

**PERSEPSI MASYARAKAT TERHADAP  
PELAKSANAAN FUNGSI KEPALA DESA  
SEBAGAI *OPINION LEADER* DI DESA  
PEWUNU KEC. DOLO BARAT KAB. SIGI**



5

*Oleh : St. Shofiyah*

**ABSTRAK**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pelaksanaan fungsi kepemimpinan serta faktor pendukung dan penghambat Koordinator Kelompok PNPM Mandiri dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat di Kelurahan Lolu Selatan Kecamatan Palu Selatan. Hasil penelitian ditemukan bahwa, pelaksanaan fungsi kepemimpinan Koordinator PNPM Mandiri dalam menjalankan program pemberdayaan masyarakat Lolu Selatan Kecamatan Palu Selatan sudah berjalan dengan baik karena fungsi-fungsi dari seorang pimpinan yang memang seharusnya dimiliki oleh seorang Koordinator kelompok, fungsi-fungsi tersebut antara lain adalah fungsi Inisiasi, fungsi keanggotaan, fungsi perwakilan, fungsi organisasi, fungsi integrasi, fungsi manajemen informasi internal, fungsi penyaring informasi dan fungsi imbalan. Selain itu juga, dalam melaksanakan tugasnya faktor pendukungnya antara lain banyaknya anggota yang membantu jalannya program serta faktor penghambatnya adalah warga sekitar yang kadangkala tidak bisa bekerjasama dengan baik.

***Kata Kunci : Persepsi dan Opinion Leader***

**PENDAHULUAN**

Terbentuknya negara bukanlah sekedar untuk menunjukkan identitas suatu bangsa yang merdeka akan tetapi antara lain dimaksudkan untuk mencapai tujuan bersama. Itulah sebabnya manusia perlu bernegara karena negara merupakan alat yang dipergunakan untuk mencapai tujuan. Setiap negara juga berbeda-beda tergantung dari falsafah dasar yang dianut oleh negara yang bersangkutan.

Bagi negara Republik Indonesia, tujuannya jelas sebagaimana tertulis pada pembentukan Undang-Undang Dasar 1945 alinea ke empat yang menyatakan antara lain bahwa "Untuk memajukan kesejahteraan umum, mencerdaskan kehidupan bangsa dan ikut

melaksanakan ketertiban dunia yang berdasarkan kemerdekaan, perdamaian abadi, dan keadilan sosial”.

Dalam memimpin suatu negara atau organisasi seorang pemimpin harus memiliki pengetahuan atau pendidikan yang dapat diterapkan dalam memimpin suatu negara sehingga seorang pemimpin harus mampu berperan sebagai *opinion leader* bagi rakyat yang dipimpinnya. Meskipun sebenarnya dalam masyarakat tingkat lokal, pendidikan formal bagi seorang *opinion leader* bukanlah syarat utama. Yang paling utama adalah sejauh mana masyarakat memandang seorang yang dijadikan *opinion leader* selama ini tetap memiliki kredibilitas tinggi. Tak bisa dipungkiri bahwa kehadiran *opinion leader* sangat dibutuhkan untuk menjadi salah satu unsur yang sangat mempengaruhi arus komunikasi, khususnya di pedesaan. Berbagai perubahan dan kemajuan masyarakat sangat ditentukan oleh peran *opinion leader*. *Opinion leader* bisa berperan memotivasi masyarakat agar ikut serta secara aktif dalam pembangunan. Sebaliknya sikap meremehkan peran *opinion leader* justru akan berakibat pada terhambatnya pelaksanaan program pembangunan. Karena, ketidakpercayaan masyarakat pada program pembangunan tersebut. Dalam kondisi seperti inilah *opinion leader* dibutuhkan sebagai penyambung lidah dengan rakyat. Meskipun diakui sebagai pemuka pendapat atau *opinion leader* bukanlah manusia yang serba bisa dan tahu segalanya, tetapi kelebihanannya adalah bahwa mereka dianggap orang yang lebih peka dan *in group* serta tahu adat kebiasaan masyarakat dan memiliki jiwa sosial yang tinggi yang setiap saat membantu perubahan sosial di dalam lingkungan itu sendiri.

