

**PENGUATAN LEMBAGA KEMASYARAKATAN PASCA PROGRAM RE-
HABILITASI GEMPA
DALAM KELOMPOK USAHA PATI (TEPUNG TAPIOKA)
PADA DUSUN KLISAT, DESA SRIHARDONO, PUNDONG, BANTUL**

Oleh;

Arief Fajar, S. Ikom.¹

ABSTRAK

Strategi pembangunan menentukan strategi komunikasi, maka makna komunikasi pembangunan pun bergantung pada modal atau paradigma pembangunan yang dipilih oleh suatu negara. Pada bagian lain Rogers menyatakan bahwa komunikasi merupakan dasar dari perubahan sosial. Perubahan yang dikehendaki dalam pembangunan tentunya perubahan ke arah yang lebih baik atau lebih maju keadaan sebelumnya. Oleh karena itu peranan komunikasi dalam pembangunan harus dikaitkan dengan arah perubahan tersebut. Artinya kegiatan komunikasi harus mampu mengantisipasi gerak pembangunan.

Pendampingan dan pembentukan kelompok yang merupakan bagian penerapan strategi komunikasi pembangunan dimana menekankan pengorganisasian masyarakat Srihardono menjadi lembaga kemasyarakatan yang lebih teratur pengelolaannya untuk mencapai perbaikan ekonomi atau taraf kehidupan pasca bencana secara kolektif dan mengkomunikasikan ide-ide inovatif sesuai dengan kebutuhan dan ukuran masing-masing kelompok usahanya. Jadi patron komunikasi pembangunan yang ini adalah merupakan gabungan komunikasi pembangunan yang bottom up, top down, dan horizontal dimana pengambilan dan pengukuran keberhasilan menjadi hak dan tanggungjawab masyarakat. Hal ini tampak dari strategi kelompok usaha pati.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Pembangunan dan Penguatan Lembaga Kemasyarakatan

PENDAHULUAN

Quebral (1978) mengatakan variasi penafsiran komunikasi pembangunan (*development communication*) tercermin dalam penerapannya di berbagai sektor pembangunan. Keragaman itu segera tampak pada sejumlah bentuk ataupun unit aktivitas yang meskipun mengenakan label yang berbeda.²

Namun sekalipun memainkan labeling dan strategi yang berbeda dalam setiap ranah pembangunan, seperti: penyuluhan atau komunikasi pertanian (*extension and agricultural communication*) dalam bidang pertanian; Pemasaran Sosial Kontrasepsi (*Social Marketing Contraceptive*) pada bidang Keluarga Berencana; Pembangunan dan Pemberdayaan

1 Dosen Jurusan Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Informatika, Universitas Muhammadiyah Surakarta dan saat ini sedang menempuh program *Master of Science* (M. Sc) pada Program *Extension and Development Communication* angkatan 2009 di Universitas Gadjah Mada Yogyakarta dengan keminatan pada komunikasi pembangunan.

2 Lihat Zulkarimen Nasution, 2007, *Komunikasi Pembangunan; Pengenalan Teori dan Penerapannya Ed. Revisi*, hal 173.

Masyarakat (*Community and Empowerment Development*) dalam bidang Kesejahteraan Sosial; dan masih banyak lagi, komunikasi pembangunan mempunyai peran yang sama. Peranyangsama adalah bagaimana komunikasi pembangunan mengkomunikasi himpunan ide pembangunan kepada masyarakat.

Kembali mengutip Quebral, dia mengilustrasikan sekira riwayat komunikasi pembangunan pernah ditulis, maka salah satu sumbangannya yang pantas dicatat adalah mempopulerkan ide pembangunan di kalangan komunikator profesional sekaligus di tengah orang awam. Sehingga, Zulkarimen Nasution merumuskan dalam empat hal atau konsep similaritas mengenai penerapan komunikasi pembangunan yaitu;²

1. Menerapkan prinsip, sistem dan teknologi komunikasi, sebagai salah satu komponen yang tergolong utama dalam penerapan tujuan kegiatannya.
2. Memberikan peranan yang terbilang penting bagi komunikasi di dalam rangkaian struktur kegiatan pembangunan yang bersangkutan.
3. Menggunakan dan mengembangkan metodologi serta pendekatan yang sistematis dalam pemanfaatan komunikasi pada lingkup kegiatannya.
4. Memperlihatkan kesinambungan dan “saling belajar dari pengalaman di bidang yang lain” khususnya dalam hal pemanfaatan teknologi komunikasi.

