

STRATEGI KOMUNIKASI BADAN AMIL ZAKAT NASIONAL (BAZNAS) REJANG LEBONG DALAM MENGHIMPUN ZAKAT

Amin Fauko¹

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

aminfauko20@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dalam menghimpun zakat. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Subjek penelitian adalah pengurus Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dan masyarakat Rejang Lebong. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat Rejang Lebong dalam membayar zakat masih tergolong rendah, disebabkan oleh beberapa faktor seperti kurangnya pemahaman tentang zakat, kebiasaan berzakat secara langsung, dan kurangnya kepercayaan terhadap lembaga zakat. Strategi komunikasi yang diterapkan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong meliputi sosialisasi melalui berbagai media, seperti ceramah agama, khutbah Jumat, dan pamflet, serta kerja sama dengan pemerintah daerah. Penelitian ini menyarankan agar Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dapat meningkatkan strategi komunikasi dengan melibatkan tokoh agama, para penyuluh agama, dan media massa dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat tentang zakat.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, BAZNAS, Zakat, Kesadaran Masyarakat, Rejang Lebong

COMMUNICATION STRATEGIES OF THE NATIONAL ZAKAT AGENCY (BAZNAS) OF REJANG LEBONG IN COLLECTING ZAKAT

ABSTRACT

This study aims to examine the communication strategies implemented by the National Zakat Agency (BAZNAS) of Rejang Lebong in collecting zakat. This research uses a qualitative descriptive approach with data collection methods through observation, interviews, and documentation. The research subjects are the management of the National Zakat Agency (BAZNAS) Rejang Lebong and the people of Rejang Lebong. The results show that the awareness of the people of Rejang Lebong in paying zakat is still relatively low, caused by several factors such as a lack of understanding of zakat, the habit of paying zakat directly, and a lack of trust in zakat institutions. The communication strategies implemented by the National Zakat Agency (BAZNAS) Rejang Lebong include socialization through various media, such as religious lectures, Friday sermons, and pamphlets, as well as cooperation with local governments. This study suggests that the National Zakat Agency (BAZNAS) Rejang Lebong can improve its communication strategy by involving religious leaders, religious counselors, and the mass media in an effort to increase public awareness of zakat.

Keywords: *Communication Strategy, BAZNAS, Zakat, Public Awareness, Rejang Lebong*

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan kebutuhan dalam kehidupan manusia, baik dalam skala individu maupun organisasi. Keberhasilan suatu lembaga, termasuk lembaga zakat, sangat bergantung pada strategi komunikasinya. Strategi komunikasi yang efektif dapat menjembatani kesenjangan pemahaman dan membangun kepercayaan publik. Berhasil tidaknya suatu lembaga sangat ditentukan oleh strateginya, karena strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan tertentu dan taktik operasionalnya.

Strategi komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam suatu organisasi maupun suatu lembaga karena di dalam strategi komunikasi terdapat panduan dan perencanaan komunikasi dan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai suatu tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara taktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan bisa berbeda sewaktu-waktu bergantung dengan situasi dan kondisinya.

Zakat adalah ajaran agama Islam yang berintikan semangat pemerataan pendapatan. Penduduk Indonesia yang mayoritas beragama Islam yang secara syariah diwajibkan untuk berzakat, dan secara kultural telah mengakar kuat dalam kehidupan masyarakat di Indonesia. Zakat dimaksudkan untuk membersihkan harta benda milik orang lain yang dengan sengaja ataupun tidak sengaja telah termasuk ke dalam harta kita, maka zakat wajib dikeluarkan. Sebagaimana firman Allah SWT dalam QS. Al-Baqarah: 43 yang berbunyi:

وَأَقِيمُوا الصَّلَاةَ وَآتُوا الزَّكَاةَ وَارْكَعُوا مَعَ الرَّاكِعِينَ

43. *Dan dirikanlah shalat, tunaikanlah zakat dan ruku'lah beserta orang-orang yang ruku'[44].*

Zakat merupakan rukun Islam yang memiliki peran strategis dalam upaya pengentasan kemiskinan dan pembangunan ekonomi. Di Indonesia, dengan mayoritas penduduk beragama Islam, potensi zakat sangat besar namun belum teroptimalkan. Hal ini disebabkan oleh berbagai faktor, termasuk kurangnya kesadaran masyarakat akan kewajiban berzakat dan pemahaman tentang jenis-jenis zakat.

Berdasarkan observasi awal lembaga Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dalam waktu 2 tahun terakhir mengalami penurunan dalam memperoleh zakat. Kebanyakan sumber dari Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong berasal dari para pegawai negeri sipil (PNS) dan zakat perorangan, akan tetapi zakat perorangan ini hanya

sedikit yang berzakat sehingga dapat dilihat bahwa pemahaman muzakki tentang kewajibannya membayar zakat itu belum lengkap hingga tingkat kesadarannya akan suatu kewajiban itu masih kurang.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong merupakan salah satu lembaga yang bertanggung jawab dalam menghimpun dan menyalurkan zakat di Kabupaten Rejang Lebong. Namun, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong menghadapi kendala dalam mengoptimalkan penghimpunan zakat, salah satunya adalah rendahnya kesadaran masyarakat dalam membayar zakat.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Pendekatan kualitatif dipilih karena data yang dibutuhkan berupa keterangan, penjelasan, dan informasi lisan. Menurut *Bodgan* dan *Taylor* prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang atau perilaku yang diamati, hal ini juga senada dengan hal yang dikemukakan penyelidikan metode deskriptif tertuju pada pemecahan masalah yang ada pada masa sekarang. Penelitian deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan yang terjadi pada saat penelitian dilakukan.

Subjek penelitian ini adalah pengurus Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dan masyarakat Rejang Lebong yang menjadi target Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam menghimpun zakat. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi atau pengamatan secara langsung terhadap kegiatan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dalam menghimpun zakat, wawancara dengan pengurus Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dan masyarakat Rejang Lebong untuk memperoleh informasi tentang kesadaran berzakat dan strategi komunikasi yang diterapkan, dan dokumentasi atau pengumpulan data berupa dokumen, seperti laporan kegiatan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong, peraturan dan pedoman terkait dengan pengelolaan zakat, dan data demografi masyarakat Rejang Lebong. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan metode deduktif dan induktif. Triangulasi data juga dilakukan untuk meningkatkan keabsahan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kesadaran masyarakat dapat dibagi menjadi beberapa tingkatan yang masing-masing tingkatan menunjukkan derajat kesadaran seseorang. Tingkatan-tingkatan kesadaran tersebut antara lain:

1. Kesadaran yang bersifat anomous, yaitu kesadaran atau kepatuhan yang tidak jelas dasar dan alasan atau orientasinya.
2. Kesadaran yang bersifat heteronomous, yaitu kesadaran atau kepatuhan yang berlandaskan dasar/orientasi/motivasi yang beraneka ragam atau berganti-ganti.
3. Kesadaran yang bersifat sosionomous, yaitu kesadaran atau kepatuhan yang berorientasi kepada kiprah umum atau karena khalayak ramai.
4. Kesadaran yang bersifat autonomous, yaitu kesadaran atau kepatuhan yang terbaik karena didasari oleh konsep atau landasan yang ada dalam diri sendiri.

Zakat adalah rukun Islam terpenting setelah syahadat dan salat, serta merupakan pilar berdirinya bangunan agama Islam. Allah SWT. telah menetapkan hukumnya wajib, baik dengan kitab-Nya maupun dengan sunnah-Nya serta ijma dari umatnya. Perintah wajib zakat turun di Madinah pada bulan Syawal tahun kedua hijriyah Nabi SAW. Kewajibannya terjadi setelah kewajiban puasa Ramadhan dan zakat fitrah.

Pemahaman masyarakat Islam kabupaten Rejang Lebong, pada umumnya saat ini belum memahami makna zakat secara utuh di mana zakat hanya sekedar mengetahui bahkan ada yang hitungan zakat mereka dengan menduga-duga saja, tentu hal ini menjadi masalah buat mereka, ibadah zakat berfungsi sebagai sosial yang dapat memberikan keseimbangan dan kesejahteraan serta keadilan ekonomi bagi umat Islam, khususnya mereka yang tergolong miskin. Jika zakat yang menjadi potensi ekonomi umat Islam dapat dimanfaatkan, tentu umat Islam yang tergolong miskin dapat diberdayakan. Ada beberapa yang membayar zakat dengan benar namun masih belum terlalu paham dengan rukun dan syarat pelaksanaannya. Sikap masyarakat yang masih tradisional ini diwujudkan dalam bentuk sumbangan ke masjid atau lingkungan tempat tinggalnya.

Berbagai upaya telah dilakukan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dalam menghimbau, mengingatkan dan mengajak masyarakat untuk berzakat, khususnya ke lembaga zakat. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Kabupaten Rejang Lebong dalam pendistribusiannya sudah memprioritaskan kepada 8 golongan melalui program-program kerja yang sudah dibuat, seperti Rejang Lebong makmur, Rejang Lebong sejahtera, Rejang Lebong cerdas, Rejang Lebong peduli, Rejang Lebong takwa, dan bedah rumah. Sehingga kedelapan golongan yang telah ditentukan dalam Al-quran sudah terpenuhi.

Pada realita yang ada di lapangan menunjukkan bahwa pemahaman masyarakat tentang zakat hanya sekedar mengetahui secara umum atau sudah familiar, artinya zakat itu tidak asing

lagi di telinga warga akan tetapi pada hakikatnya masyarakat belum paham apa fungsi tujuan dan manfaat orang yang mengeluarkan zakat.

Tingkat pemahaman masyarakat tentang zakat masih tergolong lemah hal ini menunjukkan kurangnya pengetahuan agama dalam aspek pengetahuan zakat. Peraturan mengenai pengeluaran zakat yang muncul pada tahun kesembilan Hijriah ketika dasar Islam telah kokoh, wilayah negara telah berekspansi dengan cepat dan orang berbondong-bondong masuk Islam. Peraturan disusun meliputi sistem pengumpul zakat, barang-barang di kenai zakat, batas bebas zakat dan tingkat presentase zakat untuk barang yang berbeda-beda. Para pengumpul zakat dikirim ke berbagai daerah dengan uraian tugas yang jelas. Dalam upaya pengumpulan zakat tentunya diperlukan komunikasi dan sosialisasi kepada masyarakat, hal ini membuat Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong selalu berupaya menghimbau kepada masyarakat untuk membayar zakat.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong dalam upaya pengumpulan zakat, lembaga zakat bekerja sama dengan kepala daerah seperti Bupati dengan cara Bupati mengeluarkan surat edaran tentang zakat. Tak berhenti sampai disitu, lembaga zakat juga mengadakan sosialisasi-sosialisasi kepada masyarakat. Selain menghimbau kemasyarakat melalui kerja sama dengan pemerintah, lembaga zakat juga mengadakan sosialisasi kepada masyarakat, melalui ceramah agama, dan khutbah Jumat yang menjadi kegiatan yang sering dilakukan dalam upaya menghimpun zakat. Selain itu Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong juga memanfaatkan pamflet sebagai sarana dalam menghimbau kemasyarakat untuk berzakat dalam upaya pengumpulan zakat.

Berdasarkan data yang ditampilkan menunjukkan bahwa sosialisasi yang telah dilakukan cukup efektif untuk menciptakan pengaruh dan mengedukasi masyarakat terkait dengan pelaksanaan zakat. Responden yang menyatakan termotivasi ketaatannya untuk berzakat dengan adanya sosialisasi keberadaan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Unsur yang patut di pertimbangkan dalam kegiatan sosialisasi perundang-undangan tentang zakat adalah tenaga fungsional yang ada dalam stuktur Kementrian Agama RI yakni tenaga penyuluh agama Islam. Sebagai tenaga penyuluh agama mempunyai tugas pokok memberi pencerahan agama kepada warga masyarakat melalui kegiatan penyuluhan, oleh karena itu topik tentang zakat dan Undang-undang yang mengatur pelaksanaannya adalah bagian yang tak terpisahkan dari proses pembinaan agama yang harus dilakukan bahkan harus menjadi poin utama yang diprogramkan agar benar-benar mampu tersosialisasikan dengan baik substansi tujuan dan

fungsi zakat sehingga menjadi jalan terwujudnya masyarakat yang sejahtera dibawah lindungan Ridha Allah SWT.

Kerjasama antara Majelis Ta'lim dengan mengkolaborasikan tenaga penyuluh agama Islam yang ada di lingkungan Kementerian Agama Kabupaten Rejang Lebong serta peran ulama muballig dan juru dakwah dapat menjadi media yang menyampaikan informasi kepada warga masyarakat tentang zakat, terkait hal ulama, tokoh agama dan muballig dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat akan pentingnya pelaksanaan zakat dengan mengembangkan program-program yang dapat meningkatkan tarap kehidupan masyarakat yang tergolong miskin.

