

HUBUNGAN INFORMASI AKUN INSTAGRAM *INFIA_HEALTH* DENGAN SIKAP FOLLOWERS

Ari Mulya Utami¹, Yunus Winoto², Prijana³

^{1,2,3} Universitas Padjadajaran, Jl. Raya Jatinangor Sumedang KM 21 Bandung.

Email: yunuswinoto@gmail.com

ABSTRAK

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan akun instagram *Infia_Health* dengan sikap followers. Metode penelitian yang digunakan adalah korelasional. Populasi dalam penelitian ini adalah followers aktif yang pernah mengupload foto dengan hastag #goodfoodgoodfeed. Sampling yang digunakan pada penelitian ini adalah random sampling sederhana sebanyak 100 orang. Lokasi penelitian ini di Komplek Perumahan Pandanwangi Kota Bandung Provinsi Jawa Barat. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah statistika (analisis table dan uji korelasional Product Moment). Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa akun instagram *infia_health* dengan aspek afektif dan aspek kognitif followers, memiliki hubungan *moderate correlation* (hubungan yang cukup berarti).

Kata kunci: Instagram, *infia_health*, Sikap, Followers

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine the relationship of account instagram followers Infia_Health manner. The method used is correlational. The population in this study are active followers who have ever uploaded photos with the hashtag #goodfoodgoodfeed. Sampling used in this study is a simple random sampling of 100 people. The location of this research at Housing Complex Pandanwangi Bandung West Java Province. The analytical method used in this research is the statistical (table analysis and correlation test Product Moment). The results of this study indicate that infia_healthinstagram account with affective and cognitive aspects of followers, had a moderate correlation relationship (significant relationship).

Keywords: Instagram, *infia_health*, Attitude, Followers

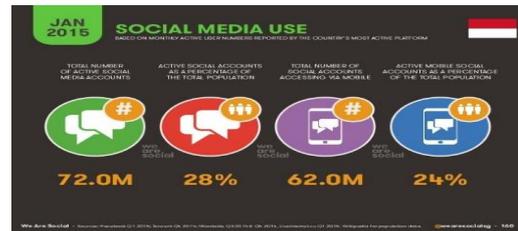
PENDAHULUAN

Perkembangan informasi setiap harinya semakin meningkat baik volume ataupun kualitasnya, serta didukung dengan pesatnya

perkembangan teknologi. Meningkatnya perkembangan informasi didukung pula oleh multimedia, sehingga memudahkan masyarakat dalam mengakses serta memperoleh informasi

yang diperlukan. Pada zaman era globalisasi ini untuk memperoleh informasi melalui internet sangat mudah di akses yaitu dengan menggunakan gadget seperti laptop, personal computer dan smartpone berbasis lainnya seperti Iphone, Blackberry dan Android. Informasi dibutuhkan karena adanya rasa ingin tahu yang dimiliki seseorang akan sebuah kejadian suatu hal tertentu untuk memuaskan hasrat yang ada.

Media massa memiliki peran penting dalam kegiatan penyebaran informasi, karena media massa merupakan perantara yang efektif dalam melakukan komunikasi untuk menyampaikan suatu informasi yang akan disebarluaskan. Dengan keberadaan media yang beragam seperti internet, majalah, tv, radio dan sebagainya membuat kebutuhan setiap individu yang berbeda-beda, dan memberikan dampak yang berbeda-beda pula. Karena adanya kebutuhan maka akan selalu ada rasa ingin tahu dan selalu berusaha untuk menambah pengetahuannya.