Sehingga, strategi pembangunan menentukan strategi komunikasi, maka makna komunikasi pembangunan pun bergantung pada modal atau paradigma pembangunan yang dipilih oleh suatu negara. Pada bagian lain Rogers menyatakan bahwa

2 Ibid, hal 173-174.

komunikasi merupakan dasar dari perubahan sosial. Perubahan yang dikehendaki dalam pembangunan tentunya perubahan ke arah yang lebih baik atau lebih maju keadaan sebelumnya. Oleh karena itu peranan komunikasi dalam pembangunan harus dikaitkan dengan arah perubahan tersebut. Artinya kegiatan komunikasi harus mampu mengantisipasi gerak pembangunan.

Begitu pula dengan yang terjadi di dusun Klisat, Srihardono, Bantul Pasca Gempa 27 Mei 2006, terjadi perubahan pasca program rehabilitasi. Dalam bahasan sederhana saya hanya membatasi pada penguatan lembaga kemasyarakatan dalam kelompok usaha Pati setelah mendapat binaan dari FAO dan YP2SU (Yayasan Peningkatan dan Pengembangan Sumber Daya Ummat) selama 2 tahun kelompok berjalan sebagai bagian program rehabilitasi pasca gempa. Hal inilah yang menjadi acuan tulisan saya yaitu bagaimana penerapan strategi komunikasi pembangunan mengenai penguatan lembaga kemasyarakatan dalam judul *“Penguatan Lembaga Kemasyarakatan Pasca Program Rehabilitasi Gempa Dalam Kelompok Usaha Pati (Tepung Tapioka) Pada Dusun Klisat, Desa Srihardono, Pundong, Bantul”*.

PARADIGMA KOMUNIKASI PEMBANGUNAN

Apabila kita berpatokan pada kategorisasi paradigma pembangunan yang dilakukan oleh Tehranian, maka akan tampak ide dasar pembangunan yang dikomunikasi yaitu;³

3 Ibid, hal 149-151.

Pertama, aliran atau paradigma modernisasi, dalam istilah Tehranian model pertumbuhan klasik dan neoklasik. Paradigma ini menekankan ukuran pembangunan pada aspek ekonomi seperti; produksi, permintaan penawaran, investasi serta inovasi atau teknologi untuk mendukungnya. Masa inilah pemikiran dari komunikasi pembangunan dalam upaya mendukung paradigma modernisasi dalam bentuk peningkatan aspek penanaman ide-ide pembangunan ekonomi. Salah satunya adalah adopsi inovasi (*diffusion of innovations*) dengan tokoh utama Everett Rogers, Daniel Lerner, dan sebagainya. Kemudian adanya teori *trickle down effect* dan teori ketergantungan (*dependent theory*).

Kedua, aliran atau paradigma kritis, disebut Tehranian sebagai model pembangunan bersifat Marxis. Dimana paradigma ini menekankan kritikan terhadap paradigma sebelumnya (*antitesis*) tentang ketidakmerataan pembangunan atau adanya kaum marjinal yang asertivitasnya sangat rendah terhadap pembangunan terutama sumber-sumber produksi dan ekonomi. Aliran menekankan kritik terhadap semua aspek dalam masa difusi inovasi, yang mengabaikan sisi kemanusiaan, gender dan lingkungan dalam pembangunan. Pada kebangkitan paradigma inilah, masuknya konsep-konsep partisipasi dan pembangunan yang bersifat *bottom up* serta *gender and development* dan sebagainya.

Ketiga berbeda dengan Tehranian, saya mencoba menawarkan yang disebut Melkote sebagai paradigma pembebasan (*liberation paradigm*). Paradigma inilah yang menekankan bahwa perubahan dalam pembangunan melalui komunikasi harus membawa nilai-nilai lokal. Sehingga, lahirlah konsep pembangunan berbasis kekhasan lokal atau

local wisdom. Kearifan lokal (*indigenous wisdom*) inilah yang menjadi modal dan ukuran keberhasilan sebuah pembangunan dalam sebuah masyarakat.

