

**Persepsi Visual Wanita terhadap Desain Visual
pada Sosialisasi Gempa di Indonesia**
*(Women's Visual Perception of the Earthquake Socialization Design in
Indonesia)*

Puspita Yuli Pradita

**Desain Komunikasi Visual, Fakultas Seni Rupa dan Desain, Universitas Kristen Maranatha, Jl. Surya
Sumantri no 65 Pasteur, Bandung, Jawa Barat, Indonesia**

Puspita2805@gmail.com

Abstrak

Dengan berada pada wilayah “Ring of Fire”, Seluruh warga negara Indonesia diharuskan lebih bersiap terhadap kemungkinan-kemungkinan terjadinya pergeseran lempeng tektonik yang berakibat gempa di kemudian hari. Banyak sosialisasi dan informasi mengenai Gempa Bumi yang telah disebar di berbagai media baik digital dan cetak. Tetapi, bagi mayoritas orang hal tersebut belum begitu efektif, terutama bagi kaum wanita. Diawali dengan membuka *Foccus Grup Discussion* yang berisi 4 orang dengan latar belakang dari bidang Desain Komunikasi Visual dan juga bidang HSE (*Healthy and Safety, Environment*) tentang menyatukan visualisasi Informasi Keselamatan Kerja dengan visualisasi dan melihat ada sesuatu yang dapat diangkat, yaitu tentang perbedaan persepsi visual dari audiens perempuan dan laki-laki. Hal berikutnya yang diambil adalah mengumpulkan beberapa *sample* visual dan mengelompokkannya menjadi 5 kategori yang memiliki kesamaan visual dianalisis dari unsur-unsur visualnya. Hal tersebut mendasari penelitian lebih lanjut untuk menggunakan metode *Quantitatif* dengan mengambil jawaban dari 150 wanita yang ditargetkan sebagai audiens. 150 responden wanita dihadapkan dengan 15 pertanyaan mengenai kepedulian, kesiapan, dan persepsi visual mereka terhadap bencana Gempa dan tampilan visual pada media sosialisasinya. Hasil dari questioner dianalisis dengan metode *Likert*. Dari hasil analisis tersebut didapat jenis-jenis visual yang diminati oleh wanita yang dapat digunakan sebagai pertimbangan pembuatan sosialisasi bagi target market wanita.

Kata kunci: bencana gempa, wanita, persepsi visual, media sosialisasi

Abstract

Indonesia lies on “The Ring of Fire” area, which means all Indonesian citizens are required to be more prepared for the possibility of a tectonic plate shift that results in an earthquake every minute. Many socialization and information about the Earthquake that has been distributed in various media both digital and print. However, for the majority of people, this has not been very effective, especially for women. Started by opening the Focus Discussion Group which contained 4 people from the field of Visual Communication Design and also the HSE (Healthy and Safety, Environment) field about integrating Work Safety Information with visualization and highlighting the differences in visual perception from female and male audiences as the context. The next thing that was taken was collecting some visual samples and grouping them into 5 categories that had visual similarities analyzed from the visual elements. This underlies further research to use the Quantitative method by taking answers from 150 women who are targeted as audiences. 150 female respondents were confronted with 15 questions regarding their awareness, preparedness, and visual perception of the earthquake socialization media. The results of the questionnaire were analyzed using the Likert method. The results found the types of visuals that work for women for consideration in the making of socialization for women market in Indonesia.

Keywords: earthquake, women, visual perception, socialization media

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan Negara yang berada pada pertemuan lempeng tektonik yang disebut “Ring of Fire” yang diasosiasikan sebagai wilayah yang rawan bencana alam. Bencana alam yang paling sering terjadi dengan berbagai derajat keparahannya adalah Gempa Bumi. BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika) mencatat telah terjadi 11.577 Gempa Bumi sepanjang tahun 2018 dengan berbagai *magnitude* dan juga tingkat kedalamannya. Seluruh warga negara Indonesia diharuskan lebih bersiap terhadap kemungkinan-kemungkinan terjadinya pergeseran lempeng tektonik yang berakibat gempa di kemudian hari. Banyak sosialisasi dan informasi mengenai Gempa Bumi yang telah disebar di berbagai media baik digital dan cetak. Tetapi masih diragukan apakah sosialisasi tersebut dapat diterima semua kalangan, terutama untuk wanita karena wanita termasuk kalangan yang rentan terhadap bencana gempa.

