

PERAN MEDIA SEBAGAI URAT NADI KOMUNIKASI ORGANISASI

Ni Putu Artini

Guru SMP Negeri Satap 4 Kayangan Lombok Utara

ABSTRAK

Komunikasi dalam kehidupan manusia dibutuhkan sebagai pengantar dalam kehidupan sehari-hari. Namun fungsi dari komunikasi tidak hanya terbatas sebagai, pengantar bahasa dan interaksi manusia, lebih dari itu komunikasi berperan penting dalam suatu kegiatan sosial yang membutuhkan banyak efek bagi komunikannya. Dalam suatu gerakan sosial misalnya, komunikasi dibutuhkan untuk menjembatani antara komunikator dan komunikan. Salah satu organisasi yang menerapkan strategi komunikasi dalam setiap gerakan sosial yang dibuat adalah WALHI. Contoh gerakan sosial yang mampu menarik perhatian masyarakat dan khalayak luas adalah gerakan SAVE Babakan Siliwangi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui secara lebih jauh mengenai strategi yang ditentukan oleh WALHI Jabar agar berhasil dalam kasus SAVE Babakan Siliwangi. Adapun strategi yang ingin diketahui oleh peneliti, diantaranya terkait dengan cara WALHI Jabar memilih komunikator untuk setiap kegiatan yang dibentuk, penentuan target penerima pesan dari kasus tersebut, bentuk penyampaian pesan serta pemilihan medianya, dan apakah yang menjadi faktor pendukung dan penghambat dari kegiatan dan gerakan sosial yang dijalankan oleh WALHI Jabar tersebut. Pemilihan keempat fokus diatas didasarkan pada elemen komunikasi Harold Laswell. Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif dengan jumlah informan penelitian sebanyak 7 (tujuh) orang yang merupakan 3 (tiga) orang adalah staff WALHI JABAR, 2 (dua) orang pendukung gerakan, dan 2 (dua) orang warga sekitar Babakan Siliwangi. Dari hasil penelitian diketahui bahwa dalam menentukan komunikator ditentukan berdasarkan musyawarah dengan melihat berbagai faktor seperti pendidikan, pengalaman, popularitas, dan pendekatan dengan masyarakat, untuk target penerima pesan gerakan ini ditujukan kepada pemerintah dan masyarakat, pesan yang disampaikan berbentuk tidak hanya teks namun juga gambar dan orasi (lisan) dan bersifat informatif, ajakan, dan edukasi, pesan-pesan tersebut kemudian disebarkan dengan menggunakan berbagai media seperti media sosial, online, dan media kreatif.

Kata Kunci: *strategi komunikasi, gerakan sosial, komunikasi organisasi*

Pendahuluan

Pace & Faules, (2001: 31-33) menjelaskan bahwa komunikasi organisasi merupakan perilaku pengorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang terjadi.

Pengertian komunikasi organisasi yang lebih sederhana dikemukakan Arnold & Feldman (1986: 154) bahwa komunikasi organisasi adalah pertukaran informasi diantara orang-orang di dalam organisasi, dimana prosesnya secara umum meliputi tahapan-tahapan: attention, comprehension, acceptance as true, dan retention.

Wiryanto juga mengungkapkan bahwa Komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Komunikasi

informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi, tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.

Berdasarkan pendapat para ahli diatas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu perilaku yang dilakukan di dalam organisasi untuk pertukaran informasi seperti pengiriman dan penerimaan pesan di antara orang-orang yang berada di dalam organisasi.

Aspek-aspek Komunikasi Organisasi

Pace dan Faules (2002: 553) mengatakan komunikasi organisasi meliputi aspek-aspek, yaitu:

Pertama, Peristiwa komunikasi, berkaitan dengan seberapa jauh informasi diciptakan, ditampilkan, dan disebarkan ke seluruh bagian dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi mengolah dan memproses informasi tersebut menurut Pace dan Faules (2002: 553) ada lima faktor penting yang harus diperhatikan agar organisasi berjalan efektif. Ke lima faktor tersebut, yaitu:

- (1) kualitas media informasi,
- (2) aksesibilitas informasi,
- (3) penyebaran informasi,
- (4) beban informasi, dan
- (5) ketepatan informasi.

Kualitas media informasi

Kualitas media informasi berkaitan dengan penerbitan, petunjuk tertulis, laporan, surat elektronik (e-mail), video conferencing, voice messaging, faksimil, papan buletin komputer, dan media lainnya yang dipergunakan dalam organisasi. Jika faktor-faktor tersebut dinilai menarik, tepat, efisien, dan dapat dipercaya, lazimnya para pegawai cenderung menyatakan kebanggaannya dalam bentuk kualitas output organisasi.