Rogers (1976) mengatakan komunikasi tetap dianggap sebagai perpanjangan tangan para perencana pemerintah, dan fungsi utamanya adalah untuk mendapatkan dukungan masyarakat dan partisipasi mereka dalam pelaksanaan rencana-rencana pembangunan. Dari pendapat Rogers ini jelas bahwa setiap pembangunan dalam suatu bangsa memegang peranan penting. Oleh karenanya, inisiator pembangunan dalam melancarkan komunikasinya perlu memperhatikan strategi apa yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan sehingga efek yang diharapkan itu sesuai dengan harapan.

METODOLOGI PENELITIAN

Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma interpretif (kualitatif). Sedangkan tipe penelitian ini adalah studi kasus (*case study*) dimana peneliti berusaha menjelaskan sebuah realitas sosial secara holistik atau menyeluruh. Sebagai sebuah metode penelitian, peneliti diwajibkan menjaga jarak dengan objek penelitian serta bersikap netral terhadap realitas penelitian.

Untuk penelitian strategi komunikasi pada Penguatan Lembaga Kemasyarakatan Pasca Program Rehabilitasi Gempa Dalam Kelompok Usaha Pati (Tepung Tapioka) Pada Dusun Klisat, Desa Srihardono, Pundong, Bantul ini menggunakan dua metode pengumpulan data yaitu;

A. Wawancara Mendalam (*in-depth interview*).

Wawancara bersifat terbuka dan tidak terstruktur. Bagian terpenting dalam wawancara ini untuk mendapatkan pola strategi komunikasi pembangunan dalam penguatan lembaga kemasyarakatan, proses, hasil dan bentuknya baik dalam komunikasi interpersonal maupun kelompok. Sehingga, dalam wawancara mendalam ini menanyakan hal-hal tersebut.

Sebab bagian terpenting dalam *in-depth interview* adalah menanyakan pertanyaan yang ada di panduan wawancara (*interview guide*) dan mengembangkannya ke dalam berbagai pertanyaan serta kemudian mencatat jawaban informan atas pertanyaan yang diajukan secara akurat.⁴ Selanjutnya, untuk teknik pemilihan informan menggunakan *purposive sampling* atau memilih informan dipandang paling paham dengan kondisi lembaga kemasyarakatan kelompok Pati yaitu Ibu Murjiyanti selaku ketua kelompok Bangkit 2 yang membawahi dusun Klisat.

B. Observasi

Dilakukan secara formal dan informal dengan mengamati kegiatan yang berlangsung dalam obyek penelitian yang teliti. Untuk mendapatkan data akurat tentang strategi komunikasi pembangunan dalam penguatan lembaga kemasyarakatan terutama dalam melihat pengambilan keputusan sebagai kelompok.

4 Lihat Lawrence W. Neuman, 2000, *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches*, 4th ed, hal. 277.

PEMBAHASAN

A. Strategi Komunikasi Pembangunan Pasca Gempa (Secara Umum).⁵

Kegiatan pemulihan pasca gempa di Srihardono dimulai setelah gempa dengan melakukan identifikasi dan pemenuhan *basic needs* atau tanggap darurat terlebih dahulu selama 3 bulan. Kemudian kegiatan rehabilitasi, dalam amatan saya dipecah dalam tiga tahap. *Pertama*, pelaksanaan pendataan *need assesment* dalam program CEF (Community Enterprise Support Fund) dilakukan pada bulan September-Oktober 2006 untuk mendapatkan lokasi atau wilayah yang akan didampingi. Di dalam menentukan lokasi dampingan, sudah ada skala prioritas yang digunakan: (a) wilayah atau lokasi yang akan didampingi merupakan daerah bencana; (b) dalam wilayah tersebut tidak ada lembaga lain yang mempunyai konsen sama sehingga nantinya program tidak berbenturan dengan lembaga lain; (c) setidaknya ada usaha kecil menengah atau kelompok usaha; dan respon masyarakat dalam wilayah tersebut cukup positif.

Kedua, setelah melakukan identifikasi di wilayah Srihardono yang dilakukan 6 relawan (3 relawan dari penduduk setempat dan 3 relawan dari YP2SU) yang terdiri dari 17 dusun, ditetapkan 14 dusun untuk dilakukan pendampingan yaitu; Dusun Tulung, Dusun Seyegan, Dusun Klisat, Dusun Nangsri, Dusun Monggang, Dusun Pundong, Dusun Pranti, Dusun Baran, Dusun Gulon, Dusun Paten, Dusun Piring, Dusun Ganjuran, Dusun Potrobayan, dan Dusun Jonggr. Tujuan dari kegiatan pendampingan ini adalah pemberdayaan masyarakat pasca gempa

5 Berdasarkan data dari KSU Slamet Raharjo binaan YP2SU.

terutama untuk peningkatan *income generating* atau membangkitkan kembali sektor usaha yang sebelumnya sudah ada dan mengalami kemacetan akibat bencana gempa.

