

PROSIDING

Seminar
POLITIK MALAYSIA

Penyunting

Worran Hj. Kabul
Shireen Haron
Mat Zin Mat Kib
Abdul Kadir Rosline

PENGGUNAAN KOMUNIKASI LISAN DAN BUKAN LISAN DALAM KEMPEN PILIHAN RAYA UMUM KE-12: KAJIAN TERHADAP FUNGSI DAN CABARAN

S.Salahudin Suyumo
Aini Faezah Ramlan
Norazlinda Mohammad

ABSTRAK

Pilihan raya dan kempen tidak dapat dipisahkan, umpama isi dan kuku. Pilihan Raya ke-12 yang lalu juga tidak dapat dipisahkan dari unsur komunikasi lisan dan bukan lisan. Oleh sebab setiap parti mahupun individu yang terlibat sebagai calon dalam PRU ke-12 yang lalu, sudah pasti akan menggunakan banyak kaedah untuk berkempen demi kemenangan masing-masing, justru penggunaan komunikasi lisan dan bukan lisan turut digunakan. Perkara ini amat penting kerana banyak kajian telah dilakukan terhadap aktiviti kempen pilihan raya dan mendapati terlalu banyak isu yang timbul. Penggunaan komunikasi lisan dan bukan lisan sewajarnya dilihat secara mendalam. Pengundi atas pagar biasanya akan melihat keterampilan dan kepetahan seseorang calon yang bertanding. Tidak dinafikan juga kadangkala mereka melihat parti apa yang diwakili oleh calon. Oleh sebab pentingnya aktiviti ini maka kajian ini akan cuba mengupas beberapa isu berkenaan penggunaan komunikasi lisan dan bukan lisan dalam kempen pilihan raya. Perkara yang menjadi keutamaan dalam kertas kerja ini ialah cuba mengenengahkan fungsi dan cabaran komunikasi lisan dan bukan lisan dalam kempen pilihan raya. Semoga ia mampu memberi gambaran yang lebih positif terhadap aktiviti kempen pilihan raya serta berupaya memberi impak kepada kempen pilihan raya pada masa akan datang.

PENGENALAN

Kempen dan pilihan raya memang tidak dapat dipisahkan. Kempen dapat diertikan sebagai tindakan-tindakan berancang, usaha-usaha berancang, kegiatan-kegiatan berancang yang dilakukan oleh mana-mana individu mahupun parti politik. Manakala perkataan komunikasi dikatakan berasal daripada perkataan “*communicare*” yang bermaksud penyertaan atau pemberitahuan. Perkataan “*communis*” pula bererti milik bersama atau berlaku di mana-mana. Oleh itu perkataan “*komunikasi*” menekankan kegiatan seseorang individu atau kelompok serta sifat ingin mempengaruhi orang lain.¹ Manakala menurut Onong Uchjana Effendy, M.A (1986), secara etimologi atau menurut asal katanya, istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggeris communication berasal dari perkataan Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang bererti sama.² Sama di sini maksudnya adalah sama makna.³ Menurut Adair makna komunikasi ini:

“It comes from the same Latin root as ‘common’, namely the word comunis, whose own roots are shrouded in mystery. The first part of it presents no difficulties, for ‘com’ is known to be an English version of cum (with). The second part, munis, descends either from moinis (bound), or from the early Latin oinos (one). Dr. Johnson defined the first and major family of meanings of the word ‘common’ thus: ‘belonging equally to more than one’.”⁴

Dari konteks simbol, komunikasi dilihat sebagai pertukaran verbal sesuatu idea dan pemikiran. Dari aspek pemahaman, komunikasi ialah proses memahami antara satu sama lain. Manakala aspek perhubungan, komunikasi ditakrifkan sebagai interaksi yang membolehkan manusia mencapai pemahaman yang sama.⁵ Pengurangan ketidakpastian pula merujuk kepada keperluan untuk mengurangkan keraguan bagi membolehkan sesuatu mesej lebih efektif dan menguatkan keyakinan diri. Dalam aspek proses, komunikasi dilihat sebagai transmisi informasi, idea, emosi, kemahiran dengan penggunaan simbol seperti gambar. Seterusnya komunikasi adalah proses menarik perhatian individu lain untuk tujuan pengingatan semula. Ia juga ditafsirkan sebagai diskriminasi respon atau penapisan mesej. Dalam hal ini, komunikasi dilihat sebagai proses penapisan mesej oleh penerima. Komunikasi juga ditakrifkan sebagai transmisi informasi yang mengandungi diskriminasi rangsangan dari sumber kepada penerima. Dari segi tujuan, sumber mempunyai tujuan yang tertentu apabila menyampaikan mesej kepada penerima.⁶ Komunikasi lebih menitikberatkan soal sosial. Misalnya, usaha menjadikan sesuatu sebagai milik bersama dan untuk diketahui bersama.⁷ Dengan definisi yang diberi, jelaslah bagi kita bagaimana kegiatan kempen pilihan raya itu memang kerap dan harus dirancang dengan teliti.

KOMUNIKASI LISAN DAN FUNGSI

Dalam pilihanraya Umum ke 12 yang lalu penggunaan komunikasi lisan ketika berkempen memang tidak dapat dinafikan. Pelbagai bentuk dan ragan yang diaplikasikan oleh kedua-dua pihak sama ada pihak parti pemerintah mahupun pihak pembangkang. Komunikasi lisan merupakan pengucapan (penggunaan bahasa dalam bentuk pertuturan dan penulisan) yang disampaikan kepada individu lain dengan tujuan perkongsian makna. Ia boleh mengukuhkan sesuatu maklumat yang disampaikan apabila kita ingin menegaskan tentang sesuatu perkara. Sebagai contoh, apabila hendak menyampaikan pendapat kepada khalayak, calon yang bertanding akan menggunakan komunikasi lisan untuk bagi mempengaruhi khalayak, sama ada khalayak penyokong mahupun golongan atas pagar. Melalui komunikasi lisan, maklumat dapat disalurkan secara terus atau spontan.⁸ Ia amat baik sekiranya mereka menggunakan bahasa yang baik, lancar dan mudah difaham.⁹

Dalam berkempen harus difahami bahawa bahasa adalah sesuatu yang abstraks kerana satu perkataan boleh memberi lebih daripada satu makna. Harus diingat calon hendaklah menggunakan bahasa atau kata-kata perbandingan, metafora, personifikasi dan sebagainya mengikut tahap kemampuan khalayak.¹⁰ Seseorang itu hendaklah sentiasa cuba menggunakan kata-kata yang mesra yang menyenangkan dan berbicara secara bermoral.¹¹ Bahasa mempunyai dua unsur pengertian iaitu:

1. Denotatif: makna dalam bahasa kamus yang dipersetujui dan difahami ramai atau makna tersurat
2. Konotatif: makna yang tersirat

Beberapa cara boleh digunakan bagi meningkatkan tahap keberkesanan penggunaan bahasa dalam komunikasi lisan ketika berkempen antaranya termasuklah:

1. Memahami bukan sahaja objektif utama bahasa dan maksud denotasi tetapi juga memahami maksud subjektif serta maksud konotasi yang terkandung dalam sesuatu bahasa
2. Mengenal pasti maksud sebenar yang cuba disampaikan oleh penyampai dengan tidak hanya menumpukan kepada objektif utama perbualan
3. Memberi penumpuan terhadap situasi dan mesej yang disampaikan terutama apabila berhadapan dengan seorang penyampai yang menggunakan bahasa yang berbeza atau sukar difahami maksud sebenarnya
4. Mengenal pasti dan mengetahui perbezaan demografi dan budaya agar apa yang disampaikan dapat diterima tanpa prejudis¹²

Tanpa bahasa, sesebuah masyarakat akan mengalami masalah berinteraksi antara satu sama lain malah kempen pilihan raya juga agak sukar dilaksanakan. Beberapa fungsi komunikasi lisan termasuklah:

