

## Spanduk dan Stiker sebagai Media Komunikasi untuk Melaporkan Peristiwa Kependudukan

Irdam Ahmad

Sekolah Tinggi Ekonomi dan Pariwisata Indonesia  
Jl. Taman Makam Pahlawan Kalibata, Jakarta Selatan  
HP. 08161361758, e-mail : [irdam@stekpi.ac.id](mailto:irdam@stekpi.ac.id)

### Abstract

*Many people questioned the validity of population data during the 2009 general election (Pemilu), their names did not available in the voters list (DPT). It was estimated that about 49.6 million people could not use their voting rights in the 2009 election. It is perhaps their family did not report any demographic events (moving out, moving in, or die) so their names was not be listed in the DPT. Study examined whether any differences in the proportion of people who report demographic events among the residents in three different villages using two different media, stickers and banners, for the first and the second village, while the third village does not use any media. Stickers and banners, are used to deliver message to encourage people to report any demographic events that has been occurred in their family. Survey is used to collect the data and samples are selected using three-stage random sampling. Hypothesis testing of the difference of two population proportions is employed to analyse the data. Results show that there is no significant difference in reporting demographic events among the people living that using banners and stickers as communication media between the village that do not use any media.*

### Abstrak

Pelaksanaan Pemilu 2009 yang lalu ditandai dengan banyaknya penduduk yang kehilangan hak pilihnya karena namanya tidak terdaftar pada Daftar Pemilih Tetap (DPT), jumlahnya diperkirakan mencapai 49,6 juta pemilih. Salah satu penyebab tidak terdaftarnya nama penduduk pada DPT karena mereka atau keluarganya tidak melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi (karena pindah, datang maupun meninggal). Penelitian ini ingin mengetahui apakah ada perbedaan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan (kelahiran, kematian, pindah atau datang, menikah dan bercerai) pada tiga desa dengan menggunakan media komunikasi yang berbeda-beda, yaitu antara desa yang menggunakan media komunikasi spanduk dengan desa yang menggunakan media komunikasi stiker serta desa yang tidak menggunakan media komunikasi. Spanduk dan stiker digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat agar mereka mau melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi dalam keluarganya. Metode penelitian yang digunakan adalah survei, sedangkan pemilihan sampel dilakukan dengan cara *three-stage random sampling*. Analisis data dilakukan dengan menggunakan pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan yang *significant* dalam pelaporan peristiwa kependudukan antara penduduk yang tinggal di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi dengan penduduk yang tinggal di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi serta penduduk yang tinggal di desa yang tidak menggunakan media komunikasi.

**Kata kunci** : media komunikasi, peristiwa kependudukan

## Pendahuluan

Banyak pihak yang mempertanyakan validitas data kependudukan di Indonesia ketika terjadi masalah pada data penduduk yang masuk dalam Daftar Pemilih Tetap (DPT) menjelang Pemilu 2009, yang kemudian terus berlanjut pada Pemilu Kepala Daerah di berbagai Propinsi atau Kabupaten atau Kota. Hasil audit LP3ES sebelum Pemilu menunjukkan bahwa 20,8 persen pemilih belum terdaftar pada daftar pemilih; 19,8 persen nama yang terdapat dalam daftar pemilih tidak lagi bertempat tinggal di alamat tersebut (sudah pindah atau meninggal), dan 3,3 persen nama pada daftar pemilih tidak valid, baik karena sudah meninggal, tidak dikenal atau belum berusia 17 tahun (Nur-sahid, 2009).

Pertanyaannya adalah, mengapa penduduk yang sudah pindah masih masuk ke dalam DPT di tempat tinggal sebelumnya, atau penduduk yang mempunyai hak pilih tetapi tidak terdaftar pada DPT di tempat tinggalnya, atau penduduk yang sudah meninggal tetapi masih terdaftar pada DPT? Diperkirakan sekitar 49,6 juta penduduk tidak bisa menggunakan hak pilihnya pada Pemilu 2009, karena tidak terdaftar pada DPT maupun kesalahan sistem administrasi kependudukan lainnya.

Pada Pemilu 2004, permasalahan data penduduk yang tidak terdaftar pada DPT tidaklah terlalu rumit seperti pada Pemilu 2009. Hal ini dikarenakan pemerintah menugaskan Badan Pusat Statistik (BPS) untuk melaksanakan Pendaftaran Pemilih dan Pendataan Penduduk Berkelanjutan (P4B), yang datanya kemudian digunakan sebagai dasar penetapan DPT pada Pemilu 2004. Selain untuk keperluan pendaftaran pemilih pada Pemilu 2004, data P4B juga akan digunakan sebagai *data base* yang akan di *up date* secara terus menerus, baik untuk Pemilu 2009 dan seterusnya, maupun untuk keperluan berbagai program pembangunan lainnya.

Salah satu penyebab terjadinya masalah pada data DPT Pemilu 2009 diduga karena pemerintah “gagal” melakukan *up dating* terhadap data P4B tahun 2004 sesuai dengan perubahan status sipil penduduk yang terjadi selama periode 2004-2009, misalnya karena meninggal, perpindahan domisili, maupun karena hal-hal lainnya.

Sebagian penduduk yang meninggal maupun yang pindah domisili selama periode 2004-2009, namanya masih tetap terdaftar pada alamat tempat tinggal sebelumnya dan masuk dalam DPT pada Pemilu 2009 dikarenakan keluarganya tidak pernah melaporkan perubahan status penduduk yang sudah meninggal atau pindah tersebut kepada aparat pemerintah setempat.

Pemerintah telah menata ulang sistem administrasi kependudukan melalui Undang-Undang (UU) Nomor 23 Tahun 2006 tentang Administrasi Kependudukan. Pasal 3 menyebutkan bahwa “setiap penduduk wajib melaporkan peristiwa kependudukan dan peristiwa penting yang dialaminya kepada instansi pelaksana dengan memenuhi persyaratan yang ditentukan dalam pendaftaran penduduk dan pencatatan sipil”, tetapi karena kurang sosialisasi, banyak penduduk yang tidak mengetahui peraturan yang terdapat pada UU tersebut.