Di 14 dusun tersebut terdapat usaha kecil dan kelompok usaha yang telah mempunyai jaringan pemasaran sebelumnya yaitu; pati (tepung tapioka), minyak, bakmi, peyek, kerupuk, onde-onde dan geplak. Kegiatan awal dalam pendampingan yang dilakukan adalah *trauma healing* dengan mengupayakan untuk membangkitkan kembali usaha kelompok ekonomi yang terpuruk dengan pemberian modal usaha sebesar Rp. 1.610.000,00 dan modal bahan baku sebesar Rp. 350.000,00. Selain itu ada pemberian bantuan alat baik untuk usaha individu maupun untuk kelompok dengan rincian sebagai berikut;

1. Unit usaha Pati (tepung tapioka), untuk bantuan alat berupa Gerobak, Jembatan, Kepang sedangkan untuk kelompok berupa Mesin Pamarut Ketela dan Timbangan 300 kg.
2. Unit usaha Minyak, untuk bantuan alat berupa Mesin parut Kelapa, Pengorengan, Jembatan, Alat Pemeras kelapa sedangkan untuk kelompok berupa Mesin Pamarut Kelapa, Mesin Penyaring Minyak VICO.
3. Unit usaha Bakmi, untuk bantuan alat berupa Soblok, Baskom, Timbangan, Kompor minyak.
4. Unit usaha Peyek, untuk bantuan alat berupa Pengorengan, Keranjang, Timbangan, Hand Sealer sedangkan untuk kelompok berupa Mesin Pengiling Beras dan Mesin Pamarut Kelapa.
5. Unit usaha Kerupuk, untuk bantuan alat berupa Soblok, Pengiris Kerupuk dinamo, Kepang, Hand sealer sedangkan

untuk kelompok berupa Mesin Pamarut Ketela dan Timbangan 300 kg.

6. Unit usaha Onde-onde untuk bantuan alat berupa Mesin Penghalus adonan, Pengorengan, Keranjang sedangkan untuk kelompok berupa Mesin Pengiling Beras.
7. Unit usaha Geplak untuk bantuan alat berupa Pengorengan, Hand Sealer sedangkan untuk kelompok berupa Mesin Pengiling Beras dan Mesin Pamarut Kelapa.

Ketiga, kemudian dilanjutkan dengan pelatihan kewirausahaan untuk lebih meningkatkan manajemen usaha yang selama ini digeluti. Selain itu, kegiatan rehabilitasi pada fase pelatihan ini tidak hanya melalui pelatihan-pelatihan formal, tetapi juga melalui pertemuan-pertemuan dan pembentukan kelompok yang mengorganisir unit usaha sejenis: Pati (tepung tapioka) dengan dua kelompok yaitu, Pati Bangkit 1 dan 2; Bakmi dengan dua kelompok yaitu Bakmi Makmur 1, 2, dan 3; Peyek dengan kelompok Peyek Ngudi Rejeki; Kerupuk dengan kelompok Kerupuk Jaya; Onde-onde dengan kelompok Onde-nde Sri Rejeki dan Geplak dengan kelompok Geplak Arum Manis. Selain melalui pertemuan kelompok usaha, kegiatan kelompok juga melalui pertemuan informal yang dilakukan secara rutin oleh YP2SU di masing-masing dusun.

Fungsi pendampingan dalam usaha penguatan lembaga kemasyarakatan dengan adanya kelompok usaha sejenis lebih dioptimalkan dalam kegiatan-kegiatan kelompok tersebut. Berikut gambaran makro penyusunan strategi di masing-masing unit usaha lewat kelompok;

1. Pemetaan Masalah	7. Manajemen Kelompok
2. Motivasi Usaha dan Pengenalan Persoalan	8. Pemasaran
3. Kewiraswastaan	9. Pembukuan
4. Identifikasi dan Gagasan	10. Uji Kelayakan Usaha (Sertifikasi)
5. Manajemen Usaha	11. Evaluasi
6. Berbagi Pengalaman	12. Rencana Tindak Lanjut

Tujuan dari pembentukan dan pendampingan kelompok tersebut adalah untuk memberikan penguatan sebagai lembaga kemasyarakatan dalam unit usaha sejenis terutama manajemen kelompok. Sehingga, diharapkan masing-masing kelompok usaha dapat berkembang lebih baik.

B. Penguatan Lembaga Kemasyarakatan Dalam Unit Usaha Pati.

Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa strategi yang dijalankan dalam pendampingan pemulihan (rehabiltasi) unit usaha adalah melalui kelompok. Sehingga, kelompok hadir sebagai lembaga kemasyarakatan yang kuat untuk memperkuat unit usaha yang sebelumnya telah ada di Sri Hardono. Sebelum membahas lebih jauh, mari kita pisahkan dulu Pati sebagai unit usaha (sebelum bencana) dan sebagai kelompok kegiatan atau lembaga kemasyarakatan (setelah bencana).

1. Sebelum Gempa atau Pendampingan, sebagai Usaha Pati sudah ada sebelum gempa atau bencana, sekitar 15-20 tahun. Hal diperoleh dari hasil wawancara dengan ibu Murjiyanti bahwa usaha pati telah berjalan dua generasi semenjak orang tuanya.

Berdasarkan penuturan ibu Murjiyanti, Pati sebagai unit usaha telah dirintis selama dua generasi atau kurang lebih 20 tahun yang lalu. Usaha dipilih secara turun temurun berdasarkan keterampilan atau warisan keluarga. Usaha, pati ini merupakan penyuplai bahan baku dari usaha bakmi yg ada

di Srihardono. Sehingga pemasaran sudah mempunyai jaringan yang jelas yaitu untuk memenuhi kebutuhan lokal. Selama menggeluti usaha ini sebelum gempa, ibu Murjiyanti mendapat pemasukan bersih berkisar Rp. 24.300.000,00 hingga Rp. 27.450.000,00 perbulan dari hasil ambilan langganan bakmi antara Rp 24.000.000,00 hingga Rp 27.000.000,00 (dari estimasi produksi 200 kg perhari dengan harga jual antara Rp 4.000,00 hingga Rp. 4.500,00 perkilo). Sedangkan untuk ampas pati berkisar Rp. 300.000,00 hingga Rp. 450.000,00.

Sehingga, sebelum gempa usaha pati ini sudah berefek positif bagi keluarga. Sebab untuk keluarga ibu Murjiyanti saja hanya menggeluti pada usaha pati ini. Selebihnya hanya usaha peternakan sebagai aset dan kebutuhan sehari-hari. Hanya saja usaha pati ini sangat bergantung dengan cuaca dan pasokan ubi kayu atau singkong yang didapat dari daerah Magelang, Temanggung, dan Purworejo.

Menurut ibu Murjiyanti pada musim kemarau pasokan ubi kayu cukup dan bisa melakukan stok untuk pengolahan pati tetapi harga pati juga menurun. Sedangkan pada musim penghujan stok sangat terbatas tetapi harga bisa lebih meingkat akibat adanya keterbatasan produksi. Sehingga, persaingan pada pengepul dalam mendapatkan bahan

pasokan cukup mengambil peran. Selain itu, masih terjadi upaya persaingan merebut jaringan pemasaran dengan menetapkan harga sepihak.

2. Setelah adanya Gempa atau Pendampingan di wilayah Desa Srihardono dibentuk dua kelompok usaha Pati yaitu Pati Bangkit 1 dan 2. Ibu sendiri berada dalam kelompok Pati Bangkit 2 yg menaungi wilayah dusun Klisat dan sekitarnya. Anggota Kelompok Pati Bangkit 2 ini berjumlah 25 orang. Pertemuan rutin kelompok 1 bulan sekali. Sebagai kelompok, usaha pati berdiri kurang lebih 2 tahun pasca gempa tetapi Kelompok ini mampu mengupayakan kestabilan harga jual pati diantara anggotanya, menghindari persaingan tidak sehat antar anggota dalam penjualan pati dan pasokan bahan baku.

Selain itu, kelompok ini mengupayakan pengolahan pati yang lebih variatif, misal ampas pati dikembangkan untuk pengganti tepung terigu bagi industri dan ampas olahan pati untuk pembuatan nata decasava. Bahkan, produk nata decasava telah memperoleh setrifikasi industri rumah tangga dengan PIRT No. 215340201818.