Di lain pihak isu kesetaraan gender Indonesia sedang meningkat karena Indonesia memiliki kebudayaan Patriarki yang kemudian menafsirkan perbedaan biologis sebagai pembatasan hak, akses, partisipasi, kontrol, peran, tanggung jawab, serta dalam menikmati manfaat dari sumber daya dan informasi. Budaya Patriarki menggambarkan bahwa Pria memiliki kedudukan yang tinggi baik di kehidupan berumah tangga maupun di masyarakat. Terlihat pada beberapa bentuk visual dalam sosialisasi kebencanaan, termasuk tentang antisipasi Gempa Bumi menggunakan karakter-karakter visual yang maskulin, dengan tata bahasa yang kompleks.

Tujuan penelitian ini adalah untuk membuka wawasan umum bahwa hal seperti perbedaan bentuk visual dapat menimbulkan banyak persepsi publik dan mempengaruhi tingkat kualitas penyebaran informasi. Informasi yang dirasa sudah cukup baik bagi beberapa pihak bisa saja diterima dengan berbeda oleh pihak yang lain apabila tidak memperhatikan aspek-aspek terkait, salah satunya adalah memperhatikan perbedaan persepsi visual sesuai gender. Demi sosialisasi yang lebih baik tentang informasi bencana, maka diperlukan pendekatan visual dan media yang disesuaikan terhadap masing-masing gender, sehingga penyebaran informasi tersebut dapat lebih diterima oleh berbagai pihak, terutama Wanita.

KAJIAN TEORI

Beberapa teori yang mendasari penelitian ini mencakup Teori Sistem Sosial Budaya, Teori persamaan gender, teori persepsi visual dan juga Teori Semiotika, antara lain sebagai berikut:

Teori Persepsi Visual

Secara teoritis, persepsi adalah proses membedakan rangsang atau stimulus yang satu dari yang lain dengan melakukan interpretasi terhadapnya, atau proses pengorganisasian data yang masuk ke sistem sensorik atau inderawi, atau dapat pula dikatakan sebagai proses yang terjadi saat orang memilih, menerima, mengorganisasi dan menterjemahkan informasi dari lingkungan (Noe & Thomson, 2002). Dalam menterjemahkan suatu persepsi visual setiap individu memiliki banyak faktor penentu. Menurut Dr. Margaretha Margawati Van Eymeren (2014) mengatakan bahwa dalam mempersepsi manusia harus mengalami dua dimensi sekaligus, yaitu dimensi lahir dan batinnya, terpahami bahwa sesekali manusia dapat terkena bias. Apa yang sesungguhnya, yang berada di kesadaran lahirnya, yang bersifat faktual, ketika diproses secara kognitif di kesadaran batinnya menjadi dipersepsi secara berbeda. Hal ini juga yang mendasari perbedaan persepsi visual pada perbedaan gender.

Teori Persamaan Gender

Era 4.0 di Indonesia dengan perkembangan akses teknologi terjadi suatu disrupsi terhadap pola pikir lama tentang perbedaan hak dan kewajiban gender dan meningkatkan kesetaraan gender.

“Kesetaraan gender adalah keadaan bagi perempuan dan laki-laki menikmati status dan kondisi yang sama untuk merealisasikan hak azasinya secara penuh dan sama-sama berpotensi dalam menyumbangannya dalam pembangunan, dengan demikian kesetaraan gender adalah penilaian yang sama oleh masyarakat terhadap persamaan dan perbedaan perempuan dan laki-laki dalam berbagai peran yang mereka lakukan” (KMNPP RI, 2001 dalam Widayani, Ni Made Diska. 2014).

METODE PENELITIAN

Diawali dengan membuka *Foccus Grup Discussion* yang berisi 4 orang dengan latar belakang dari bidang Desain Komunikasi Visual dan juga bidang HSE (*Healthy and Safety, Environment*) tentang menyatukan visualisasi Informasi Keselamatan Kerja dengan visualisasi dan melihat ada sesuatu yang dapat diangkat, yaitu tentang perbedaan persepsi visual dari audiens perempuan dan laki-laki. Hal berikutnya yang diambil adalah mengumpulkan beberapa *sample* visual dan mengelompokkannya menjadi 5 kategori yang memiliki kesamaan visual dianalisis dari unsur-unsur visualnya. Hal tersebut mendasari penelitian lebih lanjut untuk menggunakan metode Kuantitatif dengan mengambil jawaban dari 150 wanita yang ditargetkan sebagai audiens. 150 responden wanita dihadapkan dengan 15 pertanyaan mengenai kepedulian, kesiapan, dan persepsi visual mereka terhadap bencana Gempa dan tampilan visual pada media sosialisasinya. Hasil dari quesioner dianalisis dengan metode Likert.

ANALISIS DAN INTEPRETASI DATA

Perbedaan persepsi visual terjadi karena perbedaan makna visual yang diserap oleh fisik dan juga psikologi manusia yang berbeda-beda. Suatu persepsi visual tidak terlepas dari unsur-unsur seni rupa yang membentuknya, Menurut Wisnu Jadmika (2013).

Pada penelitian ini diambil beberapa jenis *sample* gambar / visual yang menginformasikan tentang bencana alam (terutama tentang gempa bumi). Yang kemudian dikelompokkan menjadi 5 berdasarkan kesamaan dari unsur-unsur visual, misalnya bentuk garis, bidang, penggunaan ilustrasi atau fotografi, dan penggunaan warna. 5 contoh ini kemudian di ujikan ke pada 150 *sample* wanita berusia 20-40 tahun dari seluruh wilayah Indonesia yang berada di pusat kota di beberapa daerah. Data diinput melalui google form. Dari jawaban mereka dianalisis kecenderungan selera visual dan persepsi visual wanita terhadap kebencanaan, berikut penjelasannya:



Gambar 3. Mitigasi Bencana Lampost.co

(Sumber: <http://www.lampost.co/berita-mitigasi-bencana-gempa-bumi-di-indonesia,2016>)

Gambar 3 merupakan *sample* gambar 1, yaitu poster mitigasi bencana terbitan Lampost.co merupakan *sample* visual terbanyak yang beredar pada tahun sebelum 2016. Dianalisis dari unsur senirupanya, menggunakan garis lurus adalah **stabil, statis, tegas, kaku, kuat, kokoh, tajam, tegar, sportif, konstruktif, maskulin, jantan, rapi**. Bidang (*shape*) membentuk bidang segi empat dengan frame tebal dengan ukuran yang hampir rata dan juga segilima dengan ukuran yang sama memperkuat kesan kokoh, maskulin, rapi, terorganisir, dan kaku. Dalam segi pewarnaan visual tersebut menggunakan warna-warna kontras yang saling bertentangan dan juga terang mencolok (warna neon). Gambar 9 diuji cobakan terhadap 150 *sample* wanita dan 100% wanita mengatakan TIDAK tertarik dengan visual tersebut dengan beberapa penjelasan terhadap jawaban

SEMINAR NASIONAL SANDYAKALA 2019

mereka. Beberapa responden memberikan jawaban, antara lain : visual yang ditampilkan terkesan kaku, monoton, foto yang digunakan kurang dapat dimengerti, penjelasan dari yang ditampilkan pada visual tersebut kurang memberi informasi yang jelas terhadap antisipasi bencana.



Gambar 4. Poster Tumbuhkan Budaya Kesiagaan Bencana Humas Jateng
(Sumber: <https://twitter.com/humasjateng/status/985756366974271488>, 2018)

Gambar 4 merupakan sample visual ke 2 yang mulai banyak beredar dimulai sejak tahun 2018. Dianalisis dari unsur seni rupanya menggunakan visual dengan penggunaan *borderless* (tanpa garis pinggir) dan lebih banyak menggunakan bidang plastik atau bidang yang menggunakan ilusi bayangan dan perbedaan warna untuk memberi kesan tingkat kedalaman. Juga menggunakan bentuk (*shape*) yang tidak kaku dan banyak bermain pada bidang yang asimetris membentuk unsur *playful*. Ilustrasi yang digunakan menggunakan ilustrasi manusia yang bentuknya disederhanakan dengan bentuk menggunakan banyak unsur lengkung dan tanpa sudut dan ekspresi pada karakter ilustrasi terlihat *friendly* dan ceria dengan banyak senyum. Dari segi warna poster tersebut menggunakan warna analog, yaitu warna yang unsurnya berdekatan seperti penggunaan warna toska dan hijau, oranye dan coklat. Selain itu juga menggunakan warna-warna yang dingin yaitu penggunaan warna-warna muda. Dari 150 sample wanita, 80% memberi jawaban SANGAT TERTARIK dengan visual poster tersebut namun 20% wanita merasa TIDAK TERTARIK dengan beberapa penjelasan terhadap jawaban mereka. Beberapa responden memberikan jawaban, antara lain : menggunakan ilustrasi yang menarik, layout visual yang tidak bertumpuk dan rapi memudahkan untuk dibaca, tetapi visual tersebut memiliki komentar negatif antara lain penggunaan ilustrasi yang tidak menjelaskan isi dari informasinya, gestur dari ilustrasinya berulang dan monoton, mereka menyarankan bahwa ilustrasinya bisa digambarkan sesuai dengan poin-poin informasi. Huruf yang kecil sehingga kurang terbaca dan informasinya bukan yang mereka perlukan untuk menangani masalah bencana.



