

POLA KOMUNIKASI INTERNAL MELALUI PESAN DIGITAL PADA PT. INDOSIAR VISUAL MANDIRI

¹Dinda Rakhma Fitriani

²Kisna Nengsih

³Rani Anggraeni

¹Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma,
dinda_rf@staff.gunadarma.ac.id

²Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, kisanengsih123@gmail.com

³Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Gunadarma, Ranggraeni535@gmail.com

Jalan Margonda Raya No. 100, Depok 16424, Jawa Barat

ABSTRAK:

Semakin berkembangnya teknologi semakin cepat pula arus komunikasi terjadi, lebih efisien, cepat dengan media online yang banyak ditemukan di era millenials, seperti aplikasi *whatsapp messenger* yang banyak digunakan dari berbagai kalangan, karena kemudahan untuk menggunakannya *whatsapp messenger* banyak digunakan sebagai media grup informal maupun formal yang digunakan pada organisasi tertentu, seperti yang dilakukan PT. Visual Mandiri (Indosiar) yang salah satu divisinya yaitu divisi *planning and scheduling* yang menggunakan aplikasi *whatsapp messenger* untuk berkomunikasi dalam organisasi. Pola komunikasi organisasi yang biasa dilakukan di dunia fisik seperti pola komunikasi vertikal, horisontal, diterapkan dalam komunikasi di dunia maya, yang sifatnya terbatas oleh indra dan bersifat terbuka. Peneliti ingin menemukan konsep baru dari pola aliran komunikasi organisasi di media sosial *whatsapp messenger*, yang mengarah pada *Organizational Behavior*. Dengan menggunakan metode penelitian kualitatif dan pendekatan fenomenologi, selain mengamati peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan narasumber, dan menggunakan triangulasi data. Dengan hasil temuan pola komunikasi organisasi yang masih ada dan sifatnya tidak seperti dilakukan di dunia fisik, komunikasi yang terjadi di dunia digital lebih terbuka, fleksibel dan sifatnya tidak terlalu kaku. Pesan yang biasanya di pertukarkan bersifat informatif dan persuasif.

ABSTRACT :

Nowdays the development of technology is Increasing rapidly its also change the flow of communication occurs, its more efficiently, quickly with online media that many found in the era of millenials, such as whatsapp messenger, the applications that widely used from various circles. Because of the convenience to use, whatsapp widely used as an informal and formal media group in use on certain organizations, such as PT. Visual Mandiri (Indosiar), which one of the division of planning and scheduling that uses whatsapp applications to communicate within the organization. Organizational communication patterns commonly done in the physical world such as vertical communication patterns, horizontal, applied in communication in cyberspace, which is limited by the senses and is open. Researchers want to discover a new concept of organizational communication flow patterns in Whatsap social media, which leads to Organizational Behavior. Using qualitative research methods and phenomenology approach, besides observing the researcher also conducted in-depth interviews with resource persons, and using data triangulation. With the findings of organizational communication patterns that are still there and its nature is not like done in the physical world, komunkasi that occurred in the virtual world more open and flexible and its not too rigid. Messages are usually in exchange such as informative and persuasive message.

PENDAHULUAN

Semakin berkembangnya teknologi semakin cepat pula arus komunikasi yang terjadi di Era digital, komunikasi semakin cepat, praktis dan efisien. Komunikasi *online* lebih banyak penggunaannya dan lebih sering berkomunikasi di dunia maya dibandingkan berkomunikasi di dunia nyata. Tidak heran jika ditemui orang-orang yang sedang berkumpul berdekatan tapi masih berkomunikasi lewat digital. Salah satu komunikasi digital yang paling terkenal adalah *messenger Apps* yang berbasis online dan *Free Platform*, seperti *WhatsApp messenger*. *Whatsapp messenger* merupakan aplikasi *messenger Online* gratis, yang di rilis pada tahun 2009. *WhatsApp messenger* digunakan untuk saling menukar pesan, gambar, file, audio, dan lain-lain. *WhatsApp messenger* juga bisa membuat grup dengan mudah dan praktis, dimana semua komunikasi di dalam grup terkelola oleh admin dan anggota-anggotanya. Tidak heran jika seseorang yang nyaman dengan aplikasi *WhatsApp* bisa mempunyai grup lebih dari lima grup yang berbeda, dan tidak sedikit pula orang menggunakan *WhatsApp messenger* group sebagai wadah organisasi informal yang menyangkut *Main Activities* dari organisasi tertentu.

Seperti organisasi penyiaran besar, PT. Indosiar Visual Mandiri, yang memiliki banyak unit/divisi-divisi melakukan komunikasi menggunakan *whatsapp messenger*. Salah satunya adalah divisi *planning and scheduling*, divisi yang sangat sibuk dan dituntut untuk cepat dan cermat dalam melakukan tugas, selalu melakukan komunikasi dan koordinasi setiap saat, untuk memastikan jalannya siaran. Biasanya organisasi identik dengan suatu hirarki sistematis dalam pembagian kerja dalam rangka mencapai tujuan yang telah diterapkan secara struktural dan sistematis, yang saling berinteraksi dalam wewenang tertentu, dan terdapat pola komunikasi organisasi yang khas, seperti pola komunikasi Vertikal, Horizontal dan Diagonal. Bagaimana jika suatu organisasi yang memiliki hierarki kepangkatan terbentuk dan terjadi dalam sebuah group online melalui aplikasi *WhatsApp messenger* yang karakteristiknya tidak terbatas dan membentuk suatu pola komunikasi, apakah pola tersebut ada dan digunakan dalam komunikasi organisasi, dan bagaimana proses komunikasi terjadi apakah masih mempertahankan pola komunikasi atau menghilangkan sekat hirarki dalam organisasi.

Dalam *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, pola di artikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang di sampaikan. Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Dengan demikian, pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Tubbs dan Moss dalam Mulyana (2006:26) mengatakan bahwa pola komunikasi dapat diciptakan oleh hubungan komplementaris atau simetri. Dalam hubungan

komplementer, satu bentuk perilaku akan diikuti oleh lawannya. Contohnya perilaku dominan dari satu partisipan mendatangkan perilaku tunduk dan lainnya. Dalam simetri, tingkatan sejauh mana orang berinteraksi atas dasar kesamaan. Dominasi bertemu dengan dominasi, atau kepatuhan dengan kepatuhan. Disini mulai dilibatkan bagaimana proses interaksi menciptakan struktur sistem. Bagaimana orang merespon satu sama lain menentukan jenis hubungan yang mereka miliki.

TINJAUAN PUSTAKA

Pola yaitu adalah sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan. Komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan, kontak. Dengan demikian, pola komunikasi di sini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Awal terjadinya komunikasi karena ada sesuatu pesan yang ingin disampaikan. Siapa yang berkepentingan untuk menyampaikan suatu pesan berpeluang untuk memulai komunikasi. Yang tidak berkepentingan untuk menyampaikan suatu pesan cenderung menunda komunikasi. Komunikasi berpola stimulus-respons adalah model komunikasi yang masih terlihat dalam kehidupan keluarga. Komunikasi berpola *stimulus-respons* berbeda dengan komunikasi berpola interaksional. Dalam komunikasi berpola kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi sama-sama aktif dan kreatif dalam menciptakan arti terhadap ide gagasan yang disampaikan via pesan, sehingga jalannya komunikasi terkesan lebih dinamis dan komunikatif.

Komunikasi berarti mentransfer pesan dari satu ke yang lain dan memiliki beberapa bentuk seperti intrapersonal, interpersonal, kelompok dan komunikasi massa. Komunikasi kelompok memiliki pola tertentu dalam sendirinya. Garis-garis yang terhubung menunjukkan arah pesan itu mengalir. Beberapa pola yang populer dari website dalam studi komunikasi seperti¹:

- a. Pola Komunikasi Roda Seorang pemimpin yang menjadi fokus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan seluruh anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompoknya hanya dapat berhubungan dengan pemimpinnya. Jadi pemimpin sebagai komunikator dan anggota kelompok sebagai komunikan yang dapat melakukan feedback pada pemimpinnya namun tidak dapat berinteraksi dengan sesama anggota kelompoknya karena yang menjadi fokus hanya pemimpin tersebut.