Gambar 1 : Penggunaan Sosial Media

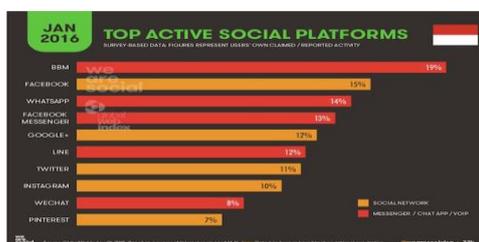
Selain media massa, media social juga mengalami perkembangan yang pesat. Awal mula perkembangan media social dimulai pada tahun 2004, saat itu media social yang populer Flickr, Tagger, Yelp dan Digg, tahun berikutnya mulai bermunculan media social You Tube, dan masih banyak lainnya, dan yang terbaru pada tahun 2013 yaitu snapchat. (Nasrullah 2015, 35)

Pada era globalisasi saat ini, perkembangan internet yang pesat, dan teknologi yang mumpuni menjadikan hamper semua orang memiliki gadget atau smartpone. Menurut We Are Social (sebuah agensi marketing sosial) mengeluarkan sebuah laporan tahunan mengenai data jumlah pengguna internet, mulai dari pengguna website, mobile, dan media social dari seluruh dunia. Menurut agensi tersebut, menjelaskan bahwa perkembangan dunia digital di Indonesia pada tahun

2015 yakni: Sumber :<http://wearesocial.net/tag/statistics/> (diakses pada tanggal 24 Oktober 2015 pukul 14.00 WIB)

- 72,2 juta pengguna aktif internet
- 72 juta pengguna aktif media sosial, dimana 62 juta penggunanya mengakses media sosial menggunakan perangkat mobile atau smartphone.
- 308,2 juta pengguna menggunakan handphone

Berdasarkan data statistik pada Januari 2016 menurut we are social pengguna media sosial Instagram di Indonesia berada pada urutan ke delapan paling populer. Pada urutan pertama terdapat BBM, selanjutnya facebook, twitter, whatsapp, facebook massanger, google+, line, twitter, instagram, wechat dan diurutan terakhir adalah pinterest.



Gambar 2 : Data Statistik Penggunaan Jenis Media Sosial

Dari informasi tersebut, dapat dikatakan bahwa Indonesia menjadi

salah satu negara dengan pengguna internet terbanyak. Banyaknya pengguna smartphone dan pengguna aktif internet, saat ini semakin berjamurnya aplikasi-aplikasi yang tersedia. Dengan kemudahan akses, dan perkembangan teknologi yang mumpuni, saat ini tidak sedikit orang yang memiliki aplikasi media sosial yang sedang populer. Salah satu media sosial yang masih populer atau yang banyak digunakan yaitu instagram.

Menurut Wikipedia instagram merupakan salah satu media sosial terpopuler di dunia termasuk di Indonesia. Aplikasi Instagram ini dimulai oleh dua orang pemikir kreatif bernama Kevin Systrom dan Mike Krieger. Pada tahun 2010 Systrom menghasilkan sebuah produk yang diberi nama Burbn, yang merupakan aplikasi dasar yang memiliki empat tab, penggunanya dapat “move” atau mengecek sesuatu yang baru dan juga dapat memposting rencana dan mengabarkan rencana. Aplikasi Burbn ini tidak begitu laku dikarenakan belum sempurnanya penggunaan HTML5, yang justru terjadi adalah para pengguna Burbn aktif mengunggah foto biasa di kehidupan sehari-harinya.

Dari sumber yang sama diketahui bahwa kemudian Systrom bertemu dengan Krieger yang melengkapi kekurangan Burbn. Kolaborasi kedua orang ini melihat trend para pengguna Burbn tersebut dan mulai mempelajari tentang aplikasi populer lainnya dari kategori fotografi. Akhirnya mereka merombak Burbn dan melahirkan kembali tepat pada 20 September 2010, Systrom dan Krieger meluncurkan Instagram, yang hanya dalam waktu setahun Instagram sudah di unduh oleh 31 juta pengguna. Kepopuleran Instagram yang terus mengalami peningkatan mendorong nilai jualnya yang mencapai 1 miliar US ketika dibeli oleh Facebook pada tahun 2012.