Gambar 5. Poster Yang Harus Kita Lakukan Sebelum, Saat dan Sesudah Gempa Bumi Majalah Gadis.co.id (sumber: <https://www.gadis.co.id/Ngobrol/yang-harus-kita-lakukan-sebelum-saat-dan-sesudah-gempa-bumi>, 2018)

Gambar 5 merupakan poster yang dipublikasikan oleh majalah Gadis pada laman situs Gadis.co.id pada tahun 2018. Menggunakan unsur bidang yang tegas tanpa sudut membentuk unsur keteraturan dan tegas. Ilustrasi menggunakan visual manusia yang sangat sederhana yaitu karakter “stickman” dan menggunakan warna Monokrom (*Monochrome*); warna monokrom adalah warna yang masih sejenis atau masih sekeluarga. Warna monokrom contohnya adalah keluarga warna merah, maka terdiri dari warna : merah hitam, merah coklat, merah gelap, merah jernih (primer), merah muda, merah jambu, merah jambu muda, dan seterusnya memberi kesan kesatuan. Dari 150 sample wanita, 100% wanita SANGAT TERTARIK dengan poster tersebut dengan beberapa penjelasan terhadap jawaban mereka. Beberapa responden memberikan jawaban, antara lain : visualnya menunjukkan informasi yang jelas dan detail dengan *step by step* nya. Penggunaan warna monokrom yang tidak banyak gangguan sehingga bisa fokus terhadap konten. Dengan adanya bidang memberi kesan yang serius, tegas, dan penting. Namun, adapula yang memberikan saran, antara lain: Sebaiknya penggunaan karakter “stickman” diganti dengan ilustrasi sederhana yang lebih jelas gesturnya, karena ada beberapa gestur yang tidak sesuai dengan arahan informasi, sehingga apabila tulisannya tidak dibaca, audiens tidak mengerti maksud dari gestur ilustrasi tersebut.



Gambar 6. Poster kesiapsiagaan menghadapi Gempa Bumi BNPB
(Sumber: <https://twitter.com/uscongensby/status/1045825429234343936?lang=pt>,2018)

Gambar 6 merupakan sampel ke 4, poster yang disebarakan oleh BNPB (Badan Nasional Penanggulangan Bencana) melalui *website* resmi dan juga media sosial twitter. Poster tersebut cukup sederhana dengan menggunakan bentuk lingkaran dan juga ilustrasi sederhana dengan bentuk gambar yang disederhanakan. Warna yang diambil mayoritas warna oranye, symbol warna oranye diibaratkan kering, gersang, **kebahagiaan, kegembiraan**, ranum. Dari 150 responden menyatakan 100% SANGAT TERTARIK terhadap visual poster dengan beberapa penjelasan terhadap jawaban mereka. Beberapa responden memberikan jawaban, antara lain : info dan juga ilustrasinya mudah untuk dibaca karena diberikan dengan point-point atau langkah-langkah. Setiap Langkah diberikan pula ilustrasi yang memvisualkan informasi yang dituliskan pada *text* di sebelahnya. Penggunaan warna dengan menggunakan warna yang mencolok atau berkesan kontras, mudah diperhatikan (*eye catching*). Hanya saja, warna tersebut akan kurang nyaman jika dilihat dalam waktu yang lama, maka dari itu *text* pendek sangat cocok. Audiens memberi saran bahwa sebaiknya ada tambahan keterangan lain yang menjelaskan detail-detail informasi dari langkah-langkah yang disebutkan pada poster tersebut di poster yang terpisah. Karena Informasi yang didapat hanya bentuk umumnya saja, sedangkan tidak disertakan detail cara contohnya nomer 1, yaitu mencari tempat aman di sekitar rumah, perlu lebih dijelaskan seperti apakah tempat aman tersebut.



