

**PERSEPSI MAHASISWA PADA FILM "SENJAKALA DI MANADO"
(Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat)**

oleh :

Grety Eunike Sugianto

Elfie Mingkid

Edmon R. Kalesaran

email : eunikegrety@gmail.com

Abstrak

Fungsi informasi pada media massa sering kali dikesampingkan oleh para pembuat film, dimana sering kali informasi yang berkaitan dengan budaya, pendidikan serta lainnya, kurang di tonjolkan dalam alur cerita film tersebut, tentunya hal ini tidak memberikan manfaat bagi masyarakat yang menonton, sering kali fungsi hiburan lebih ditonjolkan dalam sebuah film, dimana sutradara film lebih cenderung memanfaatkan public figure lebih dominan pada alur cerita film. hal seperti ini tentunya perlu di perhatikan agar supaya dengan adanya film dapat memberikan manfaat yang lebih, bukan hanya pada fungsi hiburan saja tetapi harus juga menonjolkan fungsi informasi pada setiap film. Permasalahan dalam Penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa pada film "Senjakala Di Manado, dengan menggunakan responden penelitian yaitu mahasiswa jurusan ilmu komunikasi Fispol Unsrat Manado. Metode penelitian menggunakan metode deskriptif. Hasil penelitian ini adalah (1) Secara keseluruhan film senjakala di Manado belum mendapatkan tanggapan yang begitu baik oleh mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fispol Unsrat Manado, dimana ada beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan lagi berkaitan dengan fungsi film sebagai salah satu media massa yang masih di minati oleh masyarakat luas. (2) Isi pesan dalam film yang menonjolkan fungsi informatif dan fungsi edukasi dari Film Senjakala Di Manado, masih kurang menonjolkan, film tersebut masih kurang memberikan fungsi secara edukasi bagi para penonton, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi, paling dominan fungsi yang ditonjolkan pada film tersebut adalah fungsi hiburan saja. (3) Isi pesan yang disampaikan pada film Senjakala Di Manado, berkaitan dengan pariwisata daerah, masih kurang di tonjolkan dalam film tersebut. Belum mengeksplorasi potensi wisata yang fenomenal yang ada di propinsi Sulawesi Utara. (4) Nilai Budaya orang Manado film senjakala di Manado sering cukup terlihat pada film ini, melalui cara hidup, kebiasaan orang manado dalam keseharian tergambar dalam cerita film ini. (5) Hal-hal yang baik masih kurang di tonjolkan pada film tersebut. Dimana masih ada beberapa adegan yang kurang baik masih di sajikan pada film tersebut, diantaranya adalah kebiasaan pemabuk, dan juga hura-hura, menghamburkan uang serta hubungan gelap. Hal-hal yang tidak baik masih banyak atau sering di tonjolkan pada film tersebut. Antara lain adalah kebiasaan minum alcohol, kemudian kebiasaan hidup hura-hura dan sebagainya. (6) Faktor yang menonjol dan menjadi perhatian penonton dan masyarakat pada film senjakala di Manado ini adalah artis. Yang kebanyakan berdarah Manado, kemudian lagu soundtrack film menjadi daya Tarik tersendiri bagi penonton, Karena di nyanyikan oleh penyanyi berdarah Manado (Once Mekel). Faktor Cerita /Latar belakang film, menjadi daya Tarik paling utama dari film ini.

Kata kunci : Persepsi, Mahasiswa, film,

PENDAHULUAN

Kebutuhan akan informasi merupakan unsur utama dari adanya hubungan antara media massa dan masyarakat modern saat ini. Keterkaitan antara masyarakat dan media tentunya tidak terlepas dari peran dan fungsi media massa tersebut. Dalam masyarakat modern, media massa mempunyai peran yang signifikan sebagai bagian dari kehidupan manusia sehari-hari. Hampir pada setiap aspek kegiatan manusia, baik yang dilakukan secara pribadi maupun bersama-sama selalu mempunyai hubungan dengan aktivitas komunikasi massa. Selain itu, animo individu atau masyarakat yang tinggi terhadap program komunikasi melalui media massa seperti surat kabar, majalah, radio, televisi, film dan internet menjadikan setiap saat individu atau masyarakat tidak terlepas dari terpaan atau menerpa diri terhadap media massa.

Banyak ahli komunikasi yang menyatakan bahwa saat ini kita hidup dalam apa yang dinamakan masyarakat komunikasi massa. Apa yang dimaksud dengan masyarakat komunikasi massa itu? Secara sederhana, masyarakat komunikasi massa adalah satu masyarakat yang kehidupan kesehariannya tidak bisa dilepaskan dari media massa. Masyarakat komunikasi massa, menjual dan membeli barang melalui media massa, mencari informasi mutakhir, mencari bahan untuk pendidikan, mencari hiburan dan bahkan mencari jodoh pun melalui media massa.

Sebagian besar penduduk Indonesia yang hidup di kota besar maupun sampai di pelosok desa sudah masuk ke dalam masyarakat komunikasi massa karena hampir di setiap rumah kita temui televisi, radio, surat kabar, film dan majalah. Media-media tersebut telah menjadi sumber utama bagi masyarakat untuk mencari hiburan dan informasi. Ada juga para pedagang yang memanfaatkan media cetak untuk menawarkan produknya pada calon konsumen. Bahkan, di media cetak, kita juga kerap menemukan ada kolom untuk mencari jodoh.

Singkatnya, pada masyarakat komunikasi massa, banyak kegiatan yang sifatnya publik dan pribadi dilakukan melalui media massa. Kegiatan yang bersifat publik, misalnya kita dapat lihat, dengar atau baca iklan-iklan untuk menawarkan barang dan jasa. Sedangkan yang sifatnya pribadi yang disajikan melalui media massa, misalnya pendengar radio memesan lagu pada stasiun radio untuk dinikmatinya atau dikirim kepada teman-temannya, penyewaan ruang atau kolom pada surat kabar untuk mengumumkan berita pernikahan, kematian dan berita tentang kehilangan salah satu anggota keluarganya.