Nama instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram”, dimana cara kerja telegram sendiri adalah untuk mengirimkan informasi

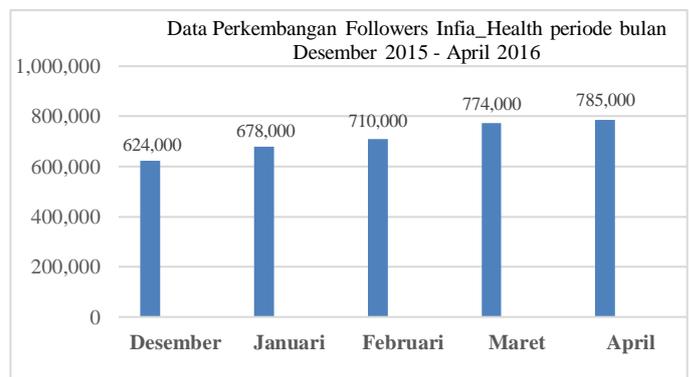
kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat.

Sistem sosial di dalam instagram adalah dengan mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut instagram. Sehingga dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting, dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat menentukan apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Penggunaan media sosial instagram pun terus bertambah jumlahnya, menurut berita yang dilansir oleh jppn.com pada tahun 2015 pengguna aktif Instagram telah mencapai 400 juta pengguna, dengan lebih dari 80 juta foto di upload setiap harinya.

Infia_Health merupakan salah satu akun instargam yang cukup populer di Indonesia. Akun ini mengunggah sebuah foto yang disertai fakta akan

sebuah informasi tertentu. Informasi yang disajikan sangat menarik dan kebanyakan orang belum mengetahuinya. Akun Infia_Health ini memiliki followers (pengikut) 780 ribu. Setiap hari akun ini memposting foto yang berisi informasi-informasi fakta kesehatan yang menarik dari seluruh dunia. Setiap hari akun ini mengunggah paling sedikit 3 foto. Terhitung sampai tanggal 19 April jumlah foto yang telah di unggah sebanyak 4578 foto. Fakta kesehatan yang tersedia pada foto tersebut beraknekaragam, mulai dari tips kesehatan, pola hidup sehat, pengalaman dalam penanganan kesehatan yang baik sampai dengan yang terunik, makanan sehat dan lain sebagainya. Keunggulan mengikuti akun ini yaitu pengikut tidak perlu melakukan browsing, studi pustaka, membeli buku dan lain sebagainya untuk mengetahui fakta-fakta kesehatan, dengan mengikuti akun tersebut atau istilah saat ini “follow”. maka secara otomatis pengguna dapat mendapatkan informasi-informasi kesehatan serta menambah wawasan pengikut.

Followers akun instagram Infia_Health setiap hari bertambah. Berikut data yang terangkum oleh penulis :



Gambar 3 : Perkembangan Follower Akun Instagram Infia_Health

Dalam menambah wawasan khususnya di bidang kesehatan, keputusan seseorang (dalam hal ini followers) memiliki latar belakang tersendiri. Latar belakang followers mengikuti akun Instagram Infia_Health tentunya membutuhkan, menginginkan informasi mengenai kesehatan yang relevan, akurat, lengkap dan juga terbaru untuk mengetahui perkembangan kesehatan terkini. Sebagai media penyedia informasi kesehatan, penggunaan Instagram Infia_Health diharapkan dapat memenuhi kebutuhan informasi dan menambah wawasan mengenai kesehatan bagi followersnya. Beranekaragamnya informasi yang diperoleh, followers Instagram Infia_Health pada akhirnya akan membentuk sikap dalam diri seseorang (followers).

Dalam pembentukan suatu sikap tentunya ada suatu proses yang terjadi dalam diri manusia itu. Sikap menurut Charles Osgood (dalam Azwar, 2015 : 5) sikap adalah suatu bentuk evaluasi atau reaksi perasaan. Sikap sebagai keteraturan tertentu dalam hal perasaan (afeksi), pemikiran (kognisi) dan tindakan (konasi) seseorang terhadap suatu aspek di lingkungan sekitarnya dan arah serta tingkat perubahan sikap akan dihubungkan oleh informasi yang didapat individu, baik dari segi sumber, saluran, bentuk, maupun isi dari informasi tersebut. Hal tersebut sesuai dengan Teori Integrasi Informasi yang dikemukakan oleh Martin Fishbein pada tahun 1973, yang melihat bagaimana suatu sikap dibentuk maupun dirubah melalui pengintegrasian informasi baru dengan pemikiran atau pengamatan yang ada (Sari, 2005:52). Dengan adanya gagasan atau pemikiran baru terhadap informasi yang diperoleh, maka pembentukan maupun perubahan sikap dapat terjadi. Sikap yang dimaksud adalah afeksi dari followers itu sendiri. Selain itu, teori praktik hidup sehari hari (*Practice of Everyday Life*) oleh Michel de Certeau menjelaskan bahwa kebiasaan mencari informasi merupakan