¹ <https://www.communicationtheory.org/patterns-of-communication/> (Di akses pada 7/18/18 9:55 PM)

- b. Pola Komunikasi Rantai. Satu anggota hanya dapat berkomunikasi dengan satu anggota lain lalu anggota lain tersebut dapat menyampaikan pesan pada anggota lainnya lagi begitu seterusnya. Sebagai contoh, si A dapat berkomunikasi dengan B, B dengan C, C dengan D, D dengan E dan begitu seterusnya.
- c. Pola Komunikasi Bintang. Pola bintang hampir sama dengan struktur lingkaran dalam arti semua anggota adalah sama dan semuanya juga memiliki kekuatan yang sama untuk memengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur semua saluran, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum
- d. Pola Komunikasi Lingkaran. Dalam pola circle, pengirim (*Group Leader*) dapat berkomunikasi dengan penerima (anggota kelompok) yang ada disampingnya. Tidak ada anggota kelompok yang lain yang tidak dapat menerima pesan. Mereka menerima pesan dan berbagi pesan dari pengirim.
- e. Pola Komunikasi Y. Terdapat tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang-orang disampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan seseorang disampingnya.

Komunikasi memiliki peran yang sangat penting dalam semua kegiatan manusia, baik individu maupun organisasi. Peran komunikasi dalam organisasi sangat diperlukan guna tercapainya hubungan yang baik antar anggota dan demi tercapainya suatu tujuan bersama. Seiring dengan terjadinya komunikasi yang terus dilakukan, pola komunikasi dalam organisasi tersebut akan terbentuk dengan sendirinya, dan setiap organisasi pasti memiliki pola komunikasi yang berbeda-beda. Cara penyampaian pesan, media yang digunakan, serta aturan dalam berkomunikasi merupakan bagian dari pola komunikasi.

Pola komunikasi menentukan pembentukan alur dan suasana komunikasi. Suasana yang bersifat kekeluargaan pada saat berkomunikasi diyakini dapat mendorong anggota organisasi untuk dapat berkomunikasi secara lebih terbuka, tidak canggung (luwes) dengan anggota organisasi lainnya. Oleh karena itu, peranan komunikasi semakin tidak terelakan, untuk kepentingan berinteraksi, memecahkan masalah, atau untuk menjalin hubungan baik dengan sesamanya. Demikian pula bila dilihat dari sudut pandang organisasi sebagai suatu kesatuan sosial yang terdiri dari orang atau kelompok orang yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai suatu tujuan bersama (Robbins, 1994:4), komunikasi memiliki peranan penting, salah satunya dalam menjalin hubungan dengan para *stakeholder*.

Salah satu hal penting dalam memahami komunikasi organisasi adalah bahwa kita seyogianya memahami pendekatan-pendekatan yang mempengaruhi cara berpikir atau cara pandang terhadap organisasi. Organisasi menurut Robbins (2003:4) diartikan sebagai suatu unit

(satuan) sosial yang dikoordinasikan dengan sadar, yang terdiri dari dua orang atau lebih, yang berfungsi atas dasar yang relatif terus menerus untuk mencapai suatu tujuan atau serangkaian tujuan bersama.

Pace & Faules (2013:11) mengemukakan bahwa terdapat dua pendekatan dalam memahami organisasi, pendekatan objektif dan pendekatan subjektif. Dalam pandangan “subjektif”, komunikasi organisasi menunjukkan bahwa realitas itu sendiri adalah konstruksi sosial, realitas sebagai suatu proses kreatif yang memungkinkan orang menciptakan apa yang ada “di luar sana”.

Pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang, terdiri dari tindakan-tindakan, interaksi, dan transaksi yang melibatkan anggota-anggota organisasi. Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus menerus berubah yang dilakukan orang-orang antara yang satu dengan lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang-orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut.

Pola komunikasi kelompok yang biasanya dilakukan secara langsung atau tatap muka, kini telah mengalami perubahan. Hal ini menunjukkan adanya pergeseran pola komunikasi yang beralih menggunakan teknologi atau media baru (*New Media*).

New Media atau media baru bukanlah media cetak, elektronik, maupun radio, media baru lebih dikenal dengan sebutan internet. Definisi *new media* dapat dibatasi sebagai ide, perasaan, dan pengalaman yang diperoleh seseorang melalui keterlibatannya dalam medium dan cara berkomunikasi yang baru, berbeda dan lebih menantang (Peter Ride & Andrew Dewdney, 2006:4).

WhatsApp Messenger merupakan salah satu media baru yang digunakan untuk berkomunikasi. Dengan koneksi internet *WhatsApp Messenger* dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan mengirimkan pesan, melakukan panggilan suara, panggilan video, mengirim gambar, mengirimkan file atau dokumen dan lain-lain.

Penelitian ini menggunakan teori Determinisme Teknologi, Dalam Buku Nuruddin yang berjudul “Pengantar Komunikasi Massa” di terdapat teori determinisme teknologi. Teori ini dikemukakan oleh Marshall McLuhan pertama kali pada tahun 1962 dalam tulisannya *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Ide dasar teori ini adalah bahwa perubahan yang terjadi pada berbagai macam cara berkomunikasi akan membentuk pula keberadaan manusia itu sendiri. Teknologi membentuk individu bagaimana cara berpikir, berperilaku dalam masyarakat dan teknologi tersebut akhirnya mengarahkan manusia untuk bergerak dari satu abad teknologi ke abad teknologi yang lain.

Penelitian ini juga menggunakan teori *Communicative Constitution of Organizations* (CCO), teori yang menggambarkan bentuk komunikasi internal organisasi dalam aplikasi

whatsapp pada divisi planning dan scheduling. Teori *Communicative Constitution of Organizations* (CCO) menurut James R Taylor dalam (Francois & Thomas) tidak hanya bisa menggambarkan bagaimana proses komunikasi, dan tujuannya, tetapi juga menampilkan bagaimana jaringan juga ikut berpengaruh dalam proses komunikasi. Hal yang berperan dalam CCO adalah jaringan (*network*). Jaringan merupakan susunan sosial yang diciptakan oleh komunikasi antar individu dan kelompok. Saat manusia saling berkomunikasi, terciptalah mata rantai yang merupakan jalur komunikasi dalam sebuah organisasi. Beberapa diantaranya ditentukan oleh aturan-aturan organisasi (seperti susunan birokrasi yang dinyatakan oleh Weber) dan jaringan formal (*formal networks*) yang banyak berkuat pada bagian susunan organisasi. Jaringan yang justru banyak berkembang bukan jaringan formal melainkan saluran-saluran informal yang sebenarnya dibentuk oleh para anggota organisasi tersebut yang tergabung dalam jaringan formal. Gagasan struktural dasar dari teori jaringan adalah keterkaitan (*connectedness*), dimana terbentuknya pola komunikasi yang cukup stabil antarindividu. Setiap orang memiliki susunan hubungan yang khusus dengan orang lain dalam organisasi. Hal ini disebut dengan jaringan pribadi (*personal networks*) dimana hubungan komunikasi yang dimiliki terjalin secara khusus dengan orang lain dalam organisasi, dan jaringan tersebut berbeda anggota dalam organisasi. Dari *personal networks*, manusia terhubung dengan *group networks* kemudian terhubung lagi ke jaringan yang lebih besar yaitu *organizational networks*. Satuan dasar dari organisasi adalah mata rantai (*link*) antara dua orang. Mata rantai dapat didefinisikan sebagai sebuah peranan jaringan (*network role*) tertentu, yang menghubungkan kelompok-kelompok dengan cara-cara tertentu. Ketika anggota organisasi saling berkomunikasi, mereka memenuhi beragam peranan dalam jaringan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan di PT. Indosiar Visual Mandiri pada divisi planning dan scheduling Jl. Damai No. 11 daan Mogor, Kota Jakarta Barat, DKI Jakarta. Nomor telepon (021) 5672222. Kode pos : 11510

Dalam penelitian ini paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Konstruktivisme menurut Guba dan Linconn adalah realitas sosial yang diamati oleh seseorang tidak dapat digeneralisasikan pada semua orang, perilaku manusia secara fundamental berbeda dengan perilaku alam, karena manusia berindak sebagai agen yang mengkonstruksi dalam realitas sosial mereka, baik itu melalui pemberian makna ataupun pemahaman perilaku. pengetahuan merupakan hasil kontruksi manusia yang merupakan permasalahan yang selalu berubah.

Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan fenomenologi, penelitian dengan berlandaskan fenomenologi melihat objek penelitian dalam satu konteks

naturalnya (Idrus, 2009). Muhajir dalam buku Muhammad Idrus (2009), mengungkapkan bahwa pendekatan fenomenologi melihat suatu peristiwa tidak seara parsial, lepas dari konteks sosialnya karena suatu fenomena yang sama dalam situasi yang berbeda akan pula emiliki makna yang berbeda pula. Dalam pendekatan fenomenologi peneliti akan melihat gejala yang terjadi di masyarakat dan memaparkan seperti apa adanya tanpa diikuti persepsi peneliti Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan jenis penelitian memakai deskriptif guna membuat deskripsi secara sistematis, faktual dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifatpopulasi atau objek tertentu.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan cara merangkum data yang bersumber atau kontak langsung dngan orang, kejadian dan situasi yang ada di lokasi penelitian (muhajir, 1996). Berdasarkan manfaat empiris, metode pengumpulan data kualitatif yang paling independen terhadap semua metode pengumpulan data dan teknis analisis data adalah metode observasi, wawancara mendalam dan dokumenter.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Aplikasi *WhatsApp* pada komunikasi internal, lebih banyak digunakan untuk komunikasi formal perusahaan. Alasan penggunaan aplikasi ini karena mudah dioperasikan, mudah diunduh, sudah banyak orang yang menggunakan dan familiar. Bentuk pesan yang terdapat pada divisi *programing* dan *scheduling* di PT. Indosiar Visual Mandiri adalah pesan informatif dan pesan persuasif. Pesan informatif adalah pesan-pesan mengenai tugas pekerjaan, obrolan harian, mengenai konten acara, mengenai jadwal tayang dan juga mengenai masalah dalam pekerjaan. Selain pesan informatif, terdapat pesan persuasif. Pesan persuasif yang terdapat yaitu kepada setiap pegawai untuk selalu on time dalam menaikan tayangan, mengatur schedule dan jika ada perubahan diharapkan menschedule ulang dengan cepat dan tepat. Selain itu pula diharapkan agar pegawai sudah lebih tahu apa yang harus dilakukan saat sudah dikantor, tidak banyak bertanya karena didalam komunikasi *WhatsApp* tersebut sudah jelas. Namun oleh karena itu kadang jika ada pegawai yang belum paham akan disampaikan via *WhatsApp*, pegawai sering takut untuk bertanya secara langsung, mereka memilih bungkam, dan hal ini malah bisa menimbulkan masalah baru. Kelebihan informasi yang disampaikan dalam *group WhatsApp*, semua informasi tersampaikan ke semua anggota. Belakangan *WhatsApp* juga menambah fasilitas lainnya, bisa mengirimkan file dokumen dalam ukuran besar selain foto yang tentunya menjadi kelebihan tersendiri.

Arah aliran informasi yang terjadi pada divisi *programing* dan *scheduling* adalah komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah dan komunikasi horizontal. Diimana dalam *group WhatsApp* ketua divisi melakukan komunikasi vertikal kepada karyawan dengan menginformasikan hal untuk diatur ulang baik itu perubahan jadwal, durasi siaran, dan lain-lain,

yang langsung diikuti oleh anggota-anggotanya, kemudian anggota-anggotanya melakukan komunikasi horizontal dengan melakukan *cross check* informasi kepada atasan tentang hal yang tidak sesuai dengan yang ada di lapangan, seperti ketika ketua menginformasikan durasi siaran program Azab harus dengan body tujuh segmen, namun karena bentrok dengan azan maghrib dan keadaan yang tidak diprediksi, durasi harus di cut hanya 6 durasi saja, hal tersebut disampaikan oleh anggota kepada ketua *planning* dan *Scheduling* melalui *Group WhatsApp*, begitu pula komunikasi horisontal, dimana anggota-anggotanya aktif untuk mengkoordinasikan program siaran, komunikasi yang terjadi lebih dinamis dan efektif dalam melakukan komunikasi internal, dengan lebih terbuka dan aktif.

Berdasarkan hasil penelitian, pola komunikasi yang terjadi di dalam divisi *programming* dan *scheduling*, adalah pola komunikasi bintang, karena sesuai pengertiannya bahwa, pola komunikasi bintang adalah yang dimana semua anggota adalah sama dan semuanya juga memiliki kekuatan yang sama untuk memengaruhi anggota divisi lainnya. Di dalam pola komunikasi bintang, setiap anggota divisi bisa berkomunikasi dengan setiap anggota lainnya. Pola ini memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.

KESIMPULAN DAN IMPLIKASI

Perubahan sistem dalam komunikasi internal organisasi berbasis teknologi, mengikuti perkembangan teknologi. Gadget menjadi perangkat yang tidak terpisahkan dari komunikasi internal seperti ini. Kecanggihan teknologi dan update perangkat media yang digunakan, makin mempermudah kinerja dan hasil yang dipakai pada komunikasi organisasi divisi *planning* dan *scheduling* penggunaan teknologi media sosial *WhatsApp* berorientasi pada tugas dan fungsi, untuk memastikan bahwa informasi sampai pada pihak yang dikehendaki, dan tujuan organisasi tercapai. Keseluruhan proses pekerjaan dapat berjalan dengan baik. Dengan pengelolaan koordinasi tugas dengan baik, hasil pekerjaan yang didapat juga baik. Apa yang sudah dilakukan oleh organisasi divisi *planning* dan *scheduling* menjadi dasar konsep bekerja yang baik sesuai dengan perkembangan zaman. Dimana terdapat suatu komunikasi dinamis antara ketua dan anggota dalam grup tersebut, yang merujuk pada aliran komunikasi yang lebih terbuka dan aktif, tidak terlalu rigid dalam penggunaan hierarki, pesan lebih santai dan simpel.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel dalam Jurnal Publikasi

Suswanto, Budi. (2016). *Analisis Aliran Informasi Komunikasi Internal Dalam Implementasi Mobile Working Pada Perusahaan Media Penyedia Konten Internal Magazine (Studi Kasus Di Pt Tanair Media Seruni)*. Jurnal Media Komunikasi Vol.6 (2)

Buku

- Djamarah, Bahri Syaiful. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam keluarga*. Jakarta: PT. Reneka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi: Teori & Praktek*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Idrus, Muhammad. (2009). *Metode Penelitian Ilmu Sosial*. Cet. I; Yogyakarta : Erlangga.
- Kriyantono, Rahmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi: Disertai Contoh Praktis Riset Media, Public Relations, Advertising, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Goldberg Alvin A. dan Carl E. Larson. 1985. *Komunikasi Kelompok, Proses-Proses Diskusi dan Penerapannya*. Jakarta: Universitas Indonesia.

Sumber Elektronik/Internet

- Cooren, Francois, dan Thomas Martie, 2016. *Communicative Constitution of Organizations Chapter I. The Journal of University Of Montreal, Canada*. Diakses pada 27 juli 2018, dari http://www.researchgate.net/profile/Thomas_martine/publication/309394678_communicative-Constitution-of-Organization.pdf?origin=publication_detail
- Paradigma penelitian. Diakses pada 27 juli 2018, dari <http://repository.usu.ac.id/bitstream/handle/123456789/41324/Chapter%2011.pdf?sequence=3&isallowed=y>
- Rachmaniar, dan Anisa Renata. (2017). *Studi Deskriptif Tentang Lyalitas Peserta Grup Whatsapp. Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi, Vol 2(I)*. Diakses pada 26 juli 2018, dari <http://jurnal.unpad.ac.id/sosioglobal/article/view/15269>
- Whatsapp. Diakses pada 20 24 juli 2018, dari <https://www.google.co.id/search?q=jurnal+tentang+whatsapp&sa=X&ved=0ahUKEwiy4sCN-77cAhUKfn0KHQwLDHIQ1QIIIAEoBA&biw=1326&bih=567>