Aksesibilitas informasi

Aksesibilitas informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi tersedia bagi para anggota organisasi dari berbagai sumber dalam organisasi. Sumber-sumber informasi dalam organisasi yang dimaksud menurut Pace dan Faules (2002: 556) seperti rekan sekerja, bawahan, pimpinan langsung atau tidak langsung, selentingan (grapevine) penyelia langsung, dan juga dari informasi tertulis. Katz dan Kahn (dalam Mitchell dan Larson, 1987: 296) menyebutkan ada lima jenis informasi yang dapat diakses dari atasan oleh para bawahannya, yaitu:

- (a) Job Instruction. Directives stating what should be done and/or how to do it.
- (b) Job rationale. Information designed to produce an understanding of the task and its relationship to other organizational task.
- (c) Procedures and practices. Information about regulations, policies, and benefits.
- (d) Performance feed back. Information about how well an individual, group, or organizational unit is performing.

(e) Indoctrinations of goals. Information of an ideological nature design to inculcate a sense of mission.

Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi berkaitan dengan seberapa jauh informasi disebarkan keseluruh bagian dalam organisasi dan bagaimana pula menerima informasi dari seluruh bagian organisasi. Montana (dalam Purwanto, 2003: 26) mengemukakan bagi organisasi yang berskala kecil yang hanya memiliki beberapa pegawai, maka penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung kepada para pegawainya, tetapi bagi organisasi yang berskala besar yang memiliki ratusan bahkan ribuan pegawai, maka penyampaian informasi kepada mereka merupakan suatu pekerjaan yang cukup rumit yang pada pelaksanaannya akan membentuk suatu pola yang disebut pola komunikasi (patterns of communications). Pola komunikasi ini dapat dibedakan ke dalam saluran komunikasi formal (. formal communications channel) dan saluran komunikasi non formal (informal communications channel). Dalam kaitannya dengan proses penyampaian informasi dari pimpinan kepada bawahan, maka pola transformasi informasinya dapat berbentuk komunikasi dari atas ke bawah, komunikasi dari bawah ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi diagonal.

Beban Informasi

Menurut Pace dan Faules (2002: 498) beban informasi berkaitan dengan seberapa jauh para anggota organisasi merasa bahwa mereka menerima informasi lebih banyak atau kurang daripada yang dapat mereka tangani atau yang mereka perlukan agar dapat berfungsi secara efektif.

Ketepatan Informasi

Menurut Pace dan Faules (2002: 498) ketepatan informasi berkaitan dengan seberapa jauh (berapa bit) informasi yang diketahui anggota organisasi tentang suatu informasi tertentu dibandingkan dengan jumlah bit informasi sesungguhnya di dalam suatu informasi. Ketepatan informasi (information fidelity) dalam komunikasi organisasi berkaitan dengan kecermatan. Artinya, sejauhmana para anggota organisasi memahami jumlah informasi yang didistribusikan kepada mereka sesuai dengan jumlah informasi yang sesungguhnya ada dalam pesan tertentu.

Faktor-faktor yang mempengaruhi

Lesikar menguraikan adanya empat faktor yang mempengaruhi keefektifan komunikasi organisasi yaitu meliputi:

1. Saluran komunikasi formal. Merupakan cara komunikasi yang didukung, dan mungkin dikendalikan oleh manajer. Contohnya adalah newsletter, memo reguler, laporan, rapat staf, dan lain-lain.
2. Struktur wewenang. Perbedaan status dan kekuasaan dalam organisasi membantu menentukan siapa yang akan berkomunikasi dengan enak kepada siapa. Selain itu, isi dan akurasi komunikasi juga dipengaruhi oleh perbedaan wewenang.
3. Spesialisasi pekerjaan. Biasanya akan mempermudah komunikasi dalam kelompok yang berbeda-beda. Anggota suatu kelompok kerja biasanya memiliki jagron, pandangan mengenai waktu, sasaran, tugas dan gaya pribadi yang sama.

4. Kepemilikan informasi, Setiap individu mempunyai informasi yang unik dan pengetahuan mengenai pekerjaan mereka, yang merupakan semacam kekuasaan bagi individu-individu yang memilikinya.

Tipe-tipe Komunikasi

Pada dasarnya komunikasi di dalam organisasi, terbagi kepada tiga bentuk:

Komunikasi vertikal

Bentuk komunikasi ini merupakan bentuk komunikasi yang terjadi dari atas ke bawah dan sebaliknya. Artinya komunikasi yang disampaikan pimpinan kepada bawahan, dan dari bawahan kepada pimpinan secara imbal balik.