suatu proses yang mampu memuaskan kebutuhan yang berhubungan dengan pelengkap pada setiap harinya. Yang ditekankan oleh de Certeau adalah cara-cara bertindak (*modes of operation*) atau skema-skema tindakan (*schemata of action*), bukan terutama pada subjek atau pelakunya.

Penulis tertarik dengan akun instagram Infia_Health. Pada akun tersebut tidak hanya mengunggah foto biasa, namun mengunggah foto yang berisikan sebuah informasi kesehatan yang beragam dan menarik. Selain itu, akun Infia_Health juga memiliki followers sebanyak 780 ribu. Followers tersebut mengalami peningkatan setiap harinya. Dari fenomena tersebut, penulis tertarik untuk meneliti hubungan informasi akun Instagram Infia_Health dengan afeksi followers.

Rumusan masalah pada penelitian ini yaitu : “Apakah informasi akun instagram infia_health memiliki hubungan signifikan dengan sikap followers?“. Rumusan masalah tersebut dapat menjawab tujuan penulis dalam melakukan penelitian ini yaitu mengetahui adakah hubungan yang signifikan antara informasi akun

instagram infia_health dengan sikap followers.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasi. Penelitian korelasi digunakan untuk meneliti hubungan antara dua variabel atau lebih. Berkaitan dengan hal ini Azwar (2001 : 31) menyatakan bahwa metode korelasional digunakan untuk: (1) mengukur hubungan diantara berbagai variabel, (2) meramalkan variable tak bebas dari pengetahuan kita tentang variable bebas, dan (3) meratakan jalan untuk membuat rancangan penelitian eksperimental.

Kemudian mengenai populasi dalam penelitian ini adalah para follower akun instagram Infia_health dengan jumlah follower 780 ribu followers. Sedangkan untuk jumlah sampelnya sebanyak 100 follower dengan jenis sampel berupa *simple random sampling*. Untuk teknik pengumpulan datanya dilakukan melalui angket, wawancara, observasi serta melalui studi kepustakaan. Sedangkan untuk teknik analisis datanya dilakukan melalui analisis statistik deskriptif yakni dengan cara

menggambarkan hasil penelitian melalui tabel baik tabel tunggal, tabulasi silang serta melalui diagram serta melalui analisis statistik inferensial yakni untuk menguji hipotesis penelitian. Adapun uji statistik inferensial yang dipakai adalah statistik pearson product moment.

HASIL PENELITIAN

Sebagaimana yang telah dikemukakan pada bab sebelumnya, bahwa penelitian ini menjelaskan tentang hubungan antara informasi akun Instagram Infia_health dengan Sikap Followers. Berdasarkan hasil pengujian statistik dengan menggunakan uji statistik Pearson Product Moment, maka dapat dikemukakan hasil sebagai berikut :

Hubungan antara Informasi akun Instagram Infia_Health dengan Aspek Kognitif.

H₀ :Informasi akun Instagram Infia_Health memiliki hubungan non signifikan dengan aspek kognitif.

H₁ :Informasi akun Instagram Infia_Health memiliki hubungan signifikan dengan aspek kognitif Dengan menggunakan tingkat

kepercayaan 95% dan $\alpha = 0.05$, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.535. Sedangkan untuk mengetahui kekuatan hubungan korelasinya, peneliti menggunakan pedoman Guildford. Adapun berdasarkan pedoman Guildford koefisien korelasi 0.535 termasuk kategori hubungan moderat.

Selanjutnya untuk membuktikan hipotesis yang peneliti ajukan, hasil perhitungan koefisien korelasi $r_s = 0.535$, selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus $t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,535 \sqrt{\frac{100-2}{1-0,535^2}} = 6,274$. Dengan $dk = 98$ dan $\alpha = 0.05$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1.980. Adapun ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat hubungan.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima , artinya terdapat hubungan.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat hubungan antara informasi akun instagram Infa_health dengan aspek kognitif para follower.

