

Pola Komunikasi Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) di Keuskupan Surabaya Dalam Memanfaatkan Teknologi Komunikasi

*Brigitta Revia S.F., Yuli Nugraheni

e-mail : gita@ukwms.ac.id

Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya, Jl. Dinoyo 42-44, Surabaya

*Corresponding Author

Submitted: 15 Juli 2023 **Revised:** 04 Agustus 2023 **Accepted:** 06 Oktober 2023

Accredited Sinta-4 by Kemdikbud: No. 0041/E5.3/HM.01.00/2023

Abstrak

Masa pandemi COVID-19 memberikan banyak dampak kepada seluruh lapisan masyarakat bahkan dampak tersebut ikut dirasakan umat Katolik di seluruh Indonesia. Segala pembatasan yang diterapkan berpengaruh pada kegiatan keagamaan di gereja. Hal tersebut menjadi tugas Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) dalam menghadapi Batasan komunikasi dalam organisasi gerejawi. Pemanfaat media komunikasi menjadi cara untuk komisi dapat tetap melanjutkan aktivitas dan menyalurkan informasi kepada para umat parokinya. Penelitian ini akan melihat bagaimana Komsos melakukan komunikasi antar anggotanya untuk tetap bisa tetap menyalurkan informasi kepada setiap umat di paroki. Mengingat berbagai keterbatasan yang muncul akibat pandemic baik itu dalam hal skill, jarak maupun usia dalam memanfaatkan teknologi komunikasi. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dan menggunakan jenis penelitian deskriptif. Metode penelitian yang digunakan ialah studi kasus yang menggunakan para anggota komsos sebagai objek penelitiannya. Teknik pengumpulan data yang digunakan ialah melalui wawancara mendalam dengan para narasumber terkait permasalahan. Didapatkan hasil bahwa pola komunikasi yang terjadi ialah pola komunikasi bintang, yaitu pola yang memberi gambaran tentang tiga level atau lebih dalam suatu organisasi, semua yang terlibat di dalam organisasi bisa melakukan komunikasi dengan semua pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Proses yang terjadi tidak memandang siapa pemimpin dalam organisasi tersebut. Pola komunikasi ini dapat memberikan gambaran nyata dan jelas tentang proses komunikasi yang terjadi dalam gereja katolik ketika pandemic covid-19.

Kata kunci: pola komunikasi; studi kasus; komisi komunikasi sosial

Abstract

The COVID-19 pandemic has had many impacts on all levels of society, even Catholics throughout Indonesia. Any restrictions imposed affect religious activities in the church. This is the task of the Social Communications Commission (Komsos) in dealing with communication barriers in ecclesiastical organizations. The use of communication media is a way for the commission to continue its activities and distribute information to parishioners. This study will look at how Komsos communicates between its members to keep channeling information to every parishioner. Given the various limitations that arise due to the pandemic, both in terms of skills, distance and age in utilizing communication technology. This study uses a qualitative approach and uses a descriptive type of research. The research method used is a case study that uses the members of the Social Security Council as the object of research. The data collection technique used is through in-depth interviews with resource persons related to the problem. The results show that the communication pattern that occurs is a star communication pattern, which is a pattern that provides an overview of three or more levels in an organization, all those involved in the organization can communicate with all parties involved in the communication. The process that occurs does not look at who the leader in the organization is. This communication pattern can provide a real and clear picture of the communication process that occurred in the Catholic church during the COVID-19 pandemic.

Keywords: communication patterns; case study; social communication commission

PENDAHULUAN

Tahun 2020 Indonesia dilanda
pandemic COVID-19 memberikan banyak

dampak kepada seluruh lapisan masyarakat
bahkan dampak tersebut ikut dirasakan umat
Katolik di seluruh Indonesia. Segala

pembatasan yang diterapkan berpengaruh pada kegiatan keagamaan di gereja, baik itu pembatasan kegiatan ritual keagamaan, koordinasi untuk organisasi gereja dan lain halnya. Perubahan gereja selama masa pandemi covid-19 berubah dengan cepat dan memunculkan beberapa dampak besar dalam beberapa aspek. Virus covid-19 menular dengan cepat dan memiliki tingkat penyebaran yang terjadi begitu cepat dan memerlukan perhatian khusus. Kondisi ini memunculkan beberapa permasalahan salah satunya dalam kegiatan spiritual para individu dalam penelitian ini adalah umat katolik. Permasalahan yang muncul dirasakan menjadi sebuah kendala bagi umat dan pengurus gereja terkait ritual keagamaan yang dilakukan di gereja. Semua orang harus mengikuti peraturan pemerintah tentang himbuan *Physical Distancing*, sehingga membuat beberapa kegiatan kerohanian sulit untuk dilakukan. Kondisi ini menuntut berbagai pihak melakukan penyesuaian untuk kegiatan gerejawi dengan terbatas pada media komunikasi digital. Permasalahan yang muncul kemudian adalah terkait sumber daya manusia yang akan memproduksi ataupun membantu dalam mengalihkan kegiatan kerohanian ke dalam media komunikasi digital.

Dengan adanya peraturan tersebut Gereja Katolik menyelenggarakan misa secara daring (dalam jaringan) maka gereja perlu mengumpulkan atau mengajak umat untuk

berkegiatan secara daring, begitu pun halnya dengan kebaktian/misa. Media komunikasi yang dirasa paling ramah dan mudah untuk digunakan oleh semua lini jemaat gereja adalah youtube. Kegiatan kerohanian lainnya juga perlu dilakukan penyesuaian penyelenggarannya menjadi daring dengan tanpa mengurangi motivasi para umat katolik. Dalam keterbatasan, umat katolik tetap mencoba untuk melakukan kegiatan mereka, seperti melakukan doa rosario atau pertemuan lingkungan lewat video call, dan merekam suara untuk menggantikan koor pada saat misa.

Hal tersebut menjadi tugas Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) dalam menghadapi Batasan komunikasi dalam organisasi gerejawi. Hal tersebut menjadi tugas Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) dalam menghadapi Batasan komunikasi dalam organisasi gerejawi. Pemanfaat media komunikasi menjadi cara untuk komisi dapat tetap melanjutkan aktivitas dan menyalurkan informasi kepada para umat parokinya. Penelitian ini akan melihat bagaimana Komsos melakukan komunikasi antar anggotanya untuk tetap bisa tetap menyalurkan informasi kepada setiap umat di paroki. Mengingat berbagai keterbatasan yang muncul akibat pandemic baik itu dalam hal skill, jarak maupun usia dalam memanfaatkan teknologi komunikasi. Pola komunikasi merupakan sebuah cara bagi individu ataupun kelompok untuk berkomunikasi satu dengan yang lain.

Menggambarkan cara kerja kelompok atau individu tersebut dalam menyampaikan informasi atau pesan yang dimiliki dengan tujuan persuasive. (Purwasito, 2002 : 96)

Disadari bahwa Komisi Komsos masih berkuat pada persoalan dokumentasi, foto atau video. Juga, terkotak-kotaknya Komsos dengan multimedia atau majalah. Situasi ini tentu perlu dibongkar sehingga Komsos semakin bersinergi dan menjadi ujung tombak paroki, kevikeyan, dan keuskupan dalam karya pewartaan. Masyarakat yang sadar akan informasi biasanya memiliki sisi kritis atas segala informasi yang mereka konsumsi. Untuk dapat memiliki kesadaran informasi biasanya dimulai dari lingkungan terdekat yaitu keluarga, dunia pekerjaan/industri dan sistem sosial masyarakat. Bertambahnya jumlah masyarakat yang sadar akan informasi dapat menciptakan kesejahteraan. Penelitian yang dilakukan berbasis pada pengembangan dan pemanfaatan teknologi komunikasi. Mencoba melihat organisasi gereja dalam menyalurkan informasi kepada umat paroki masing. Dilakukan dengan menggunakan metode studi kasus kepada para anggota komisi komunikasi social (komsos) di keuskupan Surabaya sebagai subjek penelitian.