Pemahaman masyarakat yang masih kurang dalam mengeluarkan zakat masih sangat potensial sebagai ladang sosialisasi lembaga zakat. Dalam konteks ini pula sosialisasi tentang undang-undang yang mengatur tentang pelaksanaan zakat perlu dilakukan, sebagai konsekuensi logis dengan lahirnya Undang-Undang yang mengatur tentang pelaksanaan zakat dengan muatan instrumen, tujuan, fungsi, dan harapan dari zakat itu sendiri, menjadi wajib dipahami oleh semua pihak termasuk warga masyarakat di yang di dominasi oleh warga muslim. Sosialisasi pelaksanaan Undang-Undang Nomor 38 tahun 1999 yang kemudian disempurnakan dengan diundangkannya Undang-undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang pelaksanaan zakat menjadi penting sebagai salah satu strategi awal dan mendasar agar pemahaman masyarakat terhadap Undang-undang itu sendiri, serta tujuan dan fungsi zakat berdasarkan kajian dan pemahaman agama mampu terwujud.

Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) melalui program bantuan ekonomi dan pendidikan memiliki tujuan agar masyarakat miskin dapat diberdayakan, program ini sendiri adalah program yang menganjurkan masyarakat agar mampu mengasah keahlian atau keterampilan yang dimilikinya, dari keterampilan itulah masyarakat bisa berusaha dengan bantuan dan pendampingan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS). Untuk menyalurkan program tersebut maka Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) perlu strategi dalam kampanye programnya, pendekatan pertama yang dilakukan oleh Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) mengarah pada identifikasi masyarakat miskin agar selanjutnya bisa ditangani dengan tepat. Langkah awal sebelum diluncurkan program pemberdayaan terlebih dahulu diadakan pendataan di seluruh Kecamatan. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dan semua anggota divisi langsung turun lapangan untuk melihat kondisi masyarakat miskin dan selanjutnya diperkenalkanlah program pemberdayaan masyarakat ini, yakni bantuan ekonomi dan sosial.

Hasil pendataan ini kemudian dijadikan pegangan awal Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) dalam menjalankan misi pemberdayaannya.

Komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang mempengaruhi komunikannya sehingga bertindak sesuai dengan apa yang diinginkan oleh komunikatornya mungkin juga dapat merubah sikap dari komunikannya, namun pesan yang akan disampaikan komunikator kepada komunikannya harus menjadi hal besar yang perlu di perhatikan karena akan merubah sikap dan perilaku komunikannya. Hal yang dapat mempengaruhi dalam komunikasi persuasif diantaranya, komunikator, pesan, saluran, penerima.

Sebagaimana dalam pembahasan sebelumnya, Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) merupakan lembaga yang mengurus, pengumpulan dan penyaluran dana zakat yang tidak lepas dari gerakan dakwah yang dilakukannya, yang berguna untuk meningkatkan kualitas hidup para mustahiq. Tak lepas dari itu keinginan dan usaha yang dilakukan sangat tergantung dari kesabaran dan ketabahan, serta ditunjang kemauan keras untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sebab bukan suatu hal yang mudah, melainkan harus melalui perjuangan yang banyak dan mengorbankan waktu, tenaga dan materi.

Pemberdayaan masyarakat bukan berarti membuat masyarakat makin tergantung pada berbagai program pemberian, karena pada dasarnya apa yang dinikmati, harus dihasilkan atas usaha sendiri (yang hasilnya dapat dipertukarkan dengan pihak lain) dengan demikian, tujuan akhirnya adalah memandirikan masyarakat, memampukan, dan membangun kemampuan untuk memajukan diri ke arah kehidupan yang lebih baik secara berkesinambungan. Sama halnya dengan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) yang merupakan bagian dari lembaga masyarakat, maka Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) harus menjalankan fungsinya yaitu memberdayakan masyarakat salah satunya dengan cara merubah pola pikir masyarakat. Mengubah pola pikir masyarakat hendaknya menggunakan komunikasi yang efektif yang sesuai dengan kadar pengetahuan mereka.