Sejak awal kegiatan pembangunan pedesaan baik di Jawa maupun di luar pulau Jawa telah banyak mendapat perhatian. Hal ini merupakan sebuah konsekuensi logis bagi bangsa Indonesia yang memang sebagian besar penduduknya hidup di daerah pedesaan yang mencapai 70 % dari keseluruhan penduduk di Indonesia. Sehingga titik sentral pembangunan adalah daerah pedesaan. Arti penting pembangunan pedesaan adalah bahwa dengan menempatkan desa sebagai sasaran pembangunan, usaha untuk mengurangi berbagai kesenjangan pendapatan, kesenjangan pendidikan, kesenjangan desa dan kota akan dapat lebih diwujudkan. Hal ini dipertegas lagi oleh GBHN 1999 tentang pembangunan pedesaan yang intensitasnya ditingkatkan guna mempercepat pembangunan pedesaan dalam

rangka pemberdayaan masyarakat terutama petani dan nelayan melalui penyediaan prasarana, pembangunan sistem agribisnis, industri kecil dan kerajinan rakyat. Pengembangan kelembagaan, penguasaan teknologi, dan pemanfaatan sumber daya alam (GBHN: 1999).

Di desa ada suatu kecenderungan dalam masyarakat, dimana warga masyarakat akan lebih sering berkomunikasi sesama mereka dengan memilih tingkat pendidikan yang tidak terlalu tinggi. Pemuka pendapat mempunyai gradasi homofili yang lebih baik dibanding dengan pihak lain. Homofili artinya suatu tingkat dimana pasangan individu yang berinteraksi sepadan dalam hal tertentu, seperti suatu kepercayaan, nilai-nilai, pendidikan dan status sosial. Homofili kebalikan kata dari heterofili. Jika homofili dalam sistem sosial itu tinggi, maka komunikasi akan sangat mudah untuk dilakukan, tapi heterofili suatu interaksi dalam berkomunikasi yang belum mempunyai dasar dalam bentuk kepercayaan untuk melakukan hal tersebut.

Masyarakatlah yang mengetahui sendiri tentang apa yang dibutuhkan dan menjadi kepentingan dalam hidupnya, dengan demikian maka ia sangat berhak untuk menentukan tindakan-tindakan yang perlu dilakukannya dalam rangka pemenuhan dari segala kebutuhannya. Sedangkan orang lain dalam hal ini berarti juga negara hanyalah sebagai fasilitator bagi masyarakat untuk memenuhi akan kebutuhannya tersebut. Sehingga masyarakat benar-benar mandiri tanpa lagi banyak bergantung kepada pemerintah pusat. Keswadayaan yang demikian inilah yang diharapkan. Sehingga dalam perkembangan masyarakat di pedesaan tersebut diperlukan seorang pemimpin (*opinion leader*) yang mampu mengambil keputusan yang bermanfaat bagi masyarakatnya, serta mampu membimbing masyarakatnya.

Pembangunan masyarakat diartikan sebagai suatu metode yang menekankan adanya keterlibatan langsung penduduk dalam proses pembangunan. Partisipasi dalam hal ini dapat dipahami sebagai kesediaan masyarakat untuk ikut ambil bagian dalam kegiatan bersama untuk membantu keberhasilan proses pembangunan, tanpa mengorbankan kepentingan mereka. Pembangunan masyarakat di Sulawesi Tengah sangat membutuhkan pemimpin pendapat (*opinion leader*) dalam mengambil kebijakan untuk melaksanakan pembangunan. Kebijakan tersebut harus

bermanfaat bagi masyarakat seperti tata kota yang bagus, penertiban pedagang, penertiban hewan peliharaan, dan segala hal yang menyangkut kelangsungan hidup masyarakatnya.

Pada tingkat desa, kebijakan pemerintah harus bisa diaplikasikan dengan baik oleh seorang kepala desa yang memimpin masyarakat di desanya. Sehingga proses pembangunan memerlukan keterlibatan kepala desa sebagai *opinion leader* yang dapat menentukan keberhasilan suatu program pembangunan, karena bagaimanapun pembangunan ini ditujukan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakatnya. Masyarakat Desa Pewunu seperti masyarakat lainnya, mempunyai hubungan kekeluargaan yang erat antara satu sama lainnya sehingga sifat gotong royong, serta keterbukaan merupakan sifat yang paling dominan. Dalam kondisi masyarakat seperti ini, tentu saja orang-orang yang mempunyai kewibawaan tertentu terhadap masyarakat di sekelilingnya yang dijadikan sebagai panutan dan memiliki pengaruh yang besar dalam hal pengambilan keputusan. Individu-individu inilah yang dalam ilmu dan teori komunikasi disebut *opinion leader*.

## TINJAUAN PUSTAKA

### A. Model Arus Komunikasi

Dalam proses komunikasi ada beberapa model arus alir pesan. Masing-masing mempunyai ciri khas dan pola yang berbeda satu sama lain, sehingga berbeda pula dalam arus peredaran komunikasinya. Masing-masing model mempunyai kelebihan dan kekurangannya dalam kurun waktu dan tokoh yang memunculkannya berbeda satu dengan yang lain. Akan tetapi yang lebih penting akan ditunjukkan lewat model yang mana pemimpin opini atau *opinion leader* (pemuka pendapat, pemimpin opini, tetua, dan kepala adat) bisa berperan dengan kata lain di mana letak pemimpin opini dan bagaimana mereka mempengaruhi *audience* dalam arus utama komunikasi (Nurudin, 2004:147).

### B. Model Alir Dua Tahap (*two step flow model*)

Model ini mengasumsikan bahwa pesan-pesan media massa tidak seluruhnya langsung mengenai *audience*. Oleh karena itu, dalam model ini dikenal pihak-pihak tertentu yang membawa pesan dari media untuk diteruskan ke masyarakat. Pihak-pihak tertentu tersebut dikenal dengan nama *opinion leader* (pemimpin

opini/pemuka pendapat). Model ini juga disebut dua tahap disebabkan adanya dua tahap dalam penyebaran informasi kepada masyarakat. Tahap *pertama* adalah pesan media pada *opinion leader*, sedang tahap *kedua* adalah pesan *opinion leader* pada *audience*.

Asumsi dari model alir dua tahap ini adalah bahwa *audience* dianggap tidak banyak bersentuhan dengan media massa. Adapun *opinion leader* diasumsikan lebih banyak bersentuhan dengan media massa. Ini juga sejalan dengan pendapat bahwa *opinion leader* itu pihak yang mempunyai kelebihan dibanding dengan *audience*-nya, termasuk di sini adalah kelebihan dalam hal kemampuannya mengakses pesan media. Sementara itu, *audience* mendapat informasi dari *opinion leader*-nya (Nurudin, 2004:152).

#### C. Model Alir Banyak Tahap (*multy step flow model*)

Pada prinsipnya model alir banyak tahap adalah gabungan dari semua model. Model ini menyatakan bahwa pesan-pesan media massa menyebar kepada *audience* atau khalayak melalui interaksi yang kompleks. Media mencapai khalayak dapat secara langsung atau tidak langsung melalui *relaying* (penerusan) secara beranting, baik melalui pemuka-pemuka masyarakat (*opinion leader*) maupun melalui situasi saling berhubungan antara sesama anggota *audience*. Intinya, model ini merupakan gabungan dari model yang sudah disebutkan sebelumnya (Nurudin, 2004:153).

Secara umum memakai model arus komunikasi *multy step flow model* menyatakan bahwa pesan-pesan media massa menyebar kepada *audience* atau masyarakat melalui interaksi yang kompleks. Media mencapai khalayak dapat secara langsung atau tidak langsung melalui *opinion leader* maupun melalui situasi berhubungan antara sesama anggota *audience*.

#### D. *Opinion Leader* dan Penyebaran Informasi

Istilah *opinion leader* sebagai sumber informasi dan pengambil keputusan dicetuskan pertama kali oleh Lazarsfeld sebagai hasil penelitiannya yang memperkenalkan “Model Komunikasi Dua Tahap”. Kepemimpinan *opinion leader* adalah kemampuan mempengaruhi sikap atau perilaku seorang secara informal sesuai

dengan kehendak si pemimpin melalui hubungan sosial yang dibina (Depari, 1988:104).

Pengertian yang senada mengenai *opinion leader* diungkapkan oleh Nurudin (2004:154) dalam bukunya mengenai sistem komunikasi Indonesia mengungkapkan bahwa:

“*Opinion leader* adalah mereka yang memiliki otoritas yang tinggi dan yang menentukan sikap dan perilaku pengikutnya. Mereka diikuti bukan dari kedudukan atau jabatan politik tetapi karena kewibawaan, ketundukkan, kharisma, mitos yang melekat padanya atau karena pengetahuan serta pengalaman yang dimilikinya”.

Berkaitan dengan itu Arifin (<http://www.kompas.go.id/tag.html>) membagi *opinion leader* menjadi dua yaitu:

- 1) *Formal Leader* (pemimpin resmi) yaitu orang yang mempunyai fungsi dalam masyarakat karena diangkat secara resmi seperti para pejabat, pamong praja, kepala desa, kepala kelurahan, camat, bupati, guru, dosen dan lain-lain
- 2) *Informal Leader* (pemimpin tidak resmi) yaitu orang-orang yang terkemuka dalam masyarakat dan tidak diangkat secara resmi tetapi cukup berpengaruh terhadap masyarakat di lingkungannya seperti tokoh-tokoh masyarakat yaitu tokoh agama, tokoh adat dan sebagainya

*Opinion leader* merupakan seseorang yang mempunyai keunggulan dari masyarakat kebanyakan, dan mereka mempunyai karakteristik yang membedakan dirinya dengan yang lain. Beberapa karakteristik yang dimaksud adalah, 1) lebih tinggi pendidikan formalnya dibanding dengan anggota masyarakat yang lain, 2) lebih tinggi status sosial ekonominya (SSE), 3) lebih inovatif dalam menerima dan mengadopsi ide baru, 4) lebih tinggi pengenalan medianya (*media exposure*), 5) kemampuan empatinya lebih besar, 6) partisipasi sosial lebih besar, 7) lebih kosmopolit (mempunyai wawasan dan pengetahuan yang luas) (Nurudin, 2004:160).

Di samping itu, syarat seorang pemimpin opini yang dikemukakan oleh Floyd Ruch sebagai berikut:

- 1) *Social perception*, artinya seorang pemimpin harus dapat memiliki ketajaman dalam menghadapi situasi
- 2) *Ability in abstract thinking*, artinya pemimpin harus memiliki kecakapan secara abstrak terhadap masalah yang dihadapi

- 3) *Emotional stability*, artinya pemimpin harus memiliki perasaan stabil, tidak mudah tertekan pengaruh dari luar (yang tidak diyakini dan bertolak belakang dengan keyakinan masyarakat)

Pada diri seorang pemimpin opini bisa jadi hanya melekat beberapa ciri saja. Namun karena kemampuannya menjaga kredibilitas (karena wibawa dan wewenang) ia ditokohkan oleh masyarakatnya. Yang jelas dalam beberapa hal ia lebih unggul dari yang lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Lazarfeld dan Menzel (Nurudin, 2004:162) "corak baru pemuka pendapat akan lahir apabila masyarakat tradisional berada dalam massa peralihan menuju masyarakat modern.

Salah satu syarat yang paling penting dalam komunikasi adalah pengalihan informasi yang terjadi antara sumber informasi dengan penerima informasi memiliki persamaan-persamaan tertentu. *Homophily* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tingkat dimana pihak yang berinteraksi memiliki kesamaan dalam beberapa hal, seperti nilai-nilai, kepercayaan, pendidikan, status sosial dan sebagainya. Sikap *homophily* seperti apa yang diungkapkan oleh Gabriel Tarde (Depari dan Mac, Andrews, 1988:45) yang menyatakan bahwa "hubungan sosial ditegaskannya akan lebih mudah terbina diantara pribadi-pribadi yang memiliki kesamaan dalam kedudukan dan pendidikan".

*Heterophily* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan tingkat dimana individu yang berinteraksi sangat berbeda dalam berbagai hal dalam masyarakat yang paling berbeda, maka timbul kecenderungan dalam dirinya untuk memilih orang yang memiliki banyak persamaan dengannya.

Interaksi diantara kelompok-kelompok sosial yang *heterophily* menuntut lebih banyak usaha agar komunikasi dapat berjalan efektif. Interaksi semacam ini menumbuhkan ketidakserasian dalam pengertian (*cognitive dissonance*) karena penerima pesan dihadapkan pada informasi yang bertentangan dengan kepercayaannya sehingga terjadilah situasi psikologis yang sangat tidak menyenangkan.

Timbulnya *homophily* disebabkan karena adanya kecenderungan fisik maupun sosial dikalangan masyarakat atau individu untuk mencari rekan yang memiliki minat yang sama, profesi yang sama dan sebagainya. Homans (Effendy, 1993:89) setelah melakukan penelitian berpendapat bahwa "lebih dekat kesamaannya

sejumlah orang dalam tingkatan sosial, lebih sering mereka berinteraksi satu sama lain”.