METODE PENELITIAN

Metode dalam penelitian ini ialah metode penelitian studi kasus, karena Penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian studi kasus yang memiliki tujuan

untuk mendapatkan deskripsi dari hasil penelitian dan mencoba untuk menemukan gambaran yang luas dari sebuah fenomena. K.Yin (2014, p. 18) menyatakan bahwa studi Kasus merupakan suatu inkuiri empiris yang menyelidiki fenomena di dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antara fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan dimana multisumber bukti dimanfaatkan. Subjek Penelitian ini adalah tim komisi komunikasi social (komsos) di keuskupan Surabaya. Pendekatan ini dipilih agar peneliti dapat mendalami berbagai macam data melalui observasi dan wawancara pada seluruh tim komisi komunikasi sosial baik. Pengumpulan data untuk penelitian ini dilakukan dengan cara wawancara dan observasi kepada Komsos. Peneliti akan mengajukan pertanyaan-pertanyaan untuk mendapatkan data terkait pola komunikasi dalam pemanfaatan teknologi informasi media social di keuskupan Surabaya.

Menurut Miles dan Huberman dalam Hardani (2020, pp. 163–173) dibagi menjadi tiga alur kegiatan yang berjalan secara selaras. Ketiga alur tersebut adalah (1) reduksi data; (2) penyajian data; dan (3) penarikan simpulan.

a. Reduksi Data - data yang sudah terkumpul akan dilakukan sinkronisasi sebagai tahap permulaan. Ada banyak teori dan juga informasi yang perlu disatukan menjadi sebuah kesatuan dan dijdohkan satu sama yang lain.

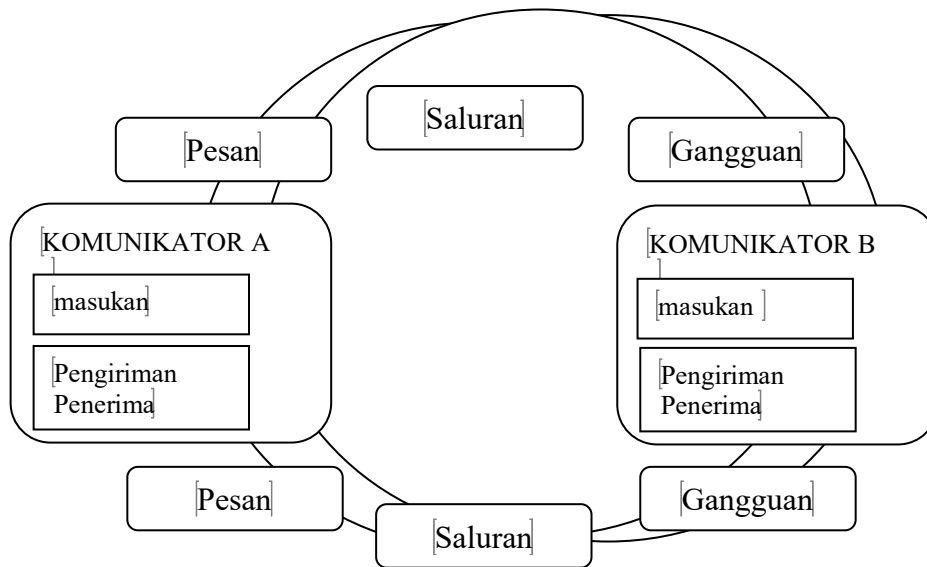
- b. Penyajian Data - Langkah selanjutnya dilakukan pencocokan data berpola sebagai pembuatan narasi. Proses ini bisa dilakukan dalam bentuk pembuatan table, narasi sederhana sampai pembuatan bagan pola.
- c. Penarikan Simpulan dan Verifikasi - Tahap terakhir adalah analisis data yang kemudian membahas pola komunikasi yang terbentuk. Setelah itu dilakukan penarikan kesimpulan untuk menjawab rumusan masalah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebuah organisasi tentunya memerlukan pengaturan organisasi yang melibatkan orang-orang dalam suatu organisasi. Setiap orang yang terlibat tentunya mengalami interaksi dan memberi makna pada proses yang terjadi. (Pace & Faules, n.d.) Terdapat beberapa konsep yang terjadi dalam sebuah komunikasi di dalam organisasi, menurut Goldhaber ada 7 konsep yaitu : (1) Proses; (2) Pesan; (3) Jaringan; (4) Keadaan saling tergantung; (5) Hubungan; (6) Lingkungan; (7) Ketidakpastian. Dalam suatu sistem yang terbuka dan dinamis, tentunya organisasi memerlukan suatu proses untuk menciptakan pesan dan menyampaikannya kepada anggota organisasi yang lain. Dalam pembahasan ini, organisasi yang dijadikan sebagai subjek adalah anggota pengurus dari Seksi Komunikasi Sosial (Komsos) Gereja Katolik Santa Maria Tak Bercela (SMTB). Tahun 2020 Indonesia dilanda pandemic

COVID-19 memberikan banyak dampak kepada seluruh lapisan masyarakat bahkan dampak tersebut ikut dirasakan umat Katolik di seluruh Indonesia. Segala pembatasan yang diterapkan berpengaruh pada kegiatan keagamaan di gereja, baik itu pembatasan kegiatan ritual keagamaan, koordinasi untuk organisasi gereja dan lain halnya. Penyesuaian aktivitas gereja pada masa pandemic begitu cepat sehingga memberikan dampak yang besar dan menyangkut berbagai aspek. Hal tersebut menjadi tugas Komisi Komunikasi Sosial (Komsos) dalam menghadapi batasan komunikasi dalam organisasi gerejawi yaitu dengan mengalihkan kegiatan tatap muka ke kegiatan secara daring.

Pengalihan kegiatan gerejawi ke dalam aktivitas daring menuntut adanya penyesuaian proses dan pola komunikasi pada organisasi yang menyalurkannya. Menurut (Mulyana, 2014) komunikasi sebagai sebuah proses pemaknaan bisa didefinisikan dalam sudut pandang ritual. Pemaknaan tersebut bisa terjadi apabila ada keselarasan antara apa yang individu ketahui dengan pengalaman yang pernah dialami individu. Komunikasi bersifat dinamis yang mana individu yang terlibat dalam proses komunikasi tidak hanya berada pada posisi awal mereka sebelum diterpa oleh pesan, tetapi menciptakan sebuah perputaran yang berkesinambungan, tidak ada akhirnya. Seperti yang dikemukakan melalui model Tubbs pada bagan dibawah ini :



Bagan 1. Model Tubbs
(Sumber : Hasil penafsiran penulis dari buku Dedy)

Aktivitas komunikasi yang terjadi pada sebuah organisasi (dalam bahasan ini adalah komunitas gereja), membentuk sebuah pola yang berubah-ubah. Pola tersebut menunjukkan bagaimana dinamika komunikasi yang terjadi bersifat dinamis dan berubah-ubah tergantung pada simbol yang muncul pada kelompok tersebut. Terdapat 4 pola komunikasi menurut (Effendy-jurnal)

yaitu : (1) Pola Komunikasi Primer; (2) Pola Komunikasi Sekunder; (3) Pola Komunikasi Linier; (4) Pola Komunikasi Sirkuler. Gereja SMTB merupakan suatu organisasi rohani dan memiliki struktur organisasi yang digunakan untuk memperjelas tugas dan tanggung jawab masing-masing individu yang terlibat dalam organisasi tersebut.

Bidang	Sumber	Pembinaan	Kerasulan Khusus	Kerasulan Umum
	Ketua Bidang: Maria Laurentia	Ketua Bidang: Ignatius Ferry K.M.	Ketua Bidang: Felicia Kristina	Ketua Bidang: FX Ping Teja A.
Seksi-seksi	Liturgi Ketua Seksi: Cacelia Manik A. Sr. Maria Magdalena M, MC	BIAK Ketua Seksi: Maria Brigitta Vesania Sr. Elisabeth H, MC	Karya Misioner Ketua Seksi: Octaviyani Raharja	Kerawam Ketua Seksi: Johanes Hari S.
	Katekese Ketua Seksi: Kristoforus Sri Ratulayn K.N.	Rekat Ketua Seksi: Bhernadhed Eny Sr. Marselina Siu, MC	Pendidikan Ketua Seksi: Cecilia Peni Lestari	HAK Ketua Seksi: Paulus Tjai Sukandi
	Kitab Suci Ketua Seksi: Olivia Marhalim	OMK Ketua Seksi: Jessica Claudia T.	Komunikasi Sosial Ketua Seksi: Jeanne Sutigna	PSE Ketua Seksi: Sugeng Purnomo Margaretha Ratna L. Sr. Yuliana Antin K, MC
		Keluarga Ketua Seksi: Pasutri Cecilia Jane -		

Gambar 1. Struktur Organisasi Gereja Katolik Santa Maria Tak Bercel
(Sumber : Website Paroki SMTB (<https://www.smtb.net/dpp-bgkp/>), diakses pada tanggal 10 Juli 2022)

Adanya badan organisasi seperti pada gambar diatas, Gereja SMTB akan lebih mudah mencapai tujuan organisasinya.(Lumentut et al., 2017) Fokus bidang pada organisasi dibagi lagi pada beberapa sub bidang, dengan tujuan untuk lebih memfokuskan tugas dan tanggung jawab gereja. Terdapat 2 permasalahan utama yang dirasa cukup memerlukan penyesuaian yang signifikan ketika awal pandemic. dalam melayani atau menyampaikan pesan kepada umat di gereja, yaitu (1) Kegiatan komunitas; (2) Produksi pesan dan penyebaran informasi.

Dalam melakukan pertukaran pesan terkait kegiatan-kegiatan yang akan ataupun sedang diadakan. Bentuk pesan yang disampaikan dapat berupa pesan persuasive maupun pesan informatif. Dalam jurnal Pola Komunikasi komunitas Insta Nusantara dikatakan bahwa pesan informatif yaitu pesan yang dapat memberi fakta-fakta pada penerima pesannya. (Kurniawati et al., 2017) Dalam konteks penelitian ini, dikatakan oleh Ike Sinandang selaku coordinator tim liturgi bahwa pesan informatif yang biasanya perlu disampaikan kepada umat contohnya kegiatan-kegiatan pendalaman rohani, pelatihan pemazmur, pelatihan dirigen, dan lainnya yang berkaitan dengan liturgi ataupun katekese. Pesan tersebut disampaikan dalam media komunikasi berbentuk poster yang disampaikan melalui gadget seperti whatsapp ataupun media sosial (Instagram) gereja.

Media baru yang sekarang ini berkembang sebagai sarana komunikasi dan informasi adalah internet. Komunikasi massa dipadu dengan komunikasi interpersonal menjadi hal baru yang dapat diterapkan oleh para pakar menjadi media baru internet. (Cangara, 2017) Komunikasi antar pribadi menjadi target dari jangkauan khalayak luas dan dikonsumsi secara pribadi.

Teori Uses and Gratification menyatakan bahwa dengan menggunakan media baru seperti internet, individu dapat memenuhi kebutuhan informasinya dalam aktivitasnya mencari berita yang sama dengan individu lainnya. (West&Turner, 2010). International Network (internet) merupakan jaringan yang terhubung dengan seluruh computer yang ada di dunia dan berfungsi sebagai pertukaran data serta informasi tanpa mempertimbangkan jarak, waktu dan lokasi. (Cangara, 2017) tiap individu tentunya mempunyai kebutuhan informasi yang berbeda, hal ini disampaikan oleh Papacharissi dan Rubin (dalam West & Turner, 2010) yang menyatakan bahwa ada lima motif utama pada individu menggunakan internet.

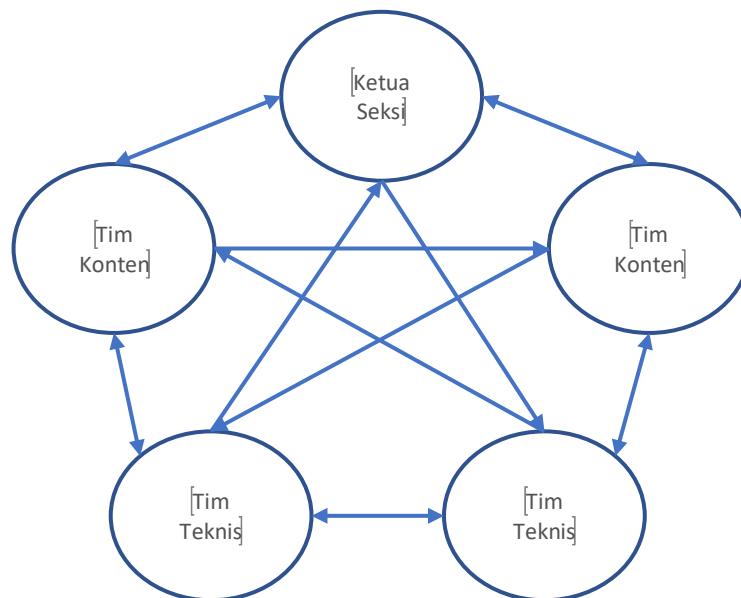
Internet sebagai media sosial memiliki beberapa keunggulan dalam penggunaannya (Cangara, 2017)antara lain: Ketika internet dipandang sebagai sebuah media sosial, maka dalam pemanfaatannya terdapat beberapa kelebihan, yaitu :

- Interaktif, terbuka, demokratis, memungkinkan siapa saja untuk berpartisipasi, berkomentar, dan berbagi informasi dengan cepat dan tanpa batas waktu
- Global (lebar) tanpa tatap muka
- ruang publik sebagai lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel dan dinamis
- Pengguna dibawa ke dalam jaringan pertemanan dalam situasi akrab (bersahabat) untuk kemudahan koneksi, mengungkapkan perasaan (venting), mengkritik, mengeluh, memuji, memfitnah, yang tidak tersedia di media tradisional (lama)
- Membangun jejaring sosial (antar individu, kelompok dan komunitas) untuk membangun isu dan kekuatan yang dapat memicu gerakan massa
- Setiap pengguna dapat menghasilkan informasi tanpa batas dan mendistribusikannya ke pihak.

Dikemukakan oleh Lasswell dalam jurnal Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi (Trisnani, 2017) cara mengkomunikasi suatu pesan adalah dengan menjawab rangkaian pertanyaan dari Lasswell *Who Says What In Which Channel to Whom*

With What Effect. Rangkaian pertanyaan tersebut tentunya akan terjawab dengan ketika seluruh komponen dapat dipenuhi terkhusus penggunaan media komunikasi sebagai alat penyebaran pesannya. Hal tersebut diterapkan oleh tim seksi Komsos Gereja SMTB dalam melakukan penyebaran informasi di gereja kepada umatnya.

Informasi yang persuasive dikatakan oleh coordinator tim liturgi dibuat sama dengan informasi yang lebih informatif. Ketua atau coordinator mempunyai peran lebih besar untuk melakukan *brainstorming* awal kepada anggotanya, terutama dalam memutuskan tema dan konsep. Ketua membuka terlebih dahulu proses diskusi agar dapat menciptakan dinamika diskusi sehingga ide-ide dari anggota bisa keluar dan disampaikan dalam forum. Jeanne sebagai ketua Seksi Komsos menyatakan dalam prosesnya, seperti sebuah perputaran. Ketika tema dan konsep sudah diputuskan, berlanjut ke tim produksi untuk mengerjakan muatan pesan dan desainnya, kemudian disalurkan ke tim teknis untuk disebarakan melalui media komunikasi yang dimiliki oleh gereja. Pola komunikasi yang dihasilkan dapat digambarkan dalam bagan dibawah ini :



Bagan 2. Pola Komunikasi Produksi Pesan dan Penyebaran Informasi
Sumber : Olahan Peneliti, 2022

Dari bagan pola diatas dapat dilihat bahwa komunikasi yang terjadi ialah komunikasi Bintang/Semua Saluran. Hal ini sesuai dengan yang diungkapkan oleh Pace dan Faules (Pace & Faules, n.d.) yang mengatakan pola yang memberi gambaran tentang tiga level atau lebih dalam suatu organisasi, semua yang terlibat di dalam organisasi bisa melakukan komunikasi dengan semua pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Proses yang terjadi tidak memandang siapa pemimpin dalam organisasi tersebut. Pola komunikasi ini dapat memberikan gambaran nyata dan jelas tentang proses komunikasi yang terjadi dalam gereja katolik ketika pandemic covid-19.