Gambar 7. Poster kesiapsiagaan menghadapi Gempa Bumi BMKG

(Sumber: situs BMKG, 2018)

Gambar 7 merupakan sampel ke 5, poster yang disebar oleh BMKG (Badan Meteorologi, Klimatologi, dan Geofisika) melalui *website* resminya. Poster tersebut terdiri dari langkah demi langkah antisipasi terhadap gempa. Menggunakan ilustrasi dengan karakter kartunis pada setiap langkah-langkahnya. Menggunakan garis outline pada karakter ilustrasinya dan juga warna kontras sebagai latarnya. Garis yang digunakan mayoritas adalah garis lengkung memberi kesan fleksible, fun dan tidak kaku. Dari 150 responden menyatakan 100% TIDAK TERTARIK terhadap visual poster dengan beberapa penjelasan terhadap jawaban mereka. Beberapa responden memberikan jawaban, antara lain : penggunaan warna yang terlalu kontras tidak mereka sukai, warna text hitam diatas merah menghilangkan keterbacaan. Penggunaan warna yang terlalu kontras membuat mata tidak nyaman saat membacanya. Text yang terlalu kecil dan panjang membuat mereka kesulitan membaca informasi. Penggunaan jenis font dan warna font pada judul poster tidak mereka sukai dan kurang terbaca. Ilustrasinya kurang cocok, ada pendapat salah satu dari mereka bahwa karakter kartun yang ada pada poster tersebut terlalu maskulin karena bentuknya seperti karikatur dengan garis outline yang tegas dengan visual wajah yang kurang estetik. Beberapa gestur pada ilustrasi tidak sesuai dengan informasi pada *text*. Namun, dilain pihak mereka menyatakan bahwa informasi yang diberikan pada poster tersebut adalah informasi yang paling dari ke lima poster di atas.

HASIL ANALISIS

Pengujian respon dari 150 responden dengan Skala Likert. Aspek yang diukur dalam pengujian Likert adalah unsur ketertarikan visual wanita terhadap media sosialisasi bencana di Indonesia secara keseluruhan. Berikut rangkuman hasil penilaian 150 responden tersebut:

- Responden yang menjawab sangat suka (skor 5) berjumlah 8 orang
- Responden yang menjawab suka (skor 4) berjumlah 39 orang
- Responden yang menjawab netral (skor 3) berjumlah 57 orang
- Responden yang menjawab tidak suka (skor 2) berjumlah 41 orang
- Responden yang menjawab sangat tidak suka (skor 1) berjumlah 5 orang

Rumus: $T \times P_n$

T = Total jumlah responden yang memilih

P_n = Pilihan angka skor Likert

- Responden yang menjawab sangat suka (5) = $8 \times 5 = 40$
- Responden yang menjawab suka (4) = $39 \times 4 = 156$
- Responden yang menjawab netral (3) = $57 \times 3 = 171$
- Responden yang menjawab tidak suka (2) = $41 \times 2 = 82$
- Responden yang menjawab sangat tidak suka (1) = $5 \times 1 = 5$
- **Semua hasil dijumlahkan, total skor = 436**

Interpretasi Skor Perhitungan

Y = skor tertinggi likert x jumlah responden

X = skor terendah likert x jumlah responden

Jumlah skor tertinggi untuk item “Sangat Suka” adalah $5 \times 150 = 750$, sedangkan item “Sangat Tidak Suka” adalah $1 \times 150 = 150$.

Rumus Interval

$I = 100 / \text{Jumlah Skor (Likert)}$

Maka = $100 / 5 = 20$

Hasil (I) = 20

(Ini adalah intervalnya jarak dari terendah 0 % hingga tertinggi 100%)

Berikut kriteria interpretasi skornya berdasarkan interval:

- Angka 0% – 19,99% = Sangat (tidak setuju/buruk/kurang sekali)
- Angka 20% – 39,99% = Tidak setuju / Kurang baik)
- Angka 40% – 59,99% = Cukup / Netral
- Angka 60% – 79,99% = (Setuju/Baik/suka)
- Angka 80% – 100% = Sangat (setuju/Baik/Suka)
-