Dengan demikian, apabila seorang penduduk berubah status sipilnya, misalnya pindah domisili atau meninggal, dan yang bersangkutan atau keluarganya tidak melaporkan peristiwa tersebut, maka aparat pemerintah tidak akan bisa meng *up date* data penduduk yang bersangkutan sehingga namanya tetap terdaftar di tempat tinggal sebelumnya. Hal ini karena sistem administrasi kependudukan di Indonesia menganut sistem *stelsel pasif* bagi aparat pemerintah dan *stelsel aktif* bagi masyarakat. Artinya, aparat pemerintah hanya bersifat pasif menunggu dan masyarakat yang harus aktif melaporkan setiap peristiwa kependudukan yang terjadi pada keluarga mereka. Dengan kata lain, aparat pemerintah baru akan mendaftar atau meng *up date* perubahan data atau status sipil seseorang, jika ada laporan dari yang bersangkutan atau keluarganya. Pemerintah telah melakukan sosialisasi dengan menggunakan berbagai media komunikasi agar masyarakat mau melaporkan berbagai peristiwa kependudukan yang dialami, seperti kelahiran, kematian, pindah atau datang, dan lain-lain. Akan tetapi, sosialisasi yang telah dilakukan selama ini belum mencapai hasil yang diharapkan.

Penelitian ini mencoba mengetahui pengaruh media komunikasi stiker dan spanduk, yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat agar melaporkan peristiwa kepen-

udukan yang terjadi pada keluarga mereka, terhadap cakupan pelaporan peristiwa kependudukan. Penelitian ini dilaksanakan di tiga desa yang terletak pada tiga kabupaten atau kota yang berbeda di propinsi Banten, yaitu Desa Margaluyu (Kabupaten Serang); Kelurahan Parungserab (Kota Tangerang) dan Desa Cibuah (Kabupaten Lebak). Stiker dipasang sebagai media komunikasi pada setiap rumah tangga yang terdapat di Rukun Warga (RW) terpilih di Desa Margaluyu, spanduk dipasang sebagai media komunikasi di RW terpilih dalam Kelurahan Parungserab, sedangkan desa Cibuah tidak menggunakan media komunikasi apapun.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan antara penduduk yang tinggal di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi dengan penduduk yang tinggal di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi, serta dengan penduduk yang tinggal di desa yang tidak menggunakan media komunikasi. Dari hasil penelitian ini, diharapkan dapat diketahui media komunikasi apa yang paling efektif dalam menyampaikan pesan kepada penduduk untuk melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi di lingkungan keluarga mereka kepada aparat pemerintah, sehingga pemerintah bisa melakukan sosialisasi dengan lebih efektif dan efisien.

Guna menjawab tujuan penelitian tersebut diatas, ada tiga hipotesis yang diajukan pada penelitian ini, yaitu; *pertama*, proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan penduduk di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi, *kedua*, proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan penduduk di desa yang tidak menggunakan media komunikasi, dan *ketiga*, proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan penduduk di desa yang tidak menggunakan media komunikasi.

Menurut Setyowati (2006:1), komunikasi adalah proses penyampaian pesan (informasi) dari

penyampai pesan kepada penerima pesan melalui media tertentu untuk menghasilkan efek atau tujuan tertentu dengan mengharapkan *feedback* (umpan balik). Model komunikasi yang paling sederhana untuk proses sosialisasi, menurut Lestari dan Dewi (2010: 195-196), adalah adanya pengirim, pesan yang disampaikan melalui media dan penerima, yang merupakan tiga unsur esensi komunikasi, di mana bila salah satu unsur hilang, maka komunikasi tidak dapat berlangsung.

Media adalah sarana untuk menyampaikan pesan atau informasi kepada penerima dengan menggunakan berbagai unsur komunikasi visual, seperti teks, gambar, dan foto. Media komunikasi visual dapat dikelompokkan menjadi media cetak (poster, stiker), media luar ruangan (spanduk, papan nama), media elektronik (radio, televisi), dan lain-lain (Nugroho, 2010; 8). Menurut *Association of Educational Communications and Technology* (AECT), media adalah segala bentuk yang digunakan untuk menyalurkan informasi (Situmorang dan Suparman, 1988;15). Dari pengertian tersebut, berarti semua bentuk yang dapat digunakan untuk menyampaikan informasi dapat disebut sebagai media, termasuk spanduk dan stiker. Situmorang dan Suparman (1988; 16) juga mengemukakan bahwa secara umum, media dapat diartikan sebagai alat komunikasi yang membawa pesan dari sumber ke penerima. Menurut Ahmad Rohani (1997: 24), media adalah semua bentuk perantara yang dipakai untuk menyampaikan ide, sehingga ide tersebut sampai kepada penerima.

Banyak pengertian tentang media, tetapi fungsi media adalah sama, yaitu sebagai alat komunikasi untuk menyampaikan pesan dari si pemberi pesan sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan bisa lebih mudah diterima dan dimengerti oleh si penerima. Secara umum, ada tiga faktor yang dapat menentukan apakah suatu media dapat menyampaikan pesan secara efektif, yaitu, *pertama*, ketepatan dalam memilih media yang sesuai dengan materi atau tujuan yang akan dicapai, *kedua*, kesesuaian media dengan sasaran, dan *ketiga*, ketepatan cara penggunaannya (Situmorang dan Suparman : 1988, 18). Dengan memperhatikan ketiga faktor tersebut, diharapkan suatu media akan bisa menyampaikan pesan kepada si penerima dengan efektif, meskipun tanpa penjelasan tambahan dari si pemberi pesan. Banyak

pesan penting yang tidak diterima oleh seseorang karena kesalahan dalam memilih media yang tepat, atau hambatan lainnya, seperti salah persepsi (Lestari dan Dewi: 2010, 196).