Media massa sudah menjadi satu institusi sosial yang penting dalam kehidupan kita. Dalam konteks media massa sebagai institusi sosial itu, tentu media massa membentuk dirinya sebagai salah satu organisasi yang hidup di tengah masyarakat.

Salah satu fungsi penting dari media massa tersebut adalah untuk memberikan pemenuhan kebutuhan masyarakat akan informasi dan hiburan, salah satu media yang dapat menjadi akses masyarakat dalam memenuhi kebutuhan akan hiburan tersebut adalah media film. Sebagai media massa, film digunakan sebagai media yang merefleksikan realitas, atau bahkan membentuk realitas. Cerita yang ditayangkan lewat film dapat berbentuk fiksi atau non fiksi. Lewat film, informasi dapat dikonsumsi dengan lebih mendalam karena film adalah media audio visual. Media ini banyak digemari banyak orang karena dapat dijadikan sebagai hiburan dan penyalur hobi.

Fenomena perkembangan film pada masyarakat Indonesia saat ini, tentunya tidak terlepas pada marak hadirnya sarana studio 21, atau bioskop dengan fasilitas modern yang mulai hadir di kota dan kabupaten di seluruh Indonesia. Yang utama dapat kita lihat bersama berkaitan dengan fenomena film yang mulai digandrungi oleh masyarakat, tentunya pada kualitas film, tersebut, baik cerita, pesan sosial yang disampaikan, figure artis, serta kecanggihan pembuatan atau produksi film tersebut.

Fungsi informasi pada media massa sering kali dikesampingkan oleh para pembuat film, dimana sering kali informasi yang berkaitan dengan budaya, pendidikan serta lainnya, kurang di tonjolkan dalam alur cerita film tersebut, tentunya hal ini tidak memberikan manfaat bagi masyarakat yang menonton, sering kali fungsi hiburan lebih ditonjolkan dalam sebuah film, dimana sutradara film lebih cenderung memanfaatkan public figure lebih dominan pada alur cerita film. hal seperti ini tentunya perlu di perhatikan agar supaya dengan adanya film dapat memberikan manfaat yang lebih, bukan hanya pada fungsi hiburan saja tetapi harus juga menonjolkan fungsi informasi pada setiap film.

Masyarakat Kota Manado merupakan salah satu kota yang tidak terlepas dari fenomena perkembangan film tersebut, baik dari film nasional dan barat. Khususnya film Indonesia, yang sudah kembali bangkit dari keterpurukan beberapa saat lalu. masyarakat kota Manado sudah mulai melirik film-film dengan latar belakang produksi, latar belakang cerita dan artis asal Indonesia. Hal tersebut tentunya tidak terlepas dari beberapa film yang mendapat tempat di hati masyarakat dengan kualitas yang baik, antara lain, film ada apa dengan cinta 2, warkop reborn dan lain-lain.

Akhir tahun 2016 masyarakat Manado disuguhkan dengan hadirnya film yang berlatar belakang cerita dan produksinya di Kota Tinutuan, kota Manado, dengan judul "Senjakala Di Manado". Adanya film tersebut tentunya memberikan nilai positif bagi perkembangan kota Manado dari unsur pariwisata, karena dengan adanya film dengan latar belakang daerah manado tersebut, masyarakat luar tentunya mulai lebih mengenal kota Manado tersebut, baik dari unsur budaya, Bahasa, serta potensi daerah tersebut.

Film yang baik tentunya akan mendapatkan respon yang baik juga dari penonton atau masyarakat yang menonton film tersebut, sebaliknya film yang memberikan pesan yang kurang baik akan memberikan respon yang kurang baik juga pada film tersebut. dari sekilas cerita yang ada pada film senjakala Di Manado, ada beberapa pesan sosial yang dapat di persepsikan masyarakat menjadi negatif, berdasarkan adegan atau cerita yang ada di film tersebut, salah satunya adalah kebiasaan orang Manado yang suka minum atau mabuk yang di tonjolkan pada karakter salah satu pemeran film Senjakala di Manado tersebut. selain itu juga, yang menjadi permasalahan lain, pada film tersebut adalah penggunaan Bahasa atau dialeg Manado, yang belum terlalu dikenal atau diketahui oleh masyarakat Indonesia dan dunia.

Permasalahan tersebut tentunya juga mendapat perhatian dari para pencinta film khususnya mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Universitas Sam Ratulangi Manado, yang juga sempat menonton film "Senjakala Di Manado" tersebut, dari observasi peneliti, mendapatkan berbagai macam alasan dari mahasiswa yang menonton film tersebut, diantaranya adalah tanggapan yang bersifat positif, namun ada juga yang memberikan tanggapan yang negatif. Misalnya berkaitan dengan Bahasa

yang digunakan, lokasi, dan juga pemeran/karakter pemain film tersebut. Beberapa hal yang dapat menjadi permasalahan dari film *Senjakala Di Manado* tersebut, menjadi dasar oleh peneliti, yang tentunya dapat di lanjutkan melalui tahapan penelitian dengan kajian ilmu komunikasi, dimana apabila pesan atau informasi yang disampaikan melalui film tidak baik tentunya akan mempengaruhi tujuan dari film tersebut, atau pesan sosial dari film tersebut kepada masyarakat bias tidak sampai, atau tidak dimengerti oleh masyarakat yang menonton. Yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana persepsi mahasiswa pada film "*Senjakala Di Manado*"

Konsep Komunikasi

Kata Komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama", *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Mulyana, 2013 : 46).

Berikut pendapat Rogers dalam (Mulyana, 2003:62) mengenai komunikasi yakni "Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka". Kemudian pendapat Miller dalam (Mulyana, 2003:62) mengenai komunikasi "komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima.

Selanjutnya pengertian komunikasi dari Rogers didukung dengan pengertian komunikasi yang dikemukakan oleh Book dalam (Cangara, 1998:19) adalah sebagai berikut : Komunikasi adalah suatu transaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengatur lingkungannya dengan ; 1) membangun hubungan-hubungan antar sesama manusia. 2) melalui pertukaran informasi. 3) untuk menguatkan sikap dan tingkah laku orang lain. 4) serta berusaha mengubah sikap dan tingkah laku.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *coomunicatioo*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna. Atau *communicatus* yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama.