Fungsi komunikasi ke bawah digunakan pimpinan untuk:

- a. Melaksanakan kebijaksanaan, prosedur kerja, peraturan, instruksi, mengenai pelaksanaan kerja bawahan.
- b. Menyampaikan pengarahan doktrinasi, evaluasi, teguran.
- c. Memberikan informasi mengenai tujuan organisasi, kebijaksanaan-kebijaksanaan organisasi, insentif.

Seorang pimpinan harus lebih memperhatikan komunikasi dengan bawahannya, dan memahami cara-cara mengambil kebijaksanaan, terhadap bawahannya.

Keberhasilan organisasi dilandasi oleh perencanaan yang tepat, dan seorang pimpinan organisasi yang memiliki jiwa kepemimpinan. Kedua hal tersebut merupakan modal utama untuk kemajuan organisasi yang dipimpinnya.

Fungsi komunikasi ke atas digunakan untuk:

- a. Memberikan pengertian mengenai laporan prestasi kerja, saran, usulan, opini, permohonan bantuan, dan keluhan.
- b. Memperoleh informasi dari bawahan mengenai kegiatan dan pelaksanaan pekerjaan bawahan dari tingkat yang lebih rendah.

Bawahan tentulah berharap agar ide, saran, pendapat, tanggapan maupun kritiknya dapat diterima dengan lapang dada, dan hati terbuka oleh pimpinan.

Komunikasi horizontal

Bentuk komunikasi secara mendatar, diantara sesama karyawan dsbnya. Komunikasi horizontal sering kali berlangsung tidak formal.

Fungsi komunikasi horizontal/ke samping digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level yang sama. Komunikasi ini berlangsung dengan cara tatap muka, melalui media elektronik seperti telepon, atau melalui pesan tertulis.

Komunikasi diagonal

Bentuk komunikasi ini sering disebut juga komunikasi silang. Berlangsung dari seseorang kepada orang lain dalam posisi yang berbeda. Dalam arti pihak yang satu tidak berada pada jalur struktur yang lain.

Fungsi komunikasi diagonal digunakan oleh dua pihak yang mempunyai level berbeda tetapi tidak mempunyai wewenang langsung kepada pihak lain.

Proses Komunikasi

Komunikasi terjadi dalam hubungan antara pengirim dengan penerima. Komunikasi dapat mengalir dalam satu arah dan berakhir di sana. Atau sebuah pesan dapat menimbulkan respon (yang secara formal dikenal dengan sebutan "umpan balik") dari penerima. Pengirim (sumber pesan) merupakan pihak yang mengawali komunikasi. Dalam sebuah organisasi, pengirim dapat berupa seseorang dengan informasi, kebutuhan, atau keinginan dan dengan tujuan mengkomunikasikannya kepada satu atau beberapa orang lain.

Penerima adalah orang yang inderanya menerima pesan dari pengirim. Mungkin terjadi jumlah penerima banyak, seperti kalau sebuah memo dikirimkan kepada seluruh anggota organisasi, atau hanya satu orang, seperti kalau seseorang mendiskusikan sesuatu secara rahasia kepada seorang rekan. Pesan harus disesuaikan dengan latar belakang penerima. Manajer produksi seyogyanya menghindari penggunaan istilah yang sangat teknis dalam berkomunikasi dengan seseorang di departemen pemasaran.

Dari rangkaian pengertian tersebut, "bila pesan tidak sampai kepada penerima, maka komunikasi belum terjadi". Di sisi lain, kerap terjadi situasi dimana pesan sudah sampai kepada penerima, tetapi penerima tidak mampu memahaminya. Tiga faktor yang mempengaruhi efektifitas komunikasi meliputi penyandian, pengartian dan gangguan.

Penyandian

Penyandian terjadi ketika pengirim menterjemahkan informasi untuk dikirimkan menjadi serangkaian simbol. Penyandian itu diperlukan karena informasi hanya dapat dikirimkan dari seseorang kepada orang lain lewat perwakilan atau simbol.

Karena komunikasi merupakan obyek dari penyandian, pengirim berusaha menetapkan arti "yang dapat dipahami bersama" dengan penerima dengan cara memilih simbol, biasanya dalam bentuk kata atau gerakan tubuh, yang dipercaya oleh pengirim mempunyai arti yang sama dengan penerimanya. Kerap dijumpai, kurangnya kerjasama adalah merupakan salah satu penyebab umum dari salah pengertian atau kegagalan dalam berkomunikasi.