Penyelesaian Akhir

Rumus Index % = Total Skor / Y x 100

= Total skor / Y x 100

= 436 / 750 x 100

= 58.13 %, berada dalam kategori “Cukup/ Netral”

Hasil tersebut mengatakan bahwa visual sosialisasi Gempa pada media yang sudah ada saat ini cukup disukai oleh wanita, namun bisa ditingkatkan lagi dengan memperhatikan Persepsi Visual dan Unsur senirupa yang cenderung dipilih oleh wanita, sebagai berikut :

1. Lebih menyukai menggunakan bentuk bidang (*shape*) tanpa garis outline dibandingkan menggunakan garis yang tegas dan kaku. Karena wanita relatif lebih menyukai kelembutan dan bersifat terbuka.
2. Lebih menyukai sudut lengkungan dibandingkan sudut tajam. Dengan alasan sudut lengkung memberi kesan perlindungan dan kenyamanan.
3. Menyukai ilustrasi yang bentuknya sederhana, cenderung tidak menyukai bentuk karikatur dengan visual wajah yang tidak estetik. Wanita menyukai karakter yang memiliki wajah yang estetik, karena wanita menyukai dan memperhatikan kecantikan pada wajah sebagai hal yang penting.
4. Gestur pada ilustrasi tersebut harus sesuai dengan informasi pada text. Dengan alasan wanita lebih tertarik membaca pesan gambar dibandingkan membaca text.
5. Tidak terlalu menyukai visual yang terlalu penuh dengan gambar juga text yang panjang.
6. Menyukai warna yang lebih soft, hangat, monokrom, dibandingkan warna yang kontras dan mencolok mata. Karena wanita memiliki sifat yang hangat, keibuan, mengayomi, sehingga lebih cocok dengan warna-warna yang hangat.
7. Lebih menyukai gambar yang tidak terlalu penuh dan *to the point*. Penggunaan point-point seperti titik atau penggunaan angka lebih memudahkan keterbacaan.
8. Menyukai *Layout* dengan penyusunan informasi secara langkah demi langkah (*per point*) dibandingkan informasi yang diberikan dalam paragraf penuh.

SIMPULAN

Mayoritas visual yang beredar tentang kebencanaan di Indonesia saat ini sudah cukup menarik untuk wanita, namun beberapa hal bisa ditingkatkan lagi demi kelancaran persebaran dan penerimaan informasi tentang sosialisasi Gempa. Antara lain menggunakan unsur-unsur visual yang lebih nyaman bagi wanita seperti pemilihan bidang dibandingkan garis tegas, pemilihan sudut lengkung dibandingkan sudut tajam, pemilihan warna hangat dibandingkan warna kontras, Layout yang teratur dengan penggunaan point atau angka sehingga memudahkan keterbacaan, penggunaan ilustrasi yang lebih estetik adalah beberapa kecenderungan visual yang lebih diminati oleh wanita.

DAFTAR RUJUKAN

- Ariyabandu, Madhavi Malalgolda. Gender in Disaster Risk Reduction. ISDR: 2009
- Companion, Michele. Disaster's Impact on Livelihood and Cultural Survival: Losses, Opportunities and Mitigation. CRC Press: 2015.
- Djalante, Riyanti;Garschagen, Matthias; Thomalla, Frank; Shaw, Rajib. Disaster Risk Reduction in Indonesia : Progress, Challenges, and Issues. Springer: 2017.

SEMINAR NASIONAL SANDYAKALA 2019

- Fagel, Michael J. Principles of Emergency Management: Hazard Specific Issues and Mitigation Strategies. CRC Press: 2012.
- Gray, John. 2001. Men Are from Mars, Women Are from Venus
- Gultom, Elfrida. Development of Women Position in the Patrilineal Inheritance of Indonesian Society. Dinamika Hukum Jurnal. Trisakti University:2017.
- Kadushin, Charles. Understanding Social Networks. Oxford University Press: 2011.
- Prasetyo, Herdi. Rachmawati, Indira. Analisis AISAS (Attention- Interest- search- action-share) pada pada pengguna ASUS ZENFONEdi Indonesia. E-Proceeding of Management Vol.3. 2016.
- Smith, P.R. dan Taylor, Jonathan. Marketing Communications: An Integrated Approach (4th Edition). London, United Kingdom: Kogan Page Ltd. 2010