Strategi penguatan kelompok sebagai lembaga kemasyarakatan adalah dengan komunikasi. Komunikasi yang terjalin adalah komunikasi baik sebagai individu (interpersonal) dan kelompok. Untuk komunikasi interpersonal, berdasarkan wawancara dengan ibu Murjiyanti komunikasi yang mereka bangun dapat dianalisis dengan teori harapan dan motivasi dari Vroom dengan asumsi setiap individu percaya

bahwa perilaku dengan cara tertentu akan memperoleh hal tertentu.

Komunikasi interpersonal yang dibangun oleh Ibu Murjiyanti dan kelompok menunjukkan hal itu. Mereka mengupayakan usaha Pati mereka lebih bisa variatif yg tujuan meningkatkan *income* mereka. Sedangkan untuk komunikasi kelompok bisa dianalisis dengan teori pertukaran kelompok, dimana upaya-upaya komunikasi baik input anggota dan perantara dan output komunikasi dimaksudkan untuk mencapai tujuan kelompok.

KESIMPULAN

Dari pemaparan tulisan ini, setidaknya ada dua hal yang dapat disimpulkan yaitu;

1. Pendampingan dan pembentukkan kelompok yang merupakan bagian penerapan strategi komunikasi pembangunan dimana menekankan pengorganisasian masyarakat Srihardono menjadi lembaga kemasyarakatan yang lebih teratur pengelolaannya untuk mencapai perbaikan ekonomi atau taraf kehidupan pasca bencana secara kolektif dan mengkomunikasikan ide-ide inovatif sesuai dengan kebutuhan dan ukuran masing-masing kelompok usahanya. Jadi patron komunikasi pembangunan yang ini adalah merupakan gabungan komunikasi pembangunan yang *bottom up*, *top down*, dan *horizontal* dimana pengambilan dan pengukuran keberhasilan menjadi hak dan tanggungjawab masyarakat. Hal ini tampak dari strategi kelompok usaha pati.

2. Berdasarkan amatan di lapangan ada beberapa kelemahan strategi kelompok usaha pati terutama dari segi pemasaran yang belum di-cover oleh kelompok. Produk hasil inovasi kelompok ini belum mempunyai jaringan pemasaran misalnya *nata decasavva*. Jadi mereka mengerjakan produk berdasarkan pesanan. Sehingga, dari sudut pandang *income* produk dari kelompok ini belum berefek positif bagi anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Adiputra, Wisnu Martha. 2006. *Menyoal Komunikasi Memberdayakan Masyarakat*. Yogyakarta: FISIPOL UGM.
- Depari, Eduard dan Colin MacAndrews. 1991. *Peranan Komunikasi Massa Dalam Pembangunan*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Ife, Jim. dan Frank Tesoriero. 2008. *Community Development*. Diterjemahkan oleh: Sastrawan Manulang. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2008. *Theories of Human Communication*. Penerjemah Mohammad Yusuf Hamdan. 2009. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Melkote, Srinivas R. dan H Leslie Steeves. 2001. *Communication for Development in the Third World; Theory and Practice for Empowerment 2nd Edition*. India: Sage Publications.
- Nasution, Zulkarimen. 2004. *Komunikasi Pembangunan: Pengenalan Teori dan Penerapannya, Ed Revisi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Neuman, W. Lawrence. 2000. *Social Research Methods: Quantitative and Qualitative Approaches 4th Ed*. Boston: Ally and Bacon.
- Nurudin. 2004. *Komunikasi Massa*. Malang : Cespur.
- . 2004. *Sistem Komunikasi Indonesia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Rejeki, Ninik Sri dan F Anita Herawati. 1999. *Dasar-dasar Komunikasi untuk Penyuluhan*. Yogyakarta: Universitas Atmajaya.
- Rogers, Everett M. dan F Floyd Shoemaker. 1971. *Communication of Innovations: A Cross Cultural Approach*. Penerjemah Abdillah Hanafi. 1981. *Memasyarakatkan Ide-ide Baru*. Surabaya: Usaha Nasional.
- Soetomo. 2009. *Pembangunan Masyarakat; Merangkai Sebuah Kerangka*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Winangsih Syam, Nina. 2002. *Rekonstruksi Ilmu Komunikasi, Perspektif Pohon Komunikasi dan Pergeseran Paradigma Komunikasi Pembangunan Dalam Era Globalisasi*. Pidato Pengukuhan Guru Besar dalam Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran pada tanggal 11 September 2002.