Menurut Onong Uchyna dalam Tahrin (2016:11) pengertian komunikasi di atas sifatnya dasariah, dalam arti bahwa komunikasi itu minimal harus mengandung kesamaan makna antara dua pihak yang terlibat. Dikatakan minimal karena kegiatan komunikasi itu tidak hanya informatif, yakni agar orang lain mengerti dan tahu, tetapi juga persuasif yaitu agar orang lain bersedia menerima suatu paham atau keyakinan melakukan sesuatu perbuatan atau kegiatan dan lain-lain.

Sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi sebagai ilmu pengetahuan yang bersifat multidisipliner, definisi-definisi yang di berikan para ahli semakin banyak dan beragam. Masing-masing punya penekanan arti, cakupan dan konteksnya yang berbeda satu salam lainnya. Menurut Hovlan, Jannis dan Kelley yang di kutip dalam (Tahrin 2016:12) Komunikasi adalah suatu proses melalui mana seseorang

(Komunikator) menyampaikan stimulus (biasanya dalam bentuk kata-kata) dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya (khalayak).

Menurut Louis Forsdale pada tahun 1981, ahli komunikasi dan pendidikan, "communication is the process by which a system is established, maintained and altered by means of shared signals that operate according to rules". Komunikasi adalah suatu proses memberikan signal menurut aturan tertentu, sehingga dengan cara ini suatu system dapat didirikan, dipelihara dan diubah. Pada definisi ini komunikasi juga dipandang sebagai suatu proses. Kata signal maksudnya adalah signal yang berupa verbal dan nonverbal yang mempunyai aturan tertentu. Selanjutnya Forsdale mengatakan, bahwa pemberian signal dalam komunikasi dapat dilakukan dengan maksud tertentu atau dengan tidak disadari dan dapat juga terjadinya disadari.

Dalam definisi dari Hovland, Janis dan Kelley menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang terjadi antara satu orang dengan orang-orang lainnya. Juga menekankan bahwa kegiatan komunikasi yang dilakukan tersebut mempunyai tujuan yakni mengubah atau membentuk perilaku orang lain yang menjadi sasaran komunikasi (mempengaruhi). Kalau kita bandingkan dengan definisi pertama, definisi Forsdale ini kelihatannya lebih umum dari definisi pertama yang mengatakan komunikasi hanya terjadi dengan penuh kesadaran sedangkan pada Forsdale dapat dalam kondisi sadar dan tidak sadar. Dengan adanya aturan ini menjadikan orang yang menerima signal yang telah mengetahui aturannya akan dapat memahami maksud dari signal yang diterimanya. Misalnya setiap bahasa mempunyai aturan tertentu baik bahasa lisan, bahasa tulisan maupun bahasa isyarat. Bila orang yang mengirim signal menggunakan bahasa yang sama dengan orang yang menerima, maka si penerima akan dapat memahami maksud dari signal tersebut, tetapi kalau tidak mungkin dia tidak dapat memahami maksudnya.

Komunikasi Massa

Pada hakekatnya komunikasi massa adalah komunikasi yang menggunakan media massa sebagai saluran pesan komunikasinya. Komunikasi massa menyiarkan informasi, gagasan dan sikap kepada komunikan yang beragam dalam jumlah yang banyak dengan menggunakan media. Yang dimaksud dengan komunikasi massa (mass communication) disini adalah komunikasi melalui media massa modern, yang meliputi surat kabar yang mempunyai sirkulasi yang luas, siaran radio dan televisi yang ditujukan kepada umum dan film yang diperuntukan di gedung-gedung bioskop.

Menurut pendapat Onong U. Effendi (1984;13-14) terdapat perbedaan antara para ahli mengenai komunikasi massa tersebut : para ahli psikologi berpendapat komunikasi massa adalah berpidato dihadapan sejumlah orang banyak disebuah lapangan. Maksudnya menunjukkan perilaku massa (mass behavior), itu dapat dikatakan komunikasi massa. Dan karena sama-sama merasa terpicat oleh pidato seorang orator, maka menjadi massa. Karena yang dilakukan oleh orator secara tatap muka seperti itu adalah massa membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa misalnya surat kabar, majalah, radio dan film , dengan pengertian lain melalui media massa.

Selanjutnya istilah mass communications (pakai "s") diartikan sama dengan mass media atau media massa dalam bahasa Indonesia, sedangkan yang dimaksudkan

dengan mass communication (tanpa"s") adalah proses komunikasi melalui media massa (Onong U. Effendy, 1984 ; 14).

Menurut Onong U. Effendy (1986:76) komunikasi massa adalah : "Komunikasi massa ialah penyebaran pesan dengan menggunakan media massa yang abstrak, yakni; sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan. Pembaca surat kabar, penengar radio, penonton televisi dan film tidak tampak oleh si komunikator, dengan demikian maka jelaslah bahwa komunikasi massa atau komunikasi melalui media massa sifatnya satu arah. Begitu pesan disebarkan melalui komunikator, tidak diketahui apakah pesan itu diterima, dimengerti atau dilakukan oleh komunikan. Wartawan surat kabar, penyiar radio, penyiar televisi atau sutradara film tidak mengetahui nasib pesan yang disampaikan pada khalayak."