Selain itu, terbukti pula bahwa komunikasi yang efektif lebih mudah tercapai apabila sumber informasi maupun penerima informasi sama-sama *homophily* oleh sebab itu harmoni komunikasi lebih mudah ditumbuhkan dan dibina dalam masyarakat yang *homophily*.

Mengapa *homophily* terjadi ? Orang-orang yang sama lebih mungkin termasuk kelompok yang sama, berdiam lebih berdekatan satu sama lain. Dan tertarik oleh kepentingan yang sama. Kesamaan secara sosial ini menjurus ke *homophily*. Jika antara komunikator dan komunikan terdapat persamaan dalam pengertian, sikap, dan bahasa, maka komunikasi diantara mereka itu akan lebih efektif. Kesamaan antara orang-orang ini menimbulkan kemungkinan untuk berkomunikasi, dan pada gilirannya lebih besar kemungkinan komunikasi menjadi lebih berarti. Kebanyakan orang menyenangi interaksi dengan orang yang benar-benar dalam status sosial, pendidikan, kepercayaan, dan sebagainya.

Orang yang mengingkari *homophily* dan berusaha untuk berkomunikasi dengan orang berbeda dengannya dikecewakan oleh komunikasi yang lebih efektif. Umpamanya, *opinion leader* pada penduduk yang jauh berbeda dengannya. Perbedaan dalam kemampuan teknik, status sosial, sikap dan kepercayaan, kesemuanya itu menyebabkan adanya *heterophily* dalam bahasa pengertian, yang selanjutnya menyebabkan pesan yang disampaikan kepada mereka diabaikan.

Dukungan terhadap hal itu timbul dari analisis penelitian yang luas mengenai penyebaran informasi, yang menyatakan dengan tegas, bahwa penduduk yang mengadakan kontak dengan *opinion leader* yang relatif bertingkat tinggi, mempunyai status sosial yang lebih tinggi, dan berdaya inovasi yang lebih besar dari pada rata-rata penduduk.

Bila dilihat dari penguasaan materinya, *opinion leader* dapat digolongkan menjadi dua, *pertama*, monomorfik (*monomorphic*) yakni jika *opinion leader* hanya menguasai satu permasalahan saja. *Opinion leader* semacam ini hanya mampu mengatasi satu permasalahan yang ada di masyarakat, *kedua*, polimorfik (*polymorphic*) yakni jika *opinion leader* menguasai lebih dari dua permasalahan. Pemimpin opini semacam ini mampu mengatasi



berbagai permasalahan yang ada di masyarakat (Nurudin, 2004:163).

Untuk ukuran *opinion leader* yang ada di suatu desa ini sangat sulit dijumpai seseorang yang hanya menguasai satu permasalahan saja. Oleh karena itu, sebagai seorang pemimpin opini di desa, kepala desa tidak hanya dimintai nasehat tentang masalah sosial semata, namun juga permasalahan di bidang lain misalnya, bidang politik, ekonomi, agama maupun budaya yang ada di daerah tersebut.

Hal ini menunjukkan bahwa *opinion leader*, dalam hal ini seorang kepala desa, tergolong polimorfik. Kenyataan ini sangat mungkin terjadi karena di desa jarang ada diferensiasi atas dasar jabatan dan pekerjaan. *Opinion leader* dalam masyarakat seperti itu biasanya polimorfik dengan menguasai, dipercaya, dan mampu menyelesaikan banyak persoalan di masyarakat.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil analisis persepsi yang dilakukan terhadap pelaksanaan fungsi Kepala Desa sebagai *Opinion Leader* di Desa Pewunu. Secara umum menunjukkan adanya multi interpretasi atas pandangan responden dalam mendeskripsikan variabel-variabel yang terdapat dalam penelitian ini.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan diperoleh gambaran bahwa hanya sebagian responden/ masyarakat yang beranggapan Kepala Desa sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan dalam masyarakat Desa Pewunu, tetapi itupun dalam hal-hal tertentu saja. Dalam hal ini penulis memiliki pandangan bahwa dalam konteks pelaksanaan fungsi Kepala Desa yang ditinjau dari fungsi Kepala Desa sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan.