KESIMPULAN

Kesadaran masyarakat Rejang Lebong sudah baik dengan memberikan zakat secara langsung ke masjid, panti asuhan, dhuafa dan kepada orang yang mereka kenal dan sukai, tanpa terorganisir dalam lembaga amil zakat. Serta pembayaran zakat juga dipengaruhi oleh salah satu kondisi penghasilan yang bagus atau tidaknya. Pemberian atau sedekah yang diberikan warga masyarakat sebagai rasa syukur atas hasil usaha yang telah diperoleh masyarakat.

Besaran dari pemberian tersebut sebagai ungkapan rasa syukur atas hasil yang melimpah terlihat dari besarnya pemberian yang disumbangkan kepada masjid. Tetapi masih rendahnya pemahaman masyarakat desa dalam pembayaran zakat yang disebabkan rendahnya pendidikan, serta faktor sosial atau kebiasaan. Padahal dalam Al Qur'an dan Hadis zakat sudah ditentukan nishab dan haulnya dalam mengeluarkan zakat. Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong menerapkan strategi komunikasi melalui sosialisasi, ceramah agama, khutbah Jumat, pamflet, dan kerja sama dengan pemerintah daerah. Sosialisasi yang dilakukan Badan Amil Zakat Nasional (BAZNAS) Rejang Lebong telah memberikan pengaruh positif terhadap kesadaran masyarakat tentang zakat. Kendala dalam upaya meningkatkan kesadaran masyarakat berzakat meliputi kurangnya pemahaman tentang zakat, kebiasaan berzakat secara langsung, dan kurangnya kepercayaan terhadap lembaga zakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Abduh, Muhammad. 2009. *Zakat Ditinjau Fiqih dan Teori Ekonomi Makro Modern*. Jakarta: Fath Publishing
- Abidin, Yusup Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi Filosofi, konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia
- Ali, Muhammad Daud. 1988. *Sistem Ekonomi Islam Zakat dan Waqaf*. Jakarta: Universitas Indonesia (UI-Press)
- Arikunto, Suharsimi. 2002. *Prosedur Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arikunto, Suharsini dan Muchtarom. 2009. *Sejarah Pendidikan Islam*. Jakarta: Bumi Aksara
- Arinkunto, Suharsimi. 1998. *Manajemen Penelitian*. Jakarta: Rineka Cipta
- Asnaini. 2008. *Zakat Produktif dalam Perspektif Hukum Islam*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar Offset
- Ayyub, Syehk Hasan. 2004. *Fiqih Ibadah*. Jakarta Timur: Pustaka Al-Kausar
- Bungin, Burhan. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Raja Grafindo Persada
- _____. *Penelitian Kualitatif, Komunikasi, Kebijakan Publik dan Ilmu Sosial*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Cangera, Hafied. 1997. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: PT Grafindo Pustaka
- _____. 2013. *Perencanaan dan Strateg Ikomunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Effendi, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT. Citra Aditya Bakti
- Hadi, Amirudin. 1998. *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Pustaka Setia

- Hafiduddin, Didin. 2002. *Zakat dalam Perekonomian Modern*. Jakarta: Gema Insani
- Hamid, Abdul. 2012. *Fiqih Zakat*. Curup, Rejang Lebong: LP2 STAIN Curup
- Huda, Masrur. 2012. *Syubhat Seputar Zakat*. Malang: PT Tiga Serangkai Pustaka Mandiri
- Husein, Ali. 1993. *Strtegi Pendidikan Islam*. Surabaya: Bina Aksara
- Moloeng, Lexy. 2003. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Muiz, Abdul. 2011. *103 Kesalahan dalam Berzakat Dan Bersedekah*. Jakarta: PT Buku Kita
- Nasution. 2003. *Metode Penelitian Naturalistik Kualitatif*. Bandung: Tarsito
- Oliver, Sendra. 2006. *Strategi Publik Relations*. Jakarta: Erlangga
- Ruslan, Rosadi. 1997. *Kiat dan Strategi Kampanye Publik Relatilations*. Jakarta: PT Grafindo Persada
- Subagyo, Joko. 2006. *Metodelogi Penelitian dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Suprpto, Tommy. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Tangerang: PT Gromedia Pustaka
- Tuwa, Alimudin. 1993. *Pengantar Metode Penelitian*. UI
- Tuwa, Winarno. 1990. *Pengantar Metode Dan Riset*. Bandung: Tarsito
- Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta: PT Rineka Cipta