Jalaluddin Rakhmad (1989;214) mengemukakan bahwa komunikasi massa adalah sebagai berikut : "Komunikasi massa diartikan sebagai ejnis komunikasi yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, anonym, melalui media cetak atau elektornik, Sehingga pesan yang sama dapta diterima secara serentak"

Apabila diperhatikan pendapat inia adalah menitik beratkan pada ciri-ciri komunikasi massa yang ditujukan pada sejumlah orang yang banyak, serentak dan heterogen. Pada bagian lain Jalaluddin Rakhmad, (1989 : 213-214) telah mengumpulkan beberapa definisi mengenai komunikasi dari pendapat para ahli komunikasi massa sebagi berikut :

- a) Komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa, melalui sejumlah besar orang. (Bitner).
- b) Komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus yang continue serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industry. (Gerbner)
- c) Komunikasi massa kita artikan setiap bentuk komunikasi yang menyampaikan pesan komunikasi secara terbuka melalui media penyebaran teknik, secara tidak langsung dan satu arah pada public yang tersebar. (Maletzke)
- d) Komunikasi massa dibedakan dari jenis komunikasi lainnya dengan suatu kenyataan bahwa komunikasi massa dialamatkan kepada sejumlah populasi dari kelompok, dan bukan hanya satu atau beberapa individu atau sebagian khusus populasi. Komunikasi massa juga menyampaikan pesan komunikasi agar supaya komunikasi itu dapat mencapai pada saat yang sama pada semua orang yang mewakili berbagai lapisan masyarakat. (Freidsow)
- e) Bentuk komunikasi dapat dibedakan dari corak-corak yang lama karena memiliki karakteristik utama sebagai berikut : diarahkan pada khalayak yang relatif lebih besar; heterogen, anonym, pesan disampaikan secara terbuka, sering kali dapat mencapai kebanyakan khalayak secara serentak, bersifat sekilas, komunikator cenderung berada atau bergerak dala organisasi yang kompleks, melibatkan biaya besar. (Wright).

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia membutuhkan sebuah media untuk saling bertukar informasi. Cara ini dikenal dengan istilah komunikasi. Melalui komunikasi, seseorang dapat menyampaikan sebuah berita, saling bertukar informasi, mengajukan sebuah gagasan atau ide, maupun bersosialisasi dengan orang lain.

Komunikasi dapat terjadi antara satu orang dengan orang lain, komunikasi antara dua orang atau lebih, seseorang kepada sebuah organisasi atau komunitas, bahkan komunikasi yang ditujukan langsung kepada masyarakat luas. Jenis-jenis komunikasi pun amat beragam. Komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka, namun saat ini sudah dapat dilakukan melalui media digital atau online. Komunikasi dapat dilakukan melalui perantara kata-kata dan kalimat, lambang, tanda, maupun tingkah laku. Komunikasi ini sendiri pun dapat dituangkan dalam berbagai bentuk media, seperti kata-kata, gambar, angka, tulisan, dan bahkan video.

Sebuah informasi dapat secara cepat tersampaikan kepada masyarakat luas melalui sebuah media yang disebut sebagai media massa. Media massa adalah sebuah channel atau tempat yang digunakan sebagai sarana dalam proses komunikasi massa. Jenis media massa pun bermacam-macam, yang pertama adalah media massa cetak (printed media) yaitu surat kabar, koran, majalah, tabloid, dan lain sebagainya. Kemudian yang kedua adalah jenis media massa elektronik (elektronik media) yaitu seperti radio, televisi, dan film. Serta yang ketiga adalah media online (digital media) yaitu melalui program atau channel-channel seperti blog, website, maupun aplikasi-aplikasi jejaring sosial lainnya. Keuntungan penyebaran informasi melalui media massa adalah keunggulannya dalam penyampaian informasi yang sama kepada khalayak ramai dalam waktu relatif serentak.

Komunikasi massa (mass communication) juga bisa disebut sebagai komunikasi media massa (mass media communication). Maka dari itu, komunikasi massa jelas berarti sebuah cara berkomunikasi atau penyampaian informasi yang dilakukan melalui media massa (communicating with media). Ciri khas dari komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang ditujukan kepada orang banyak atau masyarakat luas melalui perantara media massa. Jika mendengar kata massa, maka kita dapat mengartikan dengan hal yang berkaitan dengan kata jamak, massive, serta dalam jumlah yang sangat banyak. Defisini komunikasi massa yang paling umum adalah cara penyampaian pesan yang sama, kepada sejumlah besar orang, dan dalam waktu yang serempak melalui media massa. Komunikasi massa dapat dilakukan melalui keseluruhan media massa yang ada, yaitu media cetak, media elektronik, serta media online. Tidak ada batasan media dalam penggunaan komunikasi massa ini.

Sebuah pesan yang disampaikan kepada satu orang, akan memiliki dampak yang berbeda apabila pesan tersebut disampaikan langsung kepada banyak orang di waktu yang bersamaan. Selain manfaat waktu dan tenaga, komunikasi massa memiliki dampak positif keuntungan yang cukup besar lainnya. Komunikasi massa bahkan mampu menggerakkan sebuah massa atau sejumlah besar orang dan komunitas untuk melakukan suatu hal yang diharapkan melalui sebuah pesan. Komunikasi massa adalah jenis kekuatan sosial yang mampu mengarahkan masyarakat dan organisasi media untuk mencapai sebuah tujuan yang telah ditetapkan, seperti contohnya adalah tujuan sosial.

Komunikasi massa mampu menyebarkan pesan secara publik secara hampir bersamaan bahkan hanya dalam satu kali penyampaian informasi. Komunikasi massa ini disampaikan secara terbuka kepada masyarakat heterogen yang jangkauannya relatif lebih besar. Komunikasi massa berperan sebagai cara yang efektif untuk

menyampaikan informasi antara pihak yang ingin menyampaikan informasi, dengan pihak yang ingin diberikan informasi. Baik komunikasi bagi perorangan atau individu, komunikasi kelompok, maupun fungsi utamanya sebagai komunikasi bagi masyarakat luas.

Karakteristik Komunikasi Massa

Komunikasi massa memiliki beberapa karakteristik. Ciri-ciri komunikasi massa ini dapat dibagi kedalam 4 tanda pokok komunikasi massa. Keempat tanda pokok karakteristik komunikasi massa ini disampaikan oleh seorang ahli yaitu Suprpto. Ciri-ciri menurut Suprpto, 2006 : 13 tentang keempat tanda pokok tersebut adalah sebagai berikut :

1. Komunikasi massa memiliki sifat komunikan

Hal ini karena sasaran komunikasi massa adalah masyarakat yang relatif besar serta memiliki sifat yang heterogen dan anonim. Masyarakat ini tidak dapat diukur berapa banyak jumlahnya, bagaimana latar belakang pendidikan, usia, agama, suku, jenis pekerjaan, dan lain sebagainya. Hal yang dapat menjadikan semua perbedaan ini melebur adalah kesamaan minat dan kepentingan yang sama.