Apabila digambarkan, maka dari hasil pengujian statistik dengan menggunakan uji statistik Pearson Product Momen, maka dapat dikemukakan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 1
Hubungan antara Informasi akun Instagram Infa_Health dengan Aspek Kognitif

Hubungan	X- Y1
Koefisien Kolerasi Product Moment	0,535
Kekuatan Hubungan	Moderat
t_{hitung}	6,274
t_{tabel}	1,980
Kesimpulan	Terdapat hubungan yang Signifikan

Hubungan antara Informasi akun Instagram Infa_Health dengan Aspek Afektif

H_0 :Informasi akun Instagram Infa_Health memiliki hubungan non signifikan dengan aspek afektif.

H_1 :Informasi akun Instagram Infa_Health memiliki hubungan signifikan dengan aspek apektif

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0.05$, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0.638. Sedangkan untuk mengetahui kekuatan hubungan korelasinya, peneliti menggunakan pedoman Guildford.

Adapun berdasarkan pedoman Guildford koefisien korelasi 0.638 termasuk kategori hubungan moderat/sedang.

Selanjutnya untuk membuktikan hipotesis yang peneliti ajukan, hasil perhitungan koefisien korelasi $r_s = 0.535$, selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus $t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,638 \sqrt{\frac{100-2}{1-0,535^2}} = 8,193$. Dengan $dk = 98$ dan $\alpha = 0.05$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1.980. Adapun ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat hubungan.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat hubungan antara informasi akun instagram Infa_health dengan aspek afektif para follower.

Apabila digambarkan, maka dari hasil pengujian statistik dengan menggunakan uji statistik Pearson Product Momen, maka dapat

dikemukakan dalam tabel di bawah ini:

Tabel 2

Hubungan antara Informasi akun Instagram Infa_Health dengan Aspek Kognitif

Hubungan	X- Y2
KoefisienKolerasi Product Moment	0,638
Kekuatan Hubungan	Moderat
Thitung	8,193
t table	1,98
Kesimpulan	Terdapat hubungan yang Signifikan

Hubungan antara Informasi akun Instagram Infa_Health dengan Sikap Followers.

H_0 :Informasi akun Instagram Infa_Health memiliki hubungan non signifikan dengan sikap follower.

H_1 :Informasi akun Instagram Infa_Health memiliki hubungan signifikan dengan sikap follower.

Dengan menggunakan tingkat kepercayaan 95% dan $\alpha = 0.05$, diperoleh koefisien korelasi sebesar 0,679. Sedangkan untuk mengetahui kekuatan hubungan korelasinya, peneliti menggunakan pedoman Guildford. Adapun berdasarkan pedoman Guildford koefisien korelasi 0,679 termasuk kategori hubungan moderat/sedang.

Selanjutnya untuk membuktikan

hipotesis yang peneliti ajukan, hasil perhitungan koefisien koreasi $r_s = 0,679$, selanjutnya dihitung dengan menggunakan rumus $t = r \sqrt{\frac{n-2}{1-r^2}}$ diperoleh nilai t hitung $t = 0,638 \sqrt{\frac{100-2}{1-0,535^2}} = 9,156$. Dengan $dk = 98$ dan $\alpha = 0.05$ untuk pengujian dua pihak, diperoleh nilai t tabel = 1.980. Adapun ketentuan penerimaan dan penolakan hipotesis adalah sebagai berikut :

- Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$, maka H_0 diterima dan H_1 ditolak, artinya tidak terdapat hubungan.
- Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima, artinya terdapat hubungan.

Berdasarkan hasil perhitungan di atas diketahui bahwa $t_{hitung} > t_{tabel}$, artinya terdapat hubungan antara informasi akun instagram Infa_health dengan sikap afektif para follower.

Apabila digambarkan, maka dari hasil pengujian statistik dengan menggunakan uji statistik Pearson Product Momen, maka dapat dikemukakan dalam tabel sebagai berikut :

Tabel 3
Hubungan antara Informasi akun Instagram Infa_Health dengan Sikap Followers

Hubungan	X- Y
KoefisienKolerasi Product Moment	0,679
Kekuatan Hubungan	Moderat
t_{hitung}	9,156
t_{tabel}	1,98
Kesimpulan	Terdapat hubungan yang Signifikan

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil pengujian hipotesis, maka dapat dikemukakan hasil sebagai berikut :

- 1) Akun instagram infa_health memiliki hubungan yang signifikan dengan aspek kognitif followers. Aspek kognitif meliputi kepercayaan followers mengenai informasi yang diberikan akun instagram infa_health.
- 2) Akun instagram infa_health memiliki hubungan yang signifikan dengan aspek afektif followers. Aspek afektif menyangkut masalah emosional responden terhadap informasi yang diberikan.

Berdasarkan kesimpulan di atas, maka dapat dikatakan bahwa informasi yang diberikan oleh Instagram Infia_Health dirasakan sudah sesuai dengan harapan followers sehingga feedback yang munculdari followers menunjukkan sikap yang positif dan favorable (memihak). Hal tersebut terbentuk karena pengalaman pribadi followers terhadap informasi kesehatan tidak meninggalkan kesan yang kuat sehingga saat terjadi proses kompleks antara informasi kesehatan yang diberikan instagram infia_health dengan pengalaman pribadi tidak akan muncul reaksi yang negatif. Selain itu informasi kesehatan yang disampaikan orang lain yang dianggap penting oleh followers akan mempengaruhi proses pembentukan sikap memihak atau tidak memihak terhadap informasi kesehatan yang diunggah oleh instagram infia_health. Selanjutnya pengaruh kebudayaan yang pada umumnya menekankan factor lingkungan akan membentuk kepribadian dan pola pikir seseorang hal tersebut berlaku juga untuk followers.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan, berikut ini merupakan saran yang dapat disampaikan oleh penulis meliputi sebagai berikut.

- 1) Diharapkan lebih menjelaskan secara rinci mengenai informasi kesehatan yang diunggah. Informasi kesehatan yang unik saja belum cukup, sebaiknya informasi dijelaskan secara detail agar followers lebih mengerti dan jelas mengenai informasi tersebut.
- 2) Diharapkan pada saat mengunggah informasi kesehatan mengenai penyakit tidak hanya penjelasan penyakit dan cara mengobatinya, sebaiknya dijelaskan juga cara pencegahannya agar followers dapat menghindari penyakit yang dijelaskan tersebut.
- 3) Penelitian ini lebih cenderung pada perubahan sikap incongruent change maka dari itu informasi pada Infia_Health sebaiknya diperbaharui terus dan diulang-ulang agar followers lebih memahami informasi yang diberikan.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, Aku. 2003. *Psikologi Umum*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Azwar, Saifuddin. 2015. *Sikap Manusia, Teori dan Pengukurannya*. Yogyakarta: Pustaka Rineka Cipta
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Fisher, et.al., 2005. *Theories of Information Behaviour*. New Jersey: Information Today, Inc.
- Liliweri, Alo. 1992. *Dasar-Dasar Komunikasi Periklanan*. Bandung. Citra Aditya Bakti
- Littlejohn, Stephen W. 2012. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rakhmat, Jalaludin. 2005. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Rakhmat, Jalaludin 2009. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Riduwan. 2013. *Metode dan Teknik Menyusun Proposal Penelitian*. Bandung: Alfabeta
- Shelley E. Taylor, Letitia Anne Peplau dan David Sears. 2009. *Psikologi Sosial Edisi Kedua Belas*. Jakarta: Prenada Media Grup
- Sidney Siegel. 1992. *Statistik Non Parametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Gramedia
- Sugiyono, 2012. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2013. *Metode Penelitian Kombinasi*. Bandung: Alfabeta
- _____. 2015. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Werber J. Severindan James W. Tankard Jr. 2011. *Teori Komunikasi Edisi Kelima*. Jakarta: Kencana Prenada Media Grup
- Yusup, Pawit M. 2010. *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group