SIMPULAN

Bagi organisasi rohani seperti Gereja, cukup unik untuk menemukan bagaimana pola

komunikasi yang dilakukan agar tercapai tujuan bersama. Gereja Katolik Santa Maria Tak Bercel Surabaya dipandang sebagai sebuah organisasi rohani yang mempunyai badan organisasi dan melaksanakan pembagian kerja, yang mana pembagian kerja dan aktivitas komunikasinya dapat digambarkan dalam sebuah pola komunikasi. Pola komunikasi yang terbentuk dalam organisasi ini ialah pola komunikasi model Tubbs. Pengalihan kegiatan gerejawi ke dalam aktivitas daring menuntut adanya penyesuaian proses dan pola komunikasi pada organisasi yang menyalurkannya. Menurut (Mulyana, 2014) komunikasi sebagai sebuah proses pemaknaan bisa didefinisikan dalam sudut pandang ritual. Pemaknaan tersebut bisa terjadi apabila ada keselarasan antara apa yang individu ketahui dengan pengalaman yang pernah dialami individu. Komunikasi bersifat

dinamis yang mana individu yang terlibat dalam proses komunikasi tidak hanya berada pada posisi awal mereka sebelum diterpa oleh pesan, tetapi menciptakan sebuah perputaran yang berkesinambungan, tidak ada akhirnya.

Dalam proses yang terjadi terdapat permasalahan yaitu terkait Produksi pesan dan penyebaran informasi. Dalam melakukan pertukaran pesan terkait kegiatan-kegiatan yang akan ataupun sedang diadakan. Bentuk pesan yang disampaikan dapat berupa pesan persuasive maupun pesan informatif. Dalam proses *brainstorming* ide dan konsep untuk setiap pesannya hingga penyebaran informasi Gereja SMTB menerapkan pola komunikasi bintang, yaitu pola yang memberi gambaran tentang tiga level atau lebih dalam suatu organisasi, semua yang terlibat di dalam organisasi bisa melakukan komunikasi dengan semua pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Proses yang terjadi tidak memandang siapa pemimpin dalam organisasi tersebut. Pola komunikasi ini dapat memberikan gambaran nyata dan jelas tentang proses komunikasi yang terjadi dalam gereja katolik ketika pandemic covid-19.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Amiruddin. (2016). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta : Parama Ilmu.
- Cangara, H. (2017). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Kotler, P. & Armstrong, G. (2012), *Prinsip- Prinsip Pemasaran Edisi 12* penerbit Erlangga
- Kriyantono, R. (2014). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana Pranadamedia Group.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jilid 2. Jakarta : Salemba Humanika.
- Morissan. (2014). *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*. Jakarta : Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, Deddy. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Ruli. (2018). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sioteknologi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Nurudin. (2014). *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta : PT Raja Grafindo Perkasa.
- Pace, R. W., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi : Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J., Ibrahim, I.S. (2017). *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung : Simbiosis Rekatama Media.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.

JURNAL

- Faiqah, F., Nadjib, M., & Amir, A. S. (2016). *Youtube sebagai sarana Komunikasi bagi Komunitas Makassar vidgram*. Kareba, 5 (2), 259-272.
- Lumentut, T.Pantow, J.Waleleng. (2017). *Pola Komunikasi Pemimpin Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota Di Lpm (Lembaga Pers Mahasiswa) Inovasi Unsrat*. E-Journal : Acta Diurna, 6 (1), 1-15.
- Trisnani. (2017). *Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat*. Jurnal Komunikasi, Media, dan Informatika, 6 (3), 1-12.