2. Komunikasi massa memiliki sifat cepat dan serentak

Penyampaian pesan secara serempak ini dilakukan secara bersamaan oleh komunikator kepada komunikan yang memiliki jumlah yang besar. Jika disampaikan secara serentak, maka perhatian komunikan akan berfokus pada pesan yang disampaikan oleh komunikator. Sifat penyampaian pesan yang cepat akan memungkinkan pesan tersebut dapat tersampaikan dalam waktu yang relatif singkat.

3. Komunikasi massa memiliki sifat publik

Sudah jelas bahwa pesan yang ingin disampaikan tersebut ditujukan kepada masyarakat luas, bukan kepada golongan tertentu saja. Sehingga isi pesan yang disampaikan harus lebih umum. Karena mencakup lingkungan yang umum dan universal.

4. Komunikator yang terkoordinir

Karena media massa merupakan sebuah lembaga organisasi, maka komunikasi massa pasti memiliki komunikator yang telah terorganisasi dengan baik dan profesional seperti jurnalis, sutradara, penyiar atau pembawa acara, dan lain sebagainya. Pesan yang akan disampaikan tersebut merupakan hasil kerjasama tim, sehingga keberhasilan sebuah komunikasi massa juga tergantung berdasarkan berbagai faktor di dalam organisasi media massa tersebut.

Selain keempat tanda pokok tersebut, komunikasi massa memiliki karakteristik komunikasi massa konsep klasik. Konsep-konsep tersebut diantaranya adalah ditujukan kepada masyarakat luas, yang heterogen, tersebar, serta tidak terbatas pada batas geografis dan kultural. Karakteristik konsep klasik lainnya adalah bersifat umum, cara penyampaian pesan yang cepat dan menjangkau banyak orang dalam waktu yang singkat, penyampaian pesan bersifat satu arah, kegiatan komunikasi dilakukan dengan secara terencana dan terkonsep, komunikasi dilakukan secara periodik atau berkala, serta pesan yang disampaikan melingkupi seluruh aspek sosial, ekonomi, politik, dan budaya.

Media Massa

Definisi komunikasi massa yang paling sederhana dikemukakan oleh Bittner (Ardianto, 2014: 3), yakni: komunikasi massa adalah pesan yang dikomunikasikan melalui media massa pada sejumlah besar orang. Media komunikasi yang termasuk media massa adalah: radio siaran dan televisi yang keduanya dikenal sebagai media elektronik, ada juga surat kabar dan majalah yang keduanya dikenal sebagai media cetak, serta film. Film sebagai media komunikasi massa adalah film bioskop.

Definisi komunikasi massa yang lebih terperinci dikemukakan oleh ahli komunikasi lain, yaitu Gerbner. Menurut Gerbner (1967) komunikasi massa adalah produksi dan distribusi yang berlandaskan teknologi dan lembaga dari arus pesan yang kontinyu serta paling luas dimiliki orang dalam masyarakat industri (Ardianto, 2007: 3).

Film

Pengertian Film adalah - merupakan media elektronik paling tua daripada media lainnya, apalagi film telah berhasil mempertunjukkan gambar-gambar hidup yang seolah-olah memindahkan realitas ke atas layar besar. Keberadaan film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang benar – benar disukai bahkan sampai sekarang. Lebih dari 70 tahun terakhir ini film telah memasuki kehidupan umat manusia yang sangat luas lagi beraneka ragam. (liliweri, 1991 : 153)
Definisi Film Menurut Para Ahli

Menurut Effendi (1986 ; 239) film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai teknologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik.

Menurut Effendi (2000 : 207) mengemukakan bahwa teknik perfilman, baik peralatannya maupun pengaturannya telah berhasil menampilkan gambar – gambar yang semakin mendekati kenyataan. Dalam suasana gelap dalam bioskop, penonton menyaksikan suatu cerita yang seolah-olah benar – benar terjadi dihadapannya.

Film adalah fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Sehingga film merupakan produksi yang multi dimensional dan kompleks. Kehadiran film di tengah kehidupan manusia dewasa ini semakin penting dan setara dengan media lain. Keberadaannya praktis, hampir dapat disamakan dengan kebutuhan akan sandang pangan. Dapat dikatakan hampir tidak ada kehidupan sehari – hari manusia berbudaya maju yang tidak tersentuh dengan media ini.

Gagasan untuk menciptakan film adalah dari para seniman pelukis. Dengan ditemukannya cinematography telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar - gambar yang mereka lukis. Dan lukisan – lukisan itu bias menimbulkan hal yang lucu dan menarik, karena dapat disuruh memegang peran apa saja , yang tidak mungkin diperankan oleh manusia. Si tokoh dalam film kartun dapat dibuat menjadi ajaib, menghilang menjadi besar atau menjadi kecil secara tiba – tiba. (Effendi, 2000 : 211 – 216)

Sifat Film

Tumbuh dan berkembangnya film sangat bergantung pada teknologi dan paduan unsur seni sehingga menghasilkan film yang berkualitas (McQuail,1997:110). Berdasarkan sifatnya film dapat dibagi atas :

1. Film cerita (Story film)

Film yang mengandung suatu cerita, yang lazim dipertunjukan di gedung – gedung bioskop yang dimainkan oleh para bintang sinetron yang tenar. Film jenis ini didistribusikan sebagai barang dagangan dan diperuntukan untuk semua publik.

2. Film berita (News film)

Adalah film mengenai fakta, peristiwa yang benar – benar terjadi, karena sifatnya berita maka film yang disajikan pada publik harus mengandung nilai berita (Newsvalue).

3. Film dokumenter

Film documenter pertama kali diciptakan oleh John Giersonyang mendefinisikan bahwa film dokumenter adalah “Karya cipta mengarah kenyataan (Creative treatment of actuality) yang merupakan kenyataan – kenyataan yang menginterpretasikan kenyataan. Titik fokus dari film dokumenter adalah fakta atau peristiwa yang terjadi, bedanya dengan film berita adalah film berita harus mengenai sesuatu yang mempunyai nilai berita atau newsvalue.

4. Film cartoon

Walt Disney adalah perusahaan kartun yang banyak menghasil berbagai macam film karton yang terkenal samapai saat ini. Timbulnya gagasan membuat film kartun adalah dari seniman pelukis. Serta ditemukannya cinematografi telah menimbulkan gagasan untuk menghidupkan gambar – gamabar yang mereka lukis dan lukisan itu menimbulkan hal – hal yang bersifat lucu.

Pengertian Film art adalah seni rupa media paling lengkap, aliran seni yang selama berpuluh-puluh tahun diacuhkan oleh ilmu kesenian dan bahkan sulit bagi para pakar untuk membuat batasannya ini mampu mengkonseptualisasikan berbagai macam bentuk seni; tari, teather, drama, musik, gerak, menjadi satu bentuk paling maju. Dalam menyampaikan pesan, film adalah media paling komunikatif, walau karena teknologinya masih dikuasi oleh segelintir tuan-tuan modal maka tentu saja mahal.

Pada penelitian ini sifat film “senjakala di Manado” lebih kepada kategori film story, dimana film tersebut memiliki cerita yang berjalan dari awal sampai akhir film tersebut. cerita film tersebut diatur dalam berbagai karakter peran yang dimainkan oleh para pemain film atau artis pendukung film tersebut.

Konsep Persepsi

Persepsi menurut jalaluddin Rahkamat (1989 ; 51) adalah persepsi merupakan pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan penafsiran pesan.

Persepsi merupakan pandangan, penilaian dan tanggapan terhadap sesautu. Lebih lanjut dikatakan bahw persepsi adalah suatu prses aktif dimana yang memegang peranan bukan hanya lingkungan atau objek tetapi juga manusi itu sendiri terhadap objek tersebut.

Secara Etimologis persepsi berasal dari bahasa Inggris "perception" yang berarti pengamatan. Secara umum persepsi merupakan pandangan, penilaian dan tanggapan terhadap sesuatu.

Persepsi adalah cara pandang atau penilaian dari individu terhadap suatu fokus yang ada, atau lebih jelasnya yaitu pemahaman terhadap sesuatu atau penghayatan langsung oleh seseorang pribadi atau proses yang menghasilkan penghayatan langsung tersebut.

Teori Uses Dan Gratifications

Salah satu dari teori komunikasi massa yang populer dan sering digunakan sebagai landasan teori dalam mengkaji realitas komunikasi massa adalah uses and gratifications. Pendekatan uses and gratifications menekankan riset komunikasi massa pada konsumen pesan atau komunikasi dan tidak begitu memperhatikan mengenai pesannya.

Uses and gratifications untuk pertama kalinya diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz pada tahun 1974 dalam buku "The Uses Of Mass Communications: Current Perspectives On Gratifications Research". Penelitian diarahkan kepada jawaban pertanyaan "apa yang dilakukan media untuk khalayak. (what do the media do to people). (Edie Santoso; Mite Setiansah 2010 :106).

Berkaitan dengan permasalahan penelitian ini, yaitu mengenai persepsi mahasiswa pada film senjakala di Manado, tentunya sangat tepat teori uses dan gratifications menjadi dasar acuan dalam penelitian ini. Dimana kita tahu bersama teori uses dan gratification, lebih menekankan pada manfaat dan kegunaan media kepada khalayak, berbeda dengan teori media massa lainnya, yang lebih cenderung mendikte khalayak untuk mengikuti terpaan media tersebut. teori uses dan gratification jika dihubungkan dengan penelitian ini, hubungannya adalah pada pemilihan media film oleh masyarakat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi hiburan dalam bentuk film.

METODE PENELITIAN

Metode deskriptif adalah bertujuan untuk memaparkan situasi dan peristiwa. Metode deskriptif adalah yaitu mencari atau meneliti hubungan antara variabel-variabel. Pada umumnya tujuan utama penelitian deskriptif adalah untuk menggambarkan secara sistematis fakta dan karakteristik objek dan subjek yang diteliti secara tepat. Dalam perkembangannya, akhir-akhir ini metode penelitian deskriptif banyak digunakan oleh peneliti karena dua alasan. Pertama, dari pengamatan empiris didapat bahwa sebagian besar laporan penelitian dilakukan dalam bentuk deskriptif. Kedua, metode deskriptif sangat berguna untuk mendapatkan variasi permasalahan yang berkaitan dengan bidang pendidikan maupun tingkah laku manusia.

Tujuan penelitian deskriptif adalah untuk membuat dekripsi, gambaran, atau lukisan secara sistematis, factual dan akurat serta fakta-fakta, sifat-sifat serta hubungan antara fenomena yang diselidiki. (Jalaluddin Rakhmat 2004 : 24-25).

Penelitian deskriptif mempelajari masalah-masalah dalam masyarakat, serta tata cara dalam masyarakat dan situasi tertentu termasuk hubungan, kegiatan, sikap, pandangan serta proses-proses yang sedang berlangsung dan pengaruh dari suatu fenomena.

Variabel Penelitian dan Definisi Operasional

Variabel dalam penelitian ini adalah variable tunggal yaitu persepsi mahasiswa pada film "Senjakala Di Manado", sebagai definisi operasional dalam penelitian ini adalah akan mengukur persepsi atau tanggapan mahasiswa pada film "Senjakala Di Manado" dari manfaat positif dan negatif isi pesan film tersebut. indikator yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Isi Pesan dalam Film Senjakala Di Manado
 - Menonjolkan fungsi informatif
 - Menonjolkan fungsi edukasi
 - Menonjolkan potensi pariwisata daerah
 - Menonjolkan budaya
 - Menonjolkan hal-hal yang baik
 - Menonjolkan hal-hal yang tidak baik
- Faktor yang menjadi perhatian dari film tersebut
 - Artisnya/ figure
 - Lagu/Soundtrack Film
 - Cerita /Latar belakang film

Populasi dan Sampel Penelitian

Menurut Sugiyono (2004:115), populasi adalah wilayah generalisasi terdiri atas objek/subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu. Ditetapkan oleh penelitian untuk dipelajari dan kemudian di tarik kesimpulan. Menurut Sugiyono (2004:116), sampel adalah sebagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut.

Penelitian ini menggunakan mahasiswa jurusan ilmu komunikasi yang pernah menonton film senjakala di Manado sebagai populasi penelitian yaitu berjumlah 35 orang. penetapan sampel dalam penelitian ini, adalah mengambil keseluruhan jumlah populasi, dikarenakan jumlah populasi tidak lebih dari 100 orang, maka keseluruhan populasi dijadikan sampel penelitian, yaitu 35 responden

Teknik Pengumpulan data

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah mendapatkan data primer melalui quisioner yang di bagikan kepada responden, sementara untuk data sekunder peneliti melakukan pengambilan data pada institusi yang berkaitan dengan dengan penelitian ini.

Teknik Analisis Data

Teknik analisi data digunakan dengan tujuan untuk mendapatkan hasil penelitian yang baik. Untuk mendukung penelitian ini, peneliti menggunakan teknik analisis deskriptif.

Teknik analisis data adalah alat untuk mengolah data yang ditemukan dilapangan melalui wawancara, menjalankan Quisioner, angket. Dimana data yang sudah ada di oleh dan diklasifikasikan dengan menggunakan table frekuensi dan prosentase setelah itu di gambarkan dan dideskripsikan dalam bentuk kalimat, dan untuk hasil wawancara digunakan untuk menjelaskan hasil penelitian yang diperoleh dengan kuisisioner dan angket.

Rumus frekuensi dan Prosentase adalah :

$$P = \frac{F}{N} \times 100$$

Dimana :

P = Presentase

F = Frekuensi

N = Jumlah Sampel

Dari hasil penelitian ini maka akan dibuat dalam tabel frekuensi dan akan dihitung kedalam bentuk presentase, sehingga didapatkan hasil dari setiap kategori yang diteliti. Dan pada akhirnya hasil tersebut dideskripsikan kedalam bentuk kalimat yang merupakan kesimpulan dari penelitian ini.

PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

Film adalah - merupakan media elektronik paling tua daripada media lainnya, apalagi film telah berhasil mempertunjukkan gambar-gambar hidup yang seolah- olah memindahkan realitas ke atas layar besar. Keberadaan film telah diciptakan sebagai salah satu media komunikasi massa yang benar – benar disukai bahkan sampai sekarang. Lebih dari 70 tahun terakhir ini film telah memasuki kehidupan umat manusia yang sangat luas lagi beraneka ragam. (Ililiweri, 1991 : 153).

Film Senjakala Di Manado, masih kurang menonjolkan fungsi informatif, dimana berdasarkan penelitian ini, peneliti mendapatkan beberapa alasan diantaranya adalah film Senjakala Di Manado belum terlalu banyak memberikan informasi tentang potensi daerah Sulawesi Utara, dikarenakan film tersebut hanya mengambil latar belakang beberapa tempat saja di propinsi Sulawesi Utara pada beberapa latar belakan adegan shoting film tersebut.

Film adalah suatu media komunikasi massa yang sangat penting untuk mengkomunikasikan tentang suatu realita yang terjadi dalam kehidupan sehari – hari, Film memiliki realitas yang kuat salah satunya menceritakan tentang realitas masyarakat. Film merupakan gambar yang bergerak (Muving Picture). Menurut Effendi 1986 ; 239) film diartikan sebagai hasil budaya dan alat ekspresi kesenian. Film sebagai komunikasi massa merupakan gabungan dari berbagai tekhnologi seperti fotografi dan rekaman suara, kesenian baik seni rupa dan seni teater sastra dan arsitektur serta seni musik.

Effendy (2000 : 207) mengemukakan bahwa teknik perfilman, baik peralatannya maupun pengaturannya telah berhasil menampilkan gambar – gambar

yang semakin mendekati kenyataan. Dalam suasana gelap dalam bioskop, penonton menyaksikan suatu cerita yang seolah-olah benar – benar terjadi dihadapannya.

Film adalah fenomena sosial, psikologi, dan estetika yang kompleks yang merupakan dokumen yang terdiri dari cerita dan gambar yang diiringi kata-kata dan musik. Sehingga film merupakan produksi yang multi dimensional dan kompleks. Kehadiran film di tengah kehidupan manusia dewasa ini semakin penting dan setara dengan media lain. Keberadaannya praktis, hampir dapat disamakan dengan kebutuhan akan sandang pangan. Dapat dikatakan hampir tidak ada kehidupan sehari – hari manusia berbudaya maju yang tidak tersentuh dengan media ini.

Gagasan untuk menciptakan film adalah dari para seniman pelukis. Dengan ditemukannya cinematography telah menimbulkan gagasan kepada mereka untuk menghidupkan gambar - gambar yang mereka lukis. Dan lukisan – lukisanitu bias menimbulkan hal yang lucu dan menarik, karena dapat disuruh memegang peran apa saja , yang tidak mungkin diperankan oleh manusia. Si tokoh dalam film kartun dapat dibuat menjadi ajaib, menghilang menjadi besar atau menjadi kecil secara tiba – tiba. (Effendy, 2000 : 211 – 216)

Melalui penelitian ini dengan judul PERSEPSI MAHASISWA PADA FILM “SENJAKALA DI MANADO” (Studi Pada Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Fispol Unsrat) mendapatkan hasil penelitian yang cukup menarik untuk diketahui bahwa Film Senjakala Dimana menonjolkan fungsi edukasi dapat disimpulkan bahwa film tersebut masih kurang memberikan fungsi secara edukasi bagi para penonton, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi, hal ini dikarenakan, fungsi yang paling banyak ditonjolkan adalah fungsi hiburan saja.