Menurut Johnson (1981) dalam Karningtyas, Wiendijarti dan Prabowo (2009: 123), ada tiga syarat dalam mengirim pesan secara efektif, pertama, seseorang harus mengusahakan agar pesan-pesan yang disampaikan mudah dipahami; kedua, sebagai pengirim, seseorang harus mempunyai kredibilitas di mata penerima; dan ketiga, seseorang harus berusaha mendapatkan umpan balik secara optimal tentang pengaruh pesan dalam diri penerima.

Guna mengetahui pengaruh dari suatu media komunikasi terhadap cakupan pelaporan peristiwa kependudukan, penelitian ini memberikan pesan atau sosialisasi kepada masyarakat tentang tujuan dan manfaat melaporkan peristiwa kependudukan dengan menggunakan stiker dan spanduk sebagai media komunikasi, kepada dua kelompok masyarakat yang tinggal pada dua desa sampel yang berbeda. Sedangkan desa sampel yang ketiga tidak diberikan perlakuan media komunikasi. Penggunaan spanduk dan stiker sebagai media komunikasi pada penelitian ini, dipandang paling sesuai digunakan untuk proses komunikasi terhadap suatu kelompok masyarakat.

Spanduk atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah "*banner*" berasal dari bahasa latin "*banderia*" atau "*bandum*", yang berarti bendera atau potongan kain yang berisi simbol, logo, slogan atau pesan-pesan lainnya (Isbandiyah, 2008: 334-335). Dalam perkembangannya, spanduk banyak digunakan dalam peperangan, bahkan spanduk yang dalam bahasa Jepang dikenal dengan sebutan "*sashimoto*", sudah digunakan sejak abad 15-16, sedangkan di Amerika, spanduk digunakan dalam perang sipil oleh para serdadu atau angkatan perang. Di Inggris, spanduk sudah digunakan oleh pabrik, perusahaan pertambangan dan toko-toko sejak tahun 1840an, bahkan digunakan dalam parade "*May Day*".

Spanduk merupakan media promosi yang termasuk kategori *below the line*, atau media lini bawah, yakni aktivitas periklanan yang tidak melibatkan pemasangan iklan di media massa. Karenanya, spanduk merupakan media yang sifatnya memudahkan khalayak langsung melihat

satu pesan atau satu produk saja. Analisa atas pesan yang disampaikan pada spanduk dapat dilakukan dengan menganalisa pesan, baik pesan tertulis maupun pesan yang disampaikan melalui analisa wacana. Di Indonesia, spanduk sudah digunakan sejak jaman raja-raja dahulu, ketika spanduk dan umbul-umbul digunakan sebagai prosesi, juga selalu ditempatkan di bagian depan pasukan kerajaan saat berperang melawan musuh sampai masa revolusi kemerdekaan. Spanduk bisa dikatakan tidak bisa dipisahkan sebagai alat para pejuang kemerdekaan. Berbagai spanduk dibentangkan di berbagai tempat untuk membakar semangat rakyat untuk mempertahankan kemerdekaan. Spanduk sangat dominan digunakan untuk berbagai keperluan, seperti promosi produk perusahaan, kampanye partai politik, kampanye calon Presiden, Gubernur, Bupati dan Walikota, calon anggota legislatif, untuk menggalang dukungan, pada masa kampanye Pemilu dan Pemilu kepala daerah.

Di samping itu, pemakaian spanduk juga digunakan untuk keperluan melakukan sosialisasi tentang berbagai kebijakan pemerintah serta media promosi perusahaan besar sampai dengan usaha kaki lima. Spanduk juga digunakan oleh gerakan mahasiswa dan kelompok masyarakat lainnya untuk menyampaikan aspirasi kepada pemerintah atau kelompok tertentu ketika melakukan demonstrasi serta aksi-aksi solidaritas. Bagi instansi pemerintah, Lembaga Swadaya Masyarakat (LSM) dan organisasi kemasyarakatan lainnya, spanduk sering digunakan untuk menyampaikan pesan, himbuan dan informasi lainnya yang bermanfaat bagi masyarakat, misalnya pesan tentang masalah pendidikan, kesehatan, lingkungan hidup, dan lain-lain.

Menurut Mulyani (2008: 2), spanduk merupakan media luar ruang dan iklan visual yang biasanya digunakan untuk menyampaikan pesan secara ringkas di atas kain yang dibentangkan di tempat-tempat umum yang letaknya strategis. Media luar ruang dianggap efektif untuk menarik perhatian dan memberikan informasi tentang produk yang ditawarkan kepada calon konsumen yang melewati jalan dimana iklan tersebut ditempatkan (Wicaksono, Susilo dan Lestari, 2008: 132). Kategori media iklan luar ruang juga beraneka ragam, diantaranya adalah poster, rompong,

priamatek, iklan dalam kendaraan, spanduk, *bill-board*, balon udara, umbul-umbul dan masih banyak lagi. Setiap kategori media luar ruang tersebut memiliki karakter yang berbeda-beda satu sama lain, begitu pula dengan dampak yang dihasilkan secara umum, seperti tingkat bahaya dan lingkungan maupun dari sudut pandang keindahan tata kota.

Spanduk, seperti juga poster, menurut Mulyana (2001: 76-77), dalam Isbandiyah (2008: 335), termasuk media komunikasi dengan ciri-ciri; komunikasi individu atau organisasi, pesan bersifat pribadi atau terbatas, khalayak individu, kelompok kecil massa, dan umpan balik segera atau tertunda. Sedangkan menurut Sulaksana (2007: 91-93), dalam Isbandiyah (2008: 335), spanduk dan poster sebagai media mempunyai beberapa karakteristik, yakni daya jangkauan cukup besar dan biaya murah (keunggulan), tetapi kelemahannya adalah informasi yang ditampilkan terbatas, biaya pajak dan perijinan tinggi, keamanan tidak terjamin serta jika posisinya tidak strategis serta kurang tepat maka segmentasi yang dituju tidak tercapai. Hal ini diperkuat oleh Chandra (2002:191) yang menyatakan bahwa spanduk sebagai media luar ruang memiliki beberapa keunggulan, antara lain, fleksibel, pajanan berulang, biaya rendah, persaingan rendah, sedangkan keterbatasannya, selektifitas dan kreatifitasnya terbatas.

Sementara itu, stiker merupakan lembaran kecil yang biasanya terbuat dari kertas atau plastik yang digunakan untuk menyampaikan informasi serta tujuan tertentu (Mulyani, 2010: 2). Menurut Santoso (2010:iv), stiker merupakan media yang relatif sangat disukai oleh sebagian masyarakat dan mempunyai daya tahan yang cukup lama di antara media lainnya. Media stiker sangat fleksibel, dalam arti bisa ditempatkan dimana saja sehingga stiker mempunyai kemampuan sebagai media promosi periklanan yang sangat efektif.

Pemakaian stiker sebagai media komunikasi mungkin tidak sebanyak dan tidak sepopuler spanduk, tetapi stiker mempunyai beberapa kelebihan dibandingkan dengan spanduk maupun media komunikasi lainnya. Dengan ukuran yang lebih kecil dan bisa dibuat dalam berbagai warna, ukuran dan model, stiker banyak digunakan sebagai media komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat di tempat-tempat umum yang

*space* atau ruangnya terbatas, seperti ditempelkan dalam angkutan umum, restoran, hotel, bioskop, toko, rumah dan lain sebagainya. Dengan demikian, ukuran stiker yang kecil tersebut sekaligus juga bisa menjadi kelebihan yang tidak dimiliki oleh media komunikasi lainnya, seperti spanduk, umbul-umbul, poster, dan lain-lain yang membutuhkan *space* atau ruang yang lebih besar untuk pemasangannya.

Dengan kemajuan teknologi informasi dan *software* komputer seperti saat ini, stiker bisa dibuat dengan menggunakan berbagai model, gambar dan huruf, sedemikian rupa bisa menarik perhatian pembaca, terutama pesan-pesan yang ringkas, menarik dan mudah dimengerti. Bahasa yang digunakan pada stiker biasanya juga bahasa “gaul” atau bahasa “plesetan” yang mudah dibaca dan diingat. Dengan tampilan yang menarik serta menggunakan bahasa yang mudah dimengerti dan diingat, pesan yang disampaikan melalui stiker diharapkan bisa lebih efektif diterima oleh masyarakat yang pada akhirnya diharapkan bisa memberikan *feedback* atau umpan balik kepada pemberi pesan. Pemasangan stiker di tempat-tempat umum yang berada dalam ruangan yang tertutup, menyebabkan stiker bisa tahan dalam waktu yang cukup lama, karena terlindung dari panas matahari dan hujan, dan ini bisa menjadi kelebihan stiker dibandingkan dengan spanduk yang umumnya dipasang di tempat terbuka sehingga cenderung mudah rusak terkena panas dan hujan.

## Metode Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan cara survei pada tiga desa atau kelurahan sampel yang terletak di wilayah propinsi Banten, masing-masing satu desa atau kelurahan di Kabupaten Serang, Kota Tangerang dan Kabupaten Lebak. Pemilihan sampel dilakukan dalam tiga tahap, dengan cara *three-stage cluster random sampling*.

Pada tahap pertama dipilih satu kecamatan dari setiap kabupaten atau kota secara *simple random sampling*, dan kecamatan terpilih adalah sebagai berikut; Kecamatan Kasemen di Kabupaten Serang, Kecamatan Ciledug di Kota Tangerang dan Kecamatan Warunggunung di Kabupaten Lebak.

Pada tahap kedua, dari setiap kecamatan terpilih, kemudian dipilih satu desa atau kelurahan secara *simple random sampling*, dan desa atau kelurahan yang terpilih adalah sebagai berikut; Desa Margaluyu di Kabupaten Serang; Kelurahan Parungserab di Kota Tangerang dan Desa Cibuah di Kabupaten Lebak. Masing-masing desa atau kelurahan tersebut diberikan media komunikasi yang berbeda-beda, yaitu menggunakan media komunikasi stiker di Desa Margaluyu, menggunakan media komunikasi spanduk di Kelurahan Parungserab, sedangkan desa Cibuah tidak diberikan media komunikasi. Adapun pesan yang disampaikan atau yang ditulis pada stiker atau spanduk terdapat pada lampiran.

Pada tahap ketiga, dari setiap desa atau kelurahan terpilih, dipilih satu Rukun Warga (RW) dengan cara *simple random sampling*, dan RW tersebut kemudian diperlakukan sebagai *cluster*.

Pintu dinding bagian depan rumah kepala keluarga yang berada dalam RW terpilih di desa Margaluyu ditempelkan stiker, demikian juga lima spanduk dipasang dalam lima lokasi strategis dalam wilayah RW terpilih di Kelurahan Parungserab. Sementara itu, RW terpilih yang ada di desa Cibuah, tidak diberikan media komunikasi apapun.

Penelitian dilakukan enam bulan setelah pemasangan spanduk dan stiker, dengan harapan warga masyarakat yang tinggal di RW yang diberi media komunikasi stiker dan spanduk, bisa lebih sering membaca dan dapat memahami pesan yang ditulis pada media komunikasi stiker dan spanduk tersebut dengan baik.

Pengumpulan data dari semua keluarga yang tinggal pada setiap RW terpilih dilakukan dengan dua tahap. Pada tahap pertama, semua keluarga yang tinggal di RW terpilih pada setiap desa atau kelurahan, di *listing* atau di daftar dengan menanyakan “apakah ada anggota keluarga tersebut yang mengalami salah satu atau lebih dari lima peristiwa kependudukan (kelahiran, kematian, pernikahan, perceraian atau pindah atau datang) dalam enam bulan terakhir setelah pemasangan stiker atau spanduk”.

Dari hasil *listing* tersebut bisa diketahui daftar keluarga yang *eligible*, yaitu keluarga yang pernah mengalami salah satu atau lebih peristiwa kependudukan dalam enam bulan terakhir pada

setiap RW terpilih, yang kemudian akan menjadi responden pada penelitian tahap kedua.

Pada tahap kedua, semua keluarga yang memenuhi syarat (*eligible*) sebagai responden pada penelitian ini, yaitu keluarga yang mengalami salah satu atau lebih peristiwa kependudukan (kelahiran, kematian, pernikahan, perceraian dan pindah atau datang) dalam enam bulan setelah pemasangan stiker atau spanduk, diwawancarai dengan menggunakan kuesioner tentang *Knowledge, Attitude and Practice* (KAP), mereka tentang sistem dan dokumen administrasi kependudukan.

Sebelum melakukan penelitian pada ketiga desa atau kelurahan sampel tersebut, kuesioner yang digunakan sudah diuji validitas serta reliabilitasnya. Dari 26 pertanyaan tentang KAP yang ditanyakan pada kuesioner, dua butir pertanyaan tidak valid dan tidak digunakan pada penelitian ini, sedangkan dari hasil uji reliabilitas dengan menggunakan metode *Alpha Cronbach*, diperoleh nilai koefisien *Alpha* sebesar 0,87, sehingga semua butir pertanyaan dinyatakan *reliable*.

Ada dua metode analisis data yang digunakan pada penelitian ini, yaitu analisis deskriptif dan pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi. Analisis deskriptif dilakukan dengan menganalisis secara deskriptif proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan pada desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi, kelurahan yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi serta desa yang tidak menggunakan media komunikasi. Pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi dilakukan untuk mengetahui apakah ada perbedaan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan antara yang tinggal di desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi dengan penduduk di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi serta dengan penduduk di desa yang tidak diberi media komunikasi.

Dengan demikian, pengujian hipotesis perbedaan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan dari dua desa atau kelurahan sampel akan dilakukan sebanyak tiga kali, yaitu *pertama*, antara penduduk desa yang menggunakan stiker media komunikasi versus penduduk desa yang menggunakan spanduk

sebagai media komunikasi, *kedua*, antara penduduk desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi versus penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi, *ketiga*, antara penduduk desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi versus penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi. Adapun rumus pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi yang digunakan adalah sbb (Lind, et.al, 2008);

Dengan keputusan : Tolak  $H_0$  jika nilai  $Z > Z_{\alpha}$  atau jika  $Z > 1,645$ , untuk  $\alpha = 0,05$ .

$$1) H_0 : P_1 = P_2$$

$$H_1 : P_1 > P_2$$

$$Z = \frac{P_1 - P_2}{\sqrt{\frac{p_c(1-p_c)}{n_1} + \frac{p_c(1-p_c)}{n_2}}}$$

$$\text{dimana : } p_c = \frac{x_1 + x_2}{n_1 + n_2}$$

$$2) H_0 : P_1 = P_3$$

$$H_1 : P_1 > P_3$$

$$Z = \frac{P_1 - P_3}{\sqrt{\frac{p_c(1-p_c)}{n_1} + \frac{p_c(1-p_c)}{n_3}}}$$

$$\text{dimana : } p_c = \frac{x_1 + x_3}{n_1 + n_3}$$

$$3) H_0 : P_2 = P_3$$

$$H_1 : P_2 > P_3$$

$$Z = \frac{P_2 - P_3}{\sqrt{\frac{p_c(1-p_c)}{n_2} + \frac{p_c(1-p_c)}{n_3}}}$$

Dimana :

$P_1$  = Proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa dengan media komunikasi stiker.

$P_2$  = Proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa penting kependudukan di desa dengan media komunikasi spanduk.

$P_3$  = Proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa penting kependudukan di desa kontrol

## Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian tentang proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan serta hasil pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi pada ketiga desa atau kelurahan penelitian terdapat pada Tabel 1.

Dari Tabel 1 dapat diketahui bahwa, dari 30 keluarga yang *eligible* atau mengalami peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi, hanya 14 keluarga yang melaporkan peristiwa kependudukan tersebut kepada aparat pemerintah setempat, dengan kata lain, proporsi keluarga yang melaporkan peristiwa kependudukan adalah 0,47. Sementara itu, untuk desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi dan desa yang tidak menggunakan media komunikasi, proporsi keluarga yang melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi dalam keluarga mereka masing-masing adalah 0,62 dan 0,53.

Pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi dilakukan untuk mengetahui apakah secara statistik terdapat perbedaan proporsi cakupan penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi dalam keluarga mereka kepada aparat pemerintah, antara desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi dengan desa yang menggunakan spanduk media komunikasi serta dengan desa yang tidak menggunakan media komunikasi.

Penelitian ini mengajukan tiga kali pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi karena ada tiga desa atau kelurahan dengan tiga macam perlakuan media komunikasi yang berbeda. Hipotesis penelitian yang pertama adalah "proporsi penduduk desa yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan proporsi penduduk desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi". Pertimbangannya adalah, karena stiker dipasang di pintu masuk rumah responden, maka pesan yang ditulis pada stiker bisa dibaca

setiap hari, sehingga frekuensi semua anggota keluarga responden dalam membaca pesan yang disampaikan pada stiker akan jauh lebih sering dibandingkan dengan frekuensi kepala keluarga untuk membaca pesan yang disampaikan melalui media komunikasi spanduk, yang hanya dipasang pada lima tempat di desa atau kelurahan penelitian. Dengan semakin sering penduduk desa membaca pesan yang disampaikan pada stiker, diharapkan mereka akan mempunyai motivasi dan keinginan yang lebih besar untuk melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi pada keluarga mereka.

Hipotesis penelitian yang kedua adalah “proporsi penduduk desa yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan proporsi penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi”. Pertimbangannya adalah, dengan adanya stiker yang dipasang di pintu masuk rumah responden yang bisa dibaca setiap hari, maka diharapkan mereka akan mempunyai motivasi yang lebih besar untuk melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi pada keluarga mereka dibandingkan dengan penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi, yang berarti kurang mempunyai pengetahuan tentang manfaat melaporkan peristiwa kependudukan sehingga kurang mempunyai motivasi melaporkan peristiwa kependudukan.

Hipotesis penelitian yang ketiga adalah “proporsi penduduk desa yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan proporsi penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi, yang berarti kurang mempunyai pemahaman tentang manfaat melaporkan peristiwa kependudukan sehingga kurang termotivasi untuk melaporkan peristiwa kependudukan.

tiwa kependudukan di desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi lebih besar dibandingkan dengan proporsi penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi”. Pertimbangannya adalah, dengan adanya spanduk yang dipasang pada lima lokasi terpisah di desa atau kelurahan penelitian, yang bisa dibaca setiap mereka melewati lokasi pemasangan spanduk, maka diharapkan mereka akan mempunyai motivasi yang lebih besar untuk melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi pada keluarga mereka dibandingkan dengan penduduk desa yang tidak menggunakan media komunikasi, yang berarti kurang mempunyai pemahaman tentang manfaat melaporkan peristiwa kependudukan sehingga kurang termotivasi untuk melaporkan peristiwa kependudukan.

Guna melakukan pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi, dibutuhkan tiga macam data dari hasil penelitian yang dilakukan pada setiap desa atau kelurahan, yaitu pertama, data populasi jumlah keluarga yang tinggal dalam RW terpilih yang di *listing*, kedua, data sampel jumlah keluarga yang memenuhi syarat (*eligible*), yaitu keluarga yang pernah mengalami salah satu dari lima peristiwa kependudukan dalam enam bulan terakhir sebelum penelitian, yaitu peristiwa kelahiran, kematian, pernikahan, perceraian dan pindah atau datang, dan ketiga, dari data jumlah keluarga yang *eligible* tersebut, diperoleh data jumlah keluarga yang melaporkan peristiwa kependudukan.

**Tabel 1**  
**Jumlah Populasi Keluarga Yang Di *Listing*, Jumlah Keluarga Yang *Eligible* Dan Jumlah Keluarga Yang Melaporkan Peristiwa kependudukan**

Perlakuan (Desa)	Jumlah Populasi Keluarga Yang Di <i>Listing</i> *	Jumlah Keluarga Yang <i>Eligible</i> **	Jumlah Keluarga Yang Melapor***	Proporsi Yang Melapor
Sticker (P <sub>1</sub> )	378	30	14	14/30 = 0,47
Spanduk (P <sub>2</sub> )	312	32	20	20/32 = 0,62
Kontrol (P <sub>3</sub> )	396	55	29	29/55 = 0,53
Jumlah	1086	117	63	63/117 = 0,54

Sumber : Data primer

\*) Jumlah populasi keluarga yang di *listing* adalah seluruh kepala keluarga yang tinggal pada RW terpilih dan di *listing* untuk menanyakan apakah ada anggota keluarganya yang mengalami salah satu atau lebih peristiwa kependudukan (kelahiran, kematian, pindah/datang, menikah dan bercerai) dalam enam bulan terakhir, jika ada maka keluarga tersebut disebut *eligible*.

\*\*) Jumlah keluarga yang *eligible* adalah keluarga yang mengalami salah satu peristiwa kependudukan (kelahiran, kematian, pindah/datang, menikah dan bercerai) dalam enam bulan sebelum penelitian atau enam bulan setelah pemasangan stiker/spanduk.

\*\*\*) Jumlah keluarga yang melapor adalah jumlah keluarga yang *eligible* dan kemudian melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi pada anggota keluarga tersebut kepada aparat pemerintah setempat.



Ketiga macam data tersebut, bisa dihitung proporsi kepala keluarga yang melaporkan peristiwa kependudukan pada ketiga desa atau kelurahan sampel, yaitu di desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai menggunakan media komunikasi ( $P_1$ ), desa atau kelurahan yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi ( $P_2$ ) serta di desa atau kelurahan yang tidak menggunakan media komunikasi ( $P_3$ ). Dengan diketahuinya proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan yang terdapat pada ketiga desa atau kelurahan sampel tersebut, maka pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi bisa dilakukan. Besarnya nilai proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan  $P_1$ ,  $P_2$  dan  $P_3$  dapat diketahui dari Tabel 1.

Ringkasan hasil pengujian hipotesis perbedaan proporsi dua populasi antara desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi versus desa yang menggunakan spanduk, antara desa yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi versus desa atau kelurahan yang tidak menggunakan media komunikasi, serta antara desa yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi versus desa yang tidak menggunakan media komunikasi, terdapat pada Tabel 2.

Dari Tabel 2 dapat disimpulkan bahwa tidak ada perbedaan yang *significant* dalam proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan antara penduduk yang tinggal di desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi dengan proporsi pen-

duduk desa atau kelurahan yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi serta dengan penduduk desa atau kelurahan yang tidak menggunakan media komunikasi.

Ada beberapa kemungkinan yang bisa menyebabkan bahwa secara Statistik tidak ada perbedaan yang *significant* dalam cakupan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan antara penduduk desa atau kelurahan yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi dengan penduduk desa atau kelurahan yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi dan penduduk desa atau kelurahan yang tidak menggunakan media komunikasi.

*Pertama*, masyarakat pada kedua desa yang diberi media komunikasi stiker dan spanduk tersebut tidak terlalu peduli dengan media komunikasi yang digunakan, karena masalah utamanya bukanlah karena kurangnya sosialisasi, tetapi mungkin karena masyarakat tidak merasakan adanya manfaat bagi mereka untuk melaporkan peristiwa kependudukan kepada aparat desa atau kelurahan. Mereka baru melaporkan peristiwa kependudukan yang dialami jika ada keperluan yang mendesak. Berkaitan dengan akta kelahiran misalnya, semua responden mengatakan bahwa mereka baru akan mengurus akta kelahiran kalau anaknya sudah mau masuk sekolah, padahal peraturannya akta kelahiran harus diurus sebelum bayi berumur satu tahun.

*Kedua*, masyarakat tidak melaporkan peristiwa kependudukan karena biayanya dinilai

**Tabel 2**  
**Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis**  
**Perbedaan Proporsi Dua Populasi**

Hipótesis	Nilai $Z_{0,05}$	Nilai $Z$	Keputusan	Kesimpulan
$H_0 : P_1 = P_2$ $H_1 : P_1 > P_2$	1,645	- 1,15	Tidak ada alasan untuk menolak $H_0$	Tidak ada perbedaan proporsi dua populasi
$H_0 : P_1 = P_3$ $H_1 : P_1 > P_3$	1,645	- 0,55	Tidak ada alasan untuk menolak $H_0$	Tidak ada perbedaan proporsi dua populasi
$H_0 : P_2 = P_3$ $H_1 : P_2 > P_3$	1,645	0,82	Tidak ada alasan untuk menolak $H_0$	Tidak ada perbedaan proporsi dua populasi

Catatan :  $P_1$  = proporsi populasi pelaporan pada desa stiker  
 $P_2$  = proporsi populasi pelaporan pada desa spanduk  
 $P_3$  = proporsi populasi pelaporan pada desa kontrol

mahal dan atau mereka tidak mengerti tata cara dan persyaratannya. Kalau dugaan yang kedua ini betul, maka apapun media komunikasi yang digunakan, baik media cetak maupun media elektronik, untuk melakukan sosialisasi dan memberikan motivasi kepada penduduk desa untuk melaporkan peristiwa kependudukan, tidak akan pernah bisa efektif sesuai dengan yang diharapkan. Guna mengurus akta kelahiran misalnya, di samping harus memiliki KTP dan Kartu Keluarga, orang tua juga harus menunjukkan surat nikah dari Kantor Urusan Agama (KUA), yang tidak mungkin bisa dipenuhi oleh kepala keluarga yang menikah secara Islam atau tidak di KUA. Padahal di desa Cibuh dan desa Margaluyu, cukup banyak kepala keluarga yang tidak mempunyai surat nikah, karena tidak menikah di KUA. Kalaupun ada kepala keluarga yang membuat akta kelahiran anaknya, pada umumnya mereka meminta bantuan bidan atau aparat desa untuk mengurusnya, karena mereka tidak mengerti tata caranya, apalagi harus pergi ke kantor Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil yang letaknya ada di Kota atau Kabupaten.

*Ketiga*, pemilihan stiker dan spanduk sebagai media komunikasi yang digunakan pada penelitian ini mungkin kurang tepat, sehingga pesan yang disampaikan tidak efektif dalam memberikan motivasi kepada penduduk yang ada di dua desa atau kelurahan sampel dalam melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi pada keluarga mereka, seperti yang dikemukakan oleh Lestari dan Dewi (2010:196) yang menyatakan bahwa banyak pesan penting yang tidak diterima oleh seseorang karena kesalahan dalam memilih media yang tepat, atau hambatan lainnya, seperti salah persepsi. Menurut Susilo dan Prayudi (2007:90), perilaku komunikasi masyarakat Indonesia masih cenderung kepada menonton (TV) dan mendengar (radio) daripada membaca pesan yang disampaikan melalui spanduk dan stiker.

*Keempat*, strategi komunikasi yang digunakan pada penelitian ini mungkin kurang tepat sehingga pesan yang disampaikan kepada masyarakat menjadi kurang efektif. Menurut Susilo dan Prayudi (2007: 86-90), strategi komunikasi adalah perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, yang komponennya meliputi komunikator, pesan, media, khalayak, efek serta

tujuan yang hendak dicapai oleh komunikator. Di samping itu, dalam menyampaikan informasi, akan lebih efektif kalau informasi tersebut disampaikan dengan menggunakan cara dan pola komunikasi yang dimiliki oleh komunikan (masyarakat setempat), sehingga media komunikasi yang digunakan tidak merusak sistem nilai sosio-budaya yang sudah ada.

Dari hasil penelitian, hampir semua responden di desa Margaluyu pernah membaca stiker yang dipasang dipintu rumah mereka, demikian juga dengan responden di kelurahan Parungserab, semuanya pernah membaca spanduk yang dipasang di lima lokasi strategis dalam kelurahan tersebut. Mereka juga mengatakan bahwa mengerti pesan yang disampaikan pada stiker dan spanduk tersebut. Ketika ditanya, apakah mereka melaporkan dan mengurus dokumen kependudukan karena mengikuti himbuan pada stiker atau spanduk, hampir semuanya mengatakan bahwa mereka melapor bukan karena himbuan pada stiker atau spanduk tersebut, tetapi karena ada keperluan yang mendesak, misalnya mereka baru mengurus akta kelahiran karena anaknya mau masuk sekolah.

## Simpulan

Secara statistik tidak ada perbedaan yang *significant* pada proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan, antara mereka yang tinggal di desa atau kelurahan, yang menggunakan stiker sebagai media komunikasi, dengan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan di desa atau kelurahan, yang menggunakan spanduk sebagai media komunikasi, serta dengan proporsi penduduk yang melaporkan peristiwa kependudukan yang tinggal di desa atau kelurahan yang tidak menggunakan media komunikasi. Hal ini menunjukkan bahwa stiker maupun spanduk tampaknya tidak cukup efektif jika digunakan sebagai media komunikasi untuk meningkatkan kesadaran penduduk dalam melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi di lingkungan keluarga mereka.

Semua responden yang diteliti mengaku bahwa mereka pernah membaca dan juga mengerti isi pesan yang ditulis pada stiker maupun spanduk tersebut, maka sesuai dengan teori komunikasi yang dibahas pada landasan teori, berarti

pesan yang disampaikan melalui media komunikasi stiker maupun spanduk tersebut sudah sampai kepada penduduk desa atau kelurahan sampel sebagai penerima pesan, namun tidak dapat memberikan *feedback* (umpan balik) sesuai dengan yang diharapkan. Kemungkinan lain adalah *feedback* tertunda, karena waktu penelitian yang dilakukan enam bulan setelah pemasangan spanduk dan stiker, belum cukup lama untuk meningkatkan kesadaran dan memberikan motivasi kepada penduduk desa atau kelurahan dalam melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi di lingkungan keluarga mereka.

Mengingat media komunikasi melalui spanduk dan stiker tampaknya tidak mempunyai pengaruh yang nyata terhadap kesadaran penduduk desa melaporkan peristiwa kependudukan yang terjadi dalam keluarga mereka, maka pemerintah disarankan agar melakukan sosialisasi dengan menggunakan media elektronik seperti televisi dan radio. Materi yang dikomunikasikan perlu lebih ditekankan kepada aspek manfaat dari dokumen administrasi kependudukan tersebut.

### Ucapan Terima Kasih

Penulis menyampaikan terima kasih kepada *Gezellschaft fur Internationale Zusammenarbeit* (GIZ) yang telah membiayai penelitian ini. Terima kasih kepada Dr. Budiasih atas masukkannya serta kepada Sdr. Arif, Koordinator Statistik Kecamatan (KSK) Badan Pusat Statistik (BPS) Propinsi Banten atas bantuannya dalam mengumpulkan data. Terima kasih juga disampaikan kepada Bapak Budi Permadi Iskandar, Ketua Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi dan Perbankan Indonesia (STEKPI), atas dorongannya untuk menjadi Guru Besar. Akhirnya, kepada aparat dan penduduk desa Margaluyu (Kabupaten Serang), Desa Cibuah (Kabupaten Lebak) dan Kelurahan Parungserab (Kota Tangerang), diucapkan terima kasih atas bantuannya, sehingga penelitian ini bisa terlaksana dengan baik.

### Daftar Pustaka

Chandra, Gregorius, 2002, Strategi dalam Pemasaran, dalam Isbandiyah HS, 2008, Wajah Spanduk Solidaritas Gempa Yog-

yakarta: Tinjauan dari Perspektif Komunikasi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 11, Nomor 3, Maret 2008.

<http://www.state.gov/r/pa/ei/bgn/2748.htm>

Isbandiyah HS, 2008, Wajah Spanduk Solidaritas Gempa Yogyakarta: Tinjauan dari Perspektif Komunikasi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 11, Nomor 3, Maret 2008.

Karningtyas, Maria Anggita; Ida Wiendijarti dan Agung Prabowo, 2009, Pola Komunikasi Interpersonal Anak Autis di Sekolah Autis Fajar Nugraha Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 7, Nomor 2, Mei-Agustus 2009, Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta.

Lestari, Puji dan Machya Astuti Dewi, 2010, Model Komunikasi dalam Sosialisasi Pengarusutamaan Gender dan Anggaran Responsif Gender di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 8, Nomor 2, Mei-Agustus 2010, Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UPN "Veteran" Yogyakarta dan Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia (ISKI).

Lind, Marchal dan Wathen, 2008, *Statistical Techniques in Business and Economics With Global Data Sets*, Edisi 13, McGraw Hill.

Mulyana, Deddy, 2001, Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, dalam Isbandiyah HS, 2008, Wajah Spanduk Solidaritas Gempa Yogyakarta: Tinjauan dari Perspektif Komunikasi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 11, Nomor 3, Maret 2008.

Mulyani, Sri, 2008, Diksi dan Struktur Fungsional Kalimat Dalam Spanduk Anti Narkoba, *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah, Surakarta.

Mulyani, Tri Wanti, 2010, Analisis Tindak Tutur Pada Wacana Stiker Plesetan, *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Nugroho, Purwoko Widi, 2010, Perancangan Komunikasi Visual sebagai Media Pro-

- mosi Play Group dan TK Elim, Sragen, *Skripsi* tidak diterbitkan, Fakultas Keguruan dan Ilmu Pendidikan, Universitas Sebelas Maret, Surakarta.
- Nursahid, Fajar, 2009, Kisruh DPT, Rawan Gugatan”, *Harian SINDO*, 29 Maret 2009.
- Rohani, Ahmad, HM, 1997, *Media Komunikasi Edukatif*, Penerbit Alfabeta, Bandung.
- Santoso, Setio Budi, 2010, Media Komunikasi Visual sebagai Penunjang Promosi Katering Nayaka, *Skripsi* tidak diterbitkan, Program Studi Komunikasi Visual, Fakultas Sastra dan Seni Rupa, Universitas Sebelas Maret.
- Situmorang, Robinson dan Atwi Suparman, 1998, *Pengajaran dengan Media: Rahasia Mengajar yang Sukses*.
- Sulaksana, Uyung, 2007, Integrated Marketing Communication, Text dan Kasus, dalam
- Isbandiyah HS, 2008, Wajah Spanduk Solidaritas Gempa Yogyakarta : Tinjauan dari Perspektif Komunikasi, *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, Volume 11, Nomor 3, Maret 2008.
- Susilo, Muhammad Edy dan Prayudi, 2007, Strategi Komunikasi untuk Penyadaran dan Pemberdayaan Konsumen di DI Yogyakarta, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 5, Nomor 2, Mei-Agustus 2007, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta.
- Wicaksono, Endarso ; M. Edy Susilo dan Puji Lestari, 2008, Iklan Luar Ruang : Antara Kepentingan Ekonomi dan Kepentingan Publik, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Volume 6, Nomor 2, Mei-Agustus 2008, Jurusan Ilmu Komunikasi, FISIP UPN “Veteran” Yogyakarta.