Dalam hal ini pelaksanaan fungsi Kepala Desa hanya sebahagian besar responden (masyarakat) menceritakan keputusan dan kebijakan yang dilaksanakan Kepala Desa Desa Pewunu selama ini, ditinjau dengan garis kontinum skala likert pada gambar 2, 3 dan 4, dapat dilihat secara jelas antara sangat tanggap, tepat dan memiliki kemampuan sehingga terlaksananya fungsi Kepala Desa sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan. Untuk itu penulis menyimpulkan bahwa Kepala Desa dalam melaksanakan fungsinya sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan sudah terlaksana dengan baik dan sesuai harapan masyarakat Desa Pewunu.

Dapat dilihat dari segi pendapat Kepala Desa sebagai sumber informasi bahwa responden/masyarakat banyak menerima informasi dari Kepala Desa Pewunu dalam memberikan segala informasi, sebagai sumber informasi Kepala Desa dipandang sering memberikan informasi yang benar keberadaannya kepada masyarakat.

Hasil analisis dari data statistika yang diperoleh menunjukkan bahwa Kepala Desa Pewunu dalam memberikan informasi terhadap responden/masyarakat dimana Kepala Desa selalu berpegang teguh terhadap persepsi Kepala Desa sebagai *Opinion Leader*, dalam memberikan informasi kepada masyarakatnya atau respondennya, hal ini Kepala Desa harus selalu memberikan informasi yang benar keberadaannya dan dapat dipercayai oleh masyarakat yang dipimpinya. Informasi akan berjalan dengan baik, apabila terdapat kesepakatan yang baik antara Kepala Desa dengan masyarakatnya dimana informasi tersebut harus akurat dan dapat dipercaya, untuk mengembangkan masyarakat yang dipimpinya dan Desa Pewunu itu sendiri.

Peran persepsi sebagai bagian dari komunikasi, perlu dipahami batasan-batasan pemahaman dari arti persepsi. Persepsi dapat diartikan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan yang akan disampaikan kepada masyarakat atau responden.

## **KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa *pertama*, pada dasarnya sebagian besar masyarakat Desa Pewunu yang menjadi responden dalam penelitian ini menganggap bahwa Kepala Desa Pewunu telah melaksanakan fungsinya sebagai Kepala Desa pengambil keputusan dan pengambil kebijakan, sebagai sumber informasi, serta sebagai pemberi nasehat dengan baik sesuai harapan masyarakat desa pewunu.

*Kedua*, Masyarakat Desa Pewunu memiliki pandangan yang sangat baik terhadap pelaksanaan fungsi Kepala Desa sebagai *Opinium Leader* di Desa Pewunu Kec. Dolo Barat Kab. Sigi. Hal ini terlihat pada hasil analisis yang telah dijelaskan pada Kepala Desa sebagai pengambil keputusan dan pengambil kebijakan, sebagai sumber informasi, serta sebagai pemberi nasehat.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Alpian. 1985. *Persepsi Masyarakat terhadap Kebudayaan*. Jakarta: Gramedia
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Ban, A.W. Vanden, dan H.S Hawkins. 1999. *Penyuluhan Pertanian*. Yogyakarta: Kanisius.
- Cangara, Hafied. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pt. Grafindo Persada.
- Depari., Eduard., Andrews Mac dan Collin. 1988. *Peranan Komunkiasi Massa dalam Pembangunan*. Jakarta: Gajah Mada University Press.
- Dermawan, Risky, 2006, *Pengambilan Keputusan Landasan Filosofis Konsep dan Aplikasi*, Bandung, CV Alfabeta
- Effendy, Onong Uchayana. 1993. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunkiasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Kartono, Kartini. 2003. *Pemimpin dan Kepemimpinan*. Jakarta: PT. Grafindo Persada.
- Liliweri, Alo. A. 1994. *Perspektif Teoritis Komunikasi Antarpribadi*. Bandung: PT Cika Aditya Bakti.
- Nasution, Zulkarimein. 1993. *Sosiologi Komunikasi Massa*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Nurudin. 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rakhmat, Jalaludin. 2002. *Psikologi Umum*. Edisi Revisi. Cetakan Keenambelas. Bandung: PT Rosdakarya.
- Sendjaja Djuarsa Sasa. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Singarimbun, M. 1987. *Metode Penelitian Survei*. Jakarta: LP3ES.
- Sobur, Alex. 2002. *Analisis Teks Media: Suatu Pengantar untuk Analisis Wacana, Analisis Semiotik dan Analisis Framing*. Cetakan Kedua. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Syamsi, Ibnu, 2000, *Pengambilan Keputusan dan Sistem Informasi*, Jakarta PT. Bumi Aksara