Film senjakala di Manado lebih menonjolkan fungsi hiburan, Hal ini dikarenakan cerita, latar belakan serta pemeran film tersebut sangat menghibur penonton. Kemudian isi pesan yang disampaikan pada film Senjakala Dimanado, yang menonjolkan pariwisata daerah, masih kurang di tonjolkan Karenadalam beberapa kesempatan film tersebut hanya mengeksplorasi beberapa tempat pariwisata saja. Seharunya perlu menonjolkan tempat pariwisata lainnya.

Isi pesan dari film senjakala di Manado sering menonjolkan nilai budaya orang Sulawesi Utara, melalui cara hidup, kebiasaan orang manado yang diperankan oleh pemeran film tersebut

Hal-hal yang baik masih kurang di tonjolkan pada film tersebut. Dimana masih ada beberapa adegan yang kurang baik masih di sajikan pada film tersebut, diantaranya adalah kebiasaan pemabuk, dan juga hura-hura, menghamburkan uang serta hubungan gelap.

Hal-hal yang tidak baik masih banyak atau sering di tonjolkan pada film tersebut. Antara lain adalah kebiasaan minum alkohol, kemudian kebiasaan hidup hura-hura dan sebagainya.

Faktor artis menjadi perhatian utama orang untung menonton film senjakala di Manado tersebut khususnya pada figure artis-artis yang memiliki latar belakang orang Manado, menjai daya Tarik utama pada film senjakala di Manado tersebut.

Faktor Lagu/Soundtrack Film, apakah menjadi perhatian penonton pada film senjakala di Manado, dapat disimpulkan cukup berpengaruh, dikarenakan yang menjadi soundtrack adalah lagi dengan latar belakang orang Manado.

Faktor Cerita /Latar belakang film, menjadi daya Tarik paling utama dari film ini, Karena dengan konsep film story, memberikan cerita film yang cukup mengharukan serta membawa pesan social bagi kehidupan manusia.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil pembahasan penelitian pada bab sebelumnya, dapat di ambil kesimpulan penelitian ini adalah :

1. Secara keseluruhan film senjakala di Manado belum mendapatkan tanggapan yang begitu baik oleh mahasiswa jurusan ilmu komunikasi fispol Unsrat Manado, dimana ada beberapa hal yang masih perlu ditingkatkan lagi berkaitan dengan fungsi film sebagai salah satu media massa yang masih di minati oleh masyarakat luas
2. Isi pesan dalam film yang menonjolkan fungsi informatif dan fungsi edukasi dari Film Senjakala Di Manado, masih kurang menonjolkan, film tersebut masih kurang memberikan fungsi secara edukasi bagi para penonton, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi, paling dominan fungsi yang ditonjolkan pada film tersebut adalah fungsi hiburan saja.
3. Isi pesan yang disampaikan pada film Senjakala Di Manado, berkaitan dengan pariwisata daerah, masih kurang di tonjolkan dalam film tersebut. Belum mengeksplorasi potensi wisata yang fenomenal yang ada di propinsi Sulawesi Utara.
4. Nilai Budaya orang Manado film senjakala di Manado sering cukup terlihat pada film ini, melalui cara hidup, kebiasaan orang manado dalam keseharian tergambar dalam cerita film ini.
5. Hal-hal yang baik masih kurang di tonjolkan pada film tersebut. Dimana masih ada beberapa adegan yang kurang baik masih di sajikan pada film tersebut, diantaranya adalah kebiasaan pemabuk, dan juga hura-hura, menghamburkan uang serta hubungan gelap. Hal-hal yang tidak baik masih banyak atau sering di tonjolkan pada film tersebut. Antara lain adalah kebiasaan minum alcohol, kemudian kebiasaaan hidup hura-hura dan sebagainya.
6. Faktor yang menonjol dan menjadi perhatian penonton dan masyarakat pada film senjakala di Manado ini adalah artis. Yang kebanyakan berdarah Manado, kemudian lagu soundtrack film menjadi daya Tarik tersendiri bagi penonton, Karena di nyanyikan oleh penyanyi berdarah Manado (Once Mekel). Faktor Cerita /Latar belakang film, menjadi daya Tarik paling utama dari film ini.

SARAN

Berdasarkan hasil kesimpulan diatas, dapat disarankan bahwa :

1. Film senjakala Manado perlu dijadikan acuan film-film selanjutnya, yang akan mengambil latar belakang kota Manado, serta Propinsi Sulawesi Utara, untuk lebih mengedepankan fungsi informasi dan edukasi.

2. Film senjakala di Manado, ataupun film lainnya yang akan mengambil lokasi dengan latar belakang kota-kota di Sulawesi Utara perlu mendapat perhatian lebih dari pemerintah propinsi untuk dijadikan sebagai media promosi pariwisata ke nasional dan internasional

DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2007. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbosa Rekatama Media.
- Ardianto, Elvinaro dan Lukiati Komala Erdinaya. 2004. komunikasi Massa Suatu Pengantar. PT Remaja Rosdakarya, Bandung
- Cangara, Hafied. 1998, Pengantar Ilmu Komunikasi. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Edie Santoso & Mite Setiansah, Teori Komunikasi, cetakan 1, Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana . 1984. Televisi Siaran, Teori dan Praktek. Bandung : Alumni -----, ----- . 1986, Dinamika Komunikasi, Remaja Rosdakarya, Bandung -----, ----- . 2000. Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi. Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.
- Jalaluddin Rakhmad, 1989, Psikologi Komunikasi, Remajakarya, Bandung -----, 2004. *Metode Penelitian Komunikasi*, Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Liliweri, Alo. 1991. Dasar-Dasar Komunikasi Antarbudaya. Pustaka Pelajar, Yogyakarta
- Mulyana, Deddy. 2013, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2003, *Prinsip – prinsip dasar komunikasi*. Bandung :PT Remaja Rosdakarya
- McQuail, Dennis. 1997. Teori Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Jakarta: Erlangga.
- Sugiono, 2004. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabet Bandung
- Sumber lain :
<http://kuliahkomunikasi.com>
data jurusan ilmu komunikasi fispol Unsrat 2016-2017
www.unsrat.ac.id
www.fisip.ac.id