Pengertian

Merupakan proses yang dilakukan oleh penerima untuk menginterpretasikan pesan dan menterjemahkannya ke dalam informasi yang mempunyai arti. Ini merupakan proses dua langkah, yaitu (1) menerima pesan, dan kemudian (2) mengartikannya. Pengertian dipengaruhi oleh pengalaman penerima, penilaian pribadi mengenai simbol dan gerakan tubuh yang dipakai, harapan (orang cenderung mendengar apa yang ingin mereka dengar), dan kesamaan arti dengan pengirimnya. Secara umum, semakin banyak pengertian penerima yang sama dengan pesan yang dimaksud oleh pengirim, semakin efektif komunikasi.

Gangguan

Meliputi segenap faktor yang mengganggu, membingungkan, atau mencampuri komunikasi. Gangguan dapat timbul dalam saluran komunikasi, atau metode pengiriman.

Gangguan dapat terjadi karena faktor internal (misalnya penerima kurang mengindahkan) ataupun faktor eksternal (misalnya pesan terganggu oleh suara lain dari lingkungan). Gangguan dapat terjadi pada tahap manapun dari proses komunikasi, terutama pada tahap penyandian dan pengartian.

Memperbaiki Proses Komunikasi Efektifitas komunikasi dapat dideteksi melalui "sampai seberapa jauh pihak-pihak yang terlibat menangani empat aspek komunikasi" yang meliputi: perbedaan persepsi, emosi, ketidakkonsistenan antara komunikasi verbal dan non-verbal, dan kepercayaan (maupun ketidakpercayaan) awal antara pihak yang terlibat.

Perbedaan Persepsi

Merupakan salah satu hambatan komunikasi yang lazim dijumpai. Orang yang mempunyai latar belakang pengetahuan dan pengalaman berbeda kerap menerima fenomena sama dari perspektif yang berbeda. Perbedaan bahasa sering berkaitan dengan perbedaan dalam persepsi individu. Agar suatu pesan dapat dikomunikasikan secara tepat, kata-kata yang dipergunakan harus mempunyai arti yang sama bagi pengirim maupun penerima. Untuk mengatasi hal tersebut, pesan harus dijelaskan sehingga dapat dipahami oleh penerima yang mempunyai pandangan dan pengalaman berbeda.

Emosi

Reaksi emosional (seperti marah, cinta, mempertahankan opini, cemburu, takut, malu, dan lain-lain) akan berpengaruh terhadap cara orang memahami pesan dari orang lain dan cara orang lain memahami pesan orang tersebut. Pendekatan terbaik untuk berhubungan dengan emosi adalah menerimanya sebagai bagian dari proses komunikasi dan mencoba memahaminya ketika emosi menimbulkan masalah.

Ketidakkonsistenan

Banyak kalangan yang berpendapat bahwa bahasa lisan dan tertulis merupakan medium utama komunikasi. Pada kenyataannya, pesan yang dikirimkan maupun diterima kerap dipengaruhi oleh faktor non-verbal seperti gerakan tubuh, pakaian, jarak fisik pelaku komunikasi, postur tubuh, gerakan anggota badan, ekspresi wajah, gerakan mata, sentuhan badan, dan lain-lain. Kunci untuk mengatasinya adalah dengan mewaspadainya dan berjaga-jaga agar tidak mengirimkan pesan palsu. Untuk itu pesan verbal haruslah selalu selaras dengan aspek non-verbalnya.

Ke(tidak)percayaan awal

Tingkat kepercayaan penerima pesan pada umumnya merupakan fungsi kredibilitas dari pengirim dalam benak penerima pesan tersebut. Kredibilitas pengirim pesan sangat dipengaruhi oleh lingkungan dalam konteks yang bersangkutan mengirimkan pesan. Disinilah sejarah hubungan kerja mempunyai hubungan komunikasi. Kredibilitas merupakan hasil dari proses jangka panjang yang mana kejujuran seseorang, niat baik dan keadilan dikenal dan dipahami oleh orang lain. Hubungan yang baik dalam berkomunikasi hanya dapat dikembangkan melalui tindakan yang konsisten.

