya. Ini didasarkan pada banyaknya informasi yang didapatkan hanya mengenai keburukan masing-masing partai dan para calon yang diusung yang terlibat kasus merugikan Negara. Selain itu informasi yang disajikan cenderung menimbulkan kesan negatif dan citra yang ditampilkan buruk. Itu terjadi pada semua partai dan calon yang diusung untuk pemilihan presiden karena dianggap saling menjatuhkan.

Pemilih pemula dalam mengkonstruksi media menganggap pemberitaan yang dilakukan oleh media hanya memberikan gambaran bahwa tidak ada yang benar-benar bersih dan terlihat semua memiliki ambisi untuk menang. Media dijadikan alat upaya menjatuhkan lawan. Sikap yang ditunjukkan oleh pemilih pemula lebih mengarah pada ketidak tertarikan dalam memilih dan menggunakan hak pilihnya.

Pemilih pemula menganggap bahwa media terlalu banyak memberikan informasi dan menampilkan hal-hal yang belum tentu kebenarannya yang pada akhirnya menggiring masyarakat tidak tertarik pada pemilihan umum dan pemilihan presiden. Selain itu pemilik media massa dengan kekuasaan penuh dan hegemoninya justru turut dalam mencalonkan diri sebagai presiden serta memanfaatkan media yang dimiliki untuk berkampanye.

Berdasarkan pada uraian di atas dari hasil diskusi dalam *forum group discusse* (FGD) dapat dikatakan bahwa pemilih pemula dalam mengkonstruksi media massa menganggap bahwa terjadi hegemoni media yang tidak sehat. Beberapa kandidat calon presiden merupakan pemilik media yang dengan leluasa dapat menggunakan medianya untuk berkampanye. Jikapun mereka menggunakan hak pilih karena mereka sudah yakin akan memilih kepada siapa dan bukan karena partai apa. Pemilihan capre lebih kearah tokoh yang populer seperti Abu Rizal Bakrie, Surya Paloh, Wiranto dan Hary Tanoe para remaja mengatakan mereka dapat menang karena mereka memiliki media seperti tapi tokoh yang paling populer untuk menjadi presiden di pemilu 2014 adalah Jokowi, Prabowo terlepas wakil presidennya nanti siapa. Mereka berdua menurut remaja memiliki ektabilitas dan kepopuleran lebih menonjol dibanding dengan para capres pemilik media.

#### **4. 3. Kontruksi Pemilih Pemula Dalam Pemilihan Presiden**

Hegemoni media yang terjadi berdampak pada sikap pemilih pemula dalam pemilihan presiden. Kecenderungan media yang berpihak, berita yang disajikan tidak berimbang membuat pemilih pemula tidak antusias dalam pemilihan umum dan pemilihan presiden. Dari

pemberitaan dan informasi yang didapatkan hanya tentang negatifnya, sehingga sosok pemimpin yang diharapkan tidak tercermin diantara para calon presiden yang diusung masing-masing partai.

Pemilih pemula pun menambahkan bahwa banyaknya kecurangan yang terjadi, sosok calon presiden yang hampir semua terlihat sangat berambisi dan ini menyebabkan rakyat menjadi tidak percaya pada pemerintah. Kasus-kasus yang turut melibatkan para calon presiden. Selain itu para calon legislatif banyak yang tidak dikenal, ini menyebabkan semakin tidak berminat untuk memilih dan adanya trauma pada kepemimpinan sebelumnya yang tidak pro rakyat bahkan menyengsarakan rakyat. Ditandai dengan banyaknya para pejabat pemerintahan yang melakukan tindak korupsi yang merugikan Negara dan menyebabkan tidak seimbangya elektabilitas Negara.

Dikatakan bahwa banyak terjadi kecurangan dalam kampanye yang dilakukan, politik uang, *black campaign* dan kecurangan-kecurangan lainnya, menjadi dasar pemilih pemula kecenderungan untuk tidak memilih. Selain itu tidak adanya calon presiden yang sesuai dengan harapan bahkan adanya kekhawatiran siapa yang akan memimpin bangsa Indonesia apakah akan lebih baik atau justru sebaliknya. Peran media massa sangat kuat dalam mengkonstruksi pemilih pemula untuk turut dalam pemilihan umum. Melihat sistem pilkada kemarin yang masih jauh dari kata sempurna remaja pemilik hak suara yang tidak memanfaatkan hak suara mereka (golput) dikarenakan mereka bingung akan banyaknya caleg yang ikut serta dalam pemilu 2014.

## **Simpulan**

Dari hasil pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa media masa memiliki peranan penting dalam membentuk konstruksi sosial masyarakat terutama pada pemilih pemula dalam penelitian ini. Pemanfaatan media dalam menyajikan informasi dan pemberitaan mengenai

pemilihan umum dan pencalonan kandidat calon presiden menunjukkan hegemoni media dan keberpihakan pada calon presiden dan digunakan untuk berkampanye. Konstruksi realitas juga dibangun oleh capres dan partainya melalui iklan- iklan politik diberbagai media, demi meraih perolehan suara tertinggi dari rakyat.

Pemberitaan yang dilakukan media turut mengkonstruksi pemilih pemula dalam menentukan sikap dan minat pemilih pemula untuk memilih atau tidak memilih. Hasil menunjukkan bahwa pemilih pemula memiliki kecenderungan untuk tidak memilih karena tidak tahu secara jelas informasi mengenai para kandidat calon presiden. Dan bukan hanya itu mereka jenuh dengan manufer- manufer politik isu-isu sosial yang mereka lihat di media televisi dalam hal saling menjatuhkan para saingannya.

interaksi langsung secara personal ke masyarakat. Dan pemasaran langsung pun terjadi ketika pencalon melakukan suatu interaksi yang bertujuan memfokuskan komunikasinya secara langsung kepada masyarakat.

## **Daftar pustaka**

- Abidin, Miranty, 2002. "Pemasaran dan Strategi Program Periklanan Parta Politik"
- Budiardjo, Miriam, 2008. "Dasar-dasar Ilmu Politik", Gramedia Pustaka Utama, Jakarta
- Harsono Suwandi, Politik, Demogktrasi dan Manajemen Komunikasi, Yogyakarta, alang Press
- Hurlock, Elizabeth B. 1994 *Psikologi Perkembangan Suatu Pendekatann Sepanjang Rentang Kehidupan* Penerbit Erlanga, Jakarta
- Kurnia, Dedi, 2011, "Media dan Politik", Graha Ilmu, Yogyakarta
- Kuswarno, M.S., Dr. Prof, Engkus. 2009. *Fenomenologi*. Widyia Padjadjaran, Bandung.
- Idrus, Muhammad. 2009, *Metode Penelian Ilmu Sosial 'Pendekatan Kualiatif dan Kuantitatif'*, Penerbit Erlangga, Jakarta.
- Masli & Setiono, 2008, "Iklan Dan Politik", AdGoal, Jakarta
- Muhadji, Norng. 1993, *Metode Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta, Rake Sarasin
- Monks dkk. 2006. *Psikologi Perkembangan Pengantar Dalam Berbagai Bagiannya*, Gadjahmada University Press Yogyakarta.
- Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*, LKIS, Yogyakarta.
- Rahmat, Jalaludin.1993. "Metode Penelitian Komunikasi", Penerbit PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Sarwono, Sarlito Wirawan, Dr., Prof. 2006. *Psikologi Remaja*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.