1. Memberitahu: bahasa digunakan untuk memberitahu orang lain tentang sesuatu perkara oleh pengirim (sumber) untuk dikongsi bersama oleh orang lain. Contohnya, dalam PRU 12 yang lalu kedua-dua belah pihak sedaya upaya cuba memberitahu khalayak dengan menggunakan bahasa yang mudah difahami
2. Mendidik: peranan mendidik adalah untuk mempengaruhi sikap seseorang dan memberi maklumat agar dapat menambah pengetahuan seseorang tentang sesuatu perkara.¹³ Sememangnya peranan kempen ialah untuk menarik hati dan fikiran khalayak pengundi
3. Membujuk: bahasa juga digunakan untuk mempengaruhi individu supaya mengubah sikap, tingkah laku dan budaya seseorang. Kajian mendapati manusia suka dan mudah terpengaruh dengan kata-kata, percakapan dan perbualan orang yang sudah berjaya. Kejayaan menyebabkan seseorang itu mempunyai kuasa.¹⁴ Dalam kempen PRU 12 kita boleh melihat unsur ini digunakan dengan jelas
4. Lambang sesuatu budaya dan identiti bangsa: kewujudan pelbagai bahasa di dunia secara tidak langsung mewakili bangsa dan budaya pengamalnya. Melalui bahasa kita dapat mengenal identiti bangsa seseorang. Dalam politik kepartian yang berasaskan kepada etnik dan bahasa maka tidak boleh dinafikan komunikasi lisan yang menggunakan bahasa sekaum dilakukan
5. Saluran meluahkan perasaan dan idea: Perbincangan serta penjelasan menggunakan bahasa (secara lisan) lebih mudah difahami dan ditafsirkan maknanya berbanding penggunaan komunikasi bukan lisan.¹⁵ Kemahiran berkomunikasi merujuk kepada kemahiran menggunakan bahasa bagi menimbulkan kesan-kesan positif ke atas hubungan sesama manusia.¹⁶ Perkara ini juga yang menjadi tarikan kepada khalayak pengundi ketika kempen PRU 12 dilakukan

KOMUNIKASI BUKAN LISAN DAN FUNGSI

Menurut Zulkifli (2000) dalam Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad (2007),¹⁷ apabila berlaku interaksi bersemuka, kurang 10 peratus impak datang daripada perkataan yang diucapkan, manakala yang selebihnya datang dari mesej bukan lisan. Malah, sarjana komunikasi menganggarkan hanya 10 peratus komunikasi kemanusiaan diwakili oleh kata-kata. Sebanyak 30 peratus diwakili oleh bunyi yang mengiringi suara, dan 60 peratus diwakili oleh komunikasi bukan lisan. Menurut Colleen McKenna (2003) pula *“tone, inflection and facial expressions account for 93 percent of your message. The actual words only account for 7 percent”*.¹⁸

Komunikasi bukan lisan amat penting kerana menurut Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E. (1995)

*“Nonverbal communication is significant in human interaction because it is usually responsible for first impressions. Nonverbal communication involves all those nonverbal stimuli in a communication setting that are generated by both the source and his or her use of the environment and that have potential message value fro the source or receiver.”*¹⁹

Colleen McKenna (2003) menyatakan bahawa komunikasi bukan lisan terdiri daripada *“eye contact, body posture, distance/physical contact, facial expressions, gestures, vocal tone, fluency, timing and clothing”*.²⁰ Secara umumnya komunikasi bukan lisan dikategorikan kepada lima iaitu prosemik, kinesik, paralinguistik, kronemik dan artifaktual.²¹ Unsur-unsur bahasa badan ini perlu dibaca secara bergugus-gugus, bukan satu persatu. Setiap unsur bahasa badan adalah seperti perkataan.²²

Berikut adalah Beberapa Fungsi Komunikasi Bukan Lisan:

1. Pengukuhan

Salah satu fungsi komunikasi bukan lisan ialah pengukuhan. Ia digunakan bertujuan untuk mengukuhkan hujah atau niat yang disampaikan oleh pengirim secara lisan. Dalam kempen pilihan raya ia kerap kali digunakan bagi menambat hati pengundi. Pernyataan tentang manifesto sering diulang dengan komunikasi bukan lisan. Misalnya merenung dengan tajam dan membesarkan mata sebagai tanda marah atau geram.²³ Kebanyakan bahasa badan yang kita gunakan seharian adalah bagi memberi tekanan kepada apa yang sedang kita katakan.²⁴ Hal ini juga berlaku ketika kempen

2. Pelengkap

Ada kalanya, sambil bercakap kita memberi maklumat tambahan.²⁵ Mesej bukan lisan mengiringi komunikasi lisan untuk menggambarkan susasana interaksi. Misalnya, nada suara yang rendah dan muram akan tergambar apabila perbualan menyentuh tentang kematian atau kesedihan.²⁶ Atau nada suara rendah menunjukkan kurang yakin calon yang bertanding

3. Percanggahan

Mesej bukan lisan juga berfungsi mendedahkan sesuatu mesej yang bercanggah dengan pernyataan lisan seseorang. Sebagai contoh, dalam komunikasi kaunseling perlakuan mengelakkan hubungan mata dengan kaunselor dan sering menunduk kepala ke bawah dalam sesi kaunseling dapat ditafsirkan sebagai suatu percubaan untuk menafikan perlakuan salah oleh pelajar yang disyaki melanggar disiplin sekolah. Di sini berlakunya percanggahan antara penafian lisan pelajar dengan anggota badannya.²⁷ Adakalanya juga mulut kita berkata sesuatu, tetapi kita sendiri tidak setuju dengan apa yang kita ucapkan.²⁸ Bahasa badan menafikan apa yang mulut ucapkan. Perkara ini wajar dinilai semula dalam aktiviti berkempen

4. Pengawalan

Komunikasi bukan lisan juga berfungsi untuk mengawal atau menunjukkan satu keinginan dalam mengawal aliran mesej yang berbentuk lisan. Sebagai contoh, perbuatan mengetap bibir, pergerakan badan dan kepala oleh calon bagi mengawal suasana ketika berkempen. Contoh lain ialah seperti kita mengangkat tangan bagi memberitahu seseorang mahu bercakap²⁹

5. Pengulangan

Fungsi pengulangan akan membantu proses seseorang memahami maksud lisan. Sebagai contoh, gerakan menggelengkan kepala menandakan tidak setuju walaupun sudah dinyatakan secara lisan bahawa tidak bersetuju.³⁰ Satu contoh lagi dengan mengangkat tangan meminta seseorang untuk berhenti dan dimasa yang sama kita mengucapkan perkataan berhenti³¹

6. Pengganti

Komunikasi bukan lisan juga boleh menggantikan mesej lisan. Sebagai contoh, riak air muka seseorang yang ceria menggambarkan kehidupan bahagia yang dilalui walaupun tidak dinyatakan secara lisan.³² Contoh lain kita tidak berkata "Ya" tetapi cuma kepala yang mengangguk³³

7. Peraturan

Kita kerap mengatur dan menyusun komunikasi harian kita dengan menggunakan tindakan bukan lisan. Sebagai contoh kita mengangguk kepala sebagai tanda setuju kepada orang yang sedang bercakap dengan kita dan dia boleh meneruskan percakapan atau perbualan. Kadangkala kita diam sebentar dan diam itu bermaksud kita telah bersedia untuk memulakan percakapan kita.³⁴ Boleh dirumus bahawa fungsi bahasa badan ini sebagai memberi tekanan, menambah maklumat, menafikan, mengawal, mengulang dan menggantikan³⁵

Perbezaan antara Komunikasi Lisan dan Bukan Lisan

Campaign manager harus memahami bahawa terdapat beberapa perbezaan yang ketara antara komunikasi lisan dan bukan lisan. Menurut Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E. (1995):

1. *One important difference between verbal communication and nonverbal communication is found in the biological distinctions at the core of each system. That is, biological forces govern*

many of our nonverbal communications. We have much more control over verbal communication than over nonverbal communication

2. *A second difference deals with the stage in life at which we learn these two systems. We learn nonverbal communication much earlier in life. To learn verbal communication, a child needs not only advanced muscle development, but also a higher degree of socialization*
3. *Third, nonverbal communication can be more emotional in their appeal and impact than verbal communication*
4. *Simply stated, nonverbal communication is more universal than verbal*³⁶

CABARAN KOMUNIKASI LISAN DAN BUKAN LISAN

Tanpa disedari dalam proses komunikasi atau berkempen terlalu banyak halangan yang mungkin atau akan dihadapi antaranya termasuklah, halangan daripada sudut Sosio-Antro-Psikologi, Halangan daripada sudut semantik, hambatan daripada aspek mekanisme dan ekologi.³⁷

Halangan Sosio-Antro-Psikologi

1. Hambatan Sosiologi

Masyarakat terdiri daripada pelbagai golongan dan lapisan. Hal ini menimbulkan beberapa perbezaan dari sudut status sosial, agama, ideologi, tahap pendidikan, tahap kekayaan dan sebagainya yang mana perkara tersebut boleh menjadi unsur halangan bagi kelancaran komunikasi³⁸

2. Hambatan Antropologi

Walaupun manusia itu sama sahaja tetapi mereka berbeza dalam banyak perkara seperti warna kulit, paras rupa, kebudayaan, gaya hidup, norma, dan bahasa. Oleh itu komunikator mesti mengenali diri orang yang menjadi sasarannya³⁹

3. Hambatan Psikologi

Faktor psikologi kerap kali menjadi halangan komunikasi. Sebagai contoh, sikap prasangka yang boleh mengakibatkan seseorang itu membuat kesimpulan tanpa rasional akal. Oleh itu sikap empati iaitu kemampuan menghayati perasaan orang lain amat perlu dipraktikkan⁴⁰

Halangan Semantik

Faktor penggunaan bahasa perlu ditangani. Ini kerana bahasa sebagai alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyampaikan fikiran dan perasaannya. Isu salah pengertian (*misunderstanding*) atau salah tafsir (*misinterpretation*) boleh mengakibatkan komunikasi yang salah (*miscommunication*).⁴¹

Halangan Mekanisime/Media yang diguna

Halangan bentuk ini kerap dapat diperhatikan daripada aspek media yang digunakan. Sebagai contoh, gangguan suara dalam telefon, huruf atau tulisan yang kabur, gambar yang kurang jelas dan sebagainya.⁴²

Halangan Ekologi/Sekitar

Halangan bentuk ekologi terjadi apabila berlakunya gangguan alam sekeliling di sekitar tempat berlakunya komunikasi. Sebagai contoh, bunyi riuh rendah, bunyi kenderaan yang lalu-lalang, dan lain-lain lagi.⁴³

KESIMPULAN

Bagi melancarkan lagi proses kempen di masa yang akan datang maka setiap calon dan *campaign manager* sewajarnya memahami tentang perihal komunikasi lisan dan bukan lisan dengan sebaik mungkin. Hal ini pastinya akan berupaya menjadikan kempen mereka berjalan dengan lebih baik dan efisien. Apa yang diperkatakan dan yang dilakukan ketika berkempen akan dinilai oleh para pengundi dan masyarakat amnya.

NOTA AKHIR

- ¹ Astrid S. Susanto.(1987).*Komunikasi Teori dan Praktis*. Wan Sakinah Wan Ibrahim (terj.), Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka,h. 1.
- ² Onong Uchjana Effendi, M.A.(1986).*Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV, h. 3.
- ³ Onong Uchjana Effendi, M.A.(1988).*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV, h. 11.
- ⁴ Adair, John Eric.(1973).*Training for Communication*. Great Britain: Macdonald and Company (Publishers) Limited, h. 13.
- ⁵ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*Pengantar Komunikasi*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia, h. 2.
- ⁶ Ibid., h. 3.
- ⁷ Astrid S. Susanto.(1987).*op-cit.*, h.1.
- ⁸ Ibid., h. 52-53.
- ⁹ Naim Haji Ahmad.(2006).*op-cit.*, h. 8.
- ¹⁰ Naim Haji Ahmad.(2006).*op-cit.*, h. 9.
- ¹¹ Marwan Ibrahim al-Kaysi.(1997).*Adab Sopan dan Budi Pekerti dalam Islam: Panduan Adab Islam*. Hussin Salamon & Mohd. Nasir Ripin (terj.), Skudai: Universiti Teknologi Malaysia, h. 145.
- ¹² Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 56-57
- ¹³ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 54.
- ¹⁴ Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 222.
- ¹⁵ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 56-57.
- ¹⁶ Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 221.
- ¹⁷ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 58.
- ¹⁸ McKenna, Colleen.(2003).*Powerful Communication Skills: How to Communicate with Confidence*. New Delhi: Viva Books Private Limited., h. 45.
- ¹⁹ Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E.(1995).*op-cit.*, 182.
- ²⁰ McKenna, Colleen.(2003).*op-cit.*, h. 52.
- ²¹ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 64 -73.

- ²² Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 204.
- ²³ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 62.
- ²⁴ Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 206.
- ²⁵ *Ibid.*, h. 206.
- ²⁶ Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 63.
- ²⁷ *Ibid.*, h. 63.
- ²⁸ Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 206.
- ²⁹ Abdullah Hassan.(2007).*op-cit.*, h. 206.
- ³⁰ Mohd Baharudin.Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 63.
- ³¹ Samovar, Larry A dan Porter, Richard E.(1995), *op-cit.*, 183.
- ³² Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*op-cit.*, h. 64.
- ³³ Abdullah Hassan.(2007), *op-cit.* h. 207.
- ³⁴ Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E.(1995).*op-cit.*, 184.
- ³⁵ Abdullah Hassan dan Ainon Mohd.(2000).*op-cit.*, h. 162-163.
- ³⁶ Samovar, Larry A. dan Porter, Richard E.(1995), *op-cit.*, h. 185.
- ³⁷ Onong Uchjana Effendi, M.A.(1986), *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Remadja Karya CV., h. 14 -20.
- ³⁸ *Ibid.*, h. 14.
- ³⁹ *Ibid.*, h. 15.
- ⁴⁰ *Ibid.*, h. 16-17.
- ⁴¹ *Ibid.*, h. 17-18.
- ⁴² *Ibid.*, h. 19.
- ⁴³ *Ibid.*, h. 19-20.

RUJUKAN

- Abdullah Hassan.(2007).*Berdakwah dengan Efektif*. Selangor: PTS Publications & Distributors Ddn. Bhd.
- Adair, John Eric.(1973).*Training for Communication*. Great Britain: Macdonald and Company (Publishers) Limited
- Astrid S. Susanto.(1987).*Komunikasi Teori dan Praktis*. Wan Sakinah Wan Ibrahim (terj.), Kuala Lumpur: Dewan Bahasa dan Pustaka.
- Marwan Ibrahim al-Kaysi.(1997).*Adab Sopan dan Budi Pekerti dalam Islam: Panduan Adab Islam*. Hussin Salamon & Mohd. Nasir Ripin (terj.), Skudai: Universiti Teknologi Malaysia.
- McKenna, Colleen.(2003).*Powerful Communication Skills: How to Communicate with Confidence*. New Delhi: Viva Books Private Limited
- Mohd Baharudin Othman dan Mohd Khairie Ahmad.(2007).*Pengantar Komunikasi*. Sintok: Penerbit Universiti Utara Malaysia
- Naim Haji Ahmad.(2006).“Perucapan Awam: Beberapa Saranan Mempertingkatkan Kemahiran dan Keberkesanan” dalam Naim Haji Ahmad dan Zaheril Zainudin (eds.), *Bicara Media 2*. Kolej Universiti Islam Malaysia: Fakulti Kepimpinan & Pengurusan.
- Onong Uchjana Effendi, M.A.(1986).*Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV
- Onong Uchjana Effendy, M.A.(1988).*Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV

Samovar, Larry A. and Porter, Richard E.(1995).*Communication Between Cultures*. 2nd. edition. Singapore: Wadsworth Publishing Company.