Hambatan yang Mungkin Muncul dalam Komunikasi Organisasi

Dalam proses organisasi tidaklah selalu mulus, tentunya akan banyak terjadi hambatan-hambatan pada perjalanannya. Hambatan yang sering muncul adalah hambatan komunikasi, karena komunikasi adalah kunci utama dalam kesuksesan organisasi mengingat

banyaknya orang yang terlibat didalamnya. Hambatan tersebut tentunya bukan menjadi suatu pengganjal dalam organisasi karena semua hambatan pastinya dapat diselesaikan dengan baik dan tepat. Berikut ini adalah macam-macam hambatan dalam organisasi yaitu:

1. Hambatan dari Proses Komunikasi yaitu hambatan yang timbul dari ketidak jelasan informasi yang akan disampaikan.
2. Hambatan Fisik yaitu hambatan yang terjadi akibat ada gangguan cuaca, gangguan sinyal, dsb
3. Hambatan Semantik yaitu hambatan yang terjadi akibat pemahaman yang sedikit mengenai bahasa dan istilah-istilah asing yang digunakan dalam informasi atau pesan
4. Hambatan Psikologis yaitu hambatan yang berasal dari gangguan kondisi kejiwaan dari si pengirim pesan atau penerima pesan sehingga mengakibatkan informasi tersebut mengalami perubahan
5. Hambatan Manusiawi yaitu hambatan yang terjadi akibat tingkat emosi manusia yang tidak menentu dalam menyikapi informasi atau pesan
6. Hambatan Organisasional yaitu tingkat hirarkhi, wewenang manajerial dan spesialisasi yaitu hambatan yang timbul akibat komunikasi dengan atasan atau bawahan mengalami kendala seperti tingkat pemahaman terhadap suatu informasi yang berbeda yang mengakibatkan sebuah hambatan.
7. Hambatan-hambatan Antar Pribadi yaitu hambatan yang timbul antar pribadi didalam sebuah organisasi, biasanya hambatan ini muncul karena adanya salah paham antar pribadi yang menyangkut masalah tugas dan wewenang dari orang yang ada dalam organisasi

Dari berbagai hambatan tersebut diatas dapat disimpulkan bahwa proses komunikasi itu tidak mudah dan memerlukan jalan yang sangat panjang untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam organisasi dan dalam aktivitas lainnya. Tetapi hambatan tersebut bukanlah menjadi satu-satunya penghambat dalam organisasi. Untuk memecahkan masalah hambatan tersebut diatas berikut ini diuraikan cara mengatasi hambatan komunikasi:

1. Memerikan umpan balik atau Feed Back yaitu memberikan kesempatan pada seseorang untuk menyampaikan informasi dan gagasannya sehingga tercipta komunikasi 2 (dua) arah
2. Mengenai si penerima berita yaitu mengenali latar belakang, pendidikan serta kondisi penerima pesan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan mudah dimengerti oleh si penerima pesan.
3. Susunlah secara terperinci apa, dan kapan informasi tersebut harus disampaikan dan kepada siapa informasi tersebut akan disampaikan.

Klasifikasi Komunikasi dalam Organisasi

Dalam komunikasi organisasi terdapat beberapa klasifikasi komunikasi diantaranya adalah sebagai berikut:

Komunikasi dilihat dari segi sifatnya

1. Komunikasi Lisan yaitu menyampaikan informasi dan tanggapan secara langsung dengan berbicara
2. Komunikasi Tertulis yaitu menyampaikan informasi dan tanggapan secara tertulis dengan menuliskan sebuah surat baik kepada penerima maupun pengirim pesan

Komunikasi dilihat dari segi arahnya

1. Komunikasi ke atas yaitu komunikasi yang dilakukan dari bawahan ke atasan dalam sebuah organisasi
2. Komunikasi ke bawah yaitu komunikasi yang dilakukan dari atasan ke bawahan dalam sebuah organisasi
3. Komunikasi setingkat yaitu komunikasi yang dilakukan setara atau sesama anggota organisasi
4. Komunikasi searah yaitu komunikasi yang hanya dilakukan satu arah saja tanpa adanya feed back atau timbal balik, biasanya komunikasi ini bersifat perintah
5. Komunikasi dua arah yaitu komunikasi yang dilakukan 2 arah dan mengakibatkan adanya feed back atau tumbal balik

Komunikasi menurut keresmiannya

1. Komunikasi Formal yaitu komunikasi yang dilakukan secara resmi, contohnya adalah pada saat rapat
2. Komunikasi Informal yaitu komunikasi yang dilakukan antar teman dan bersifat biasa saja.

Penutup

Dari pembahasan di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu perilaku yang dilakukan di dalam organisasi untuk pertukaran informasi seperti pengiriman dan penerimaan pesan di antara orang-orang yang berada di dalam organisasi. Terdapat beberapa aspek-aspek dari Pace dan Faules (2002: 553) mengatakan komunikasi organisasi meliputi aspek-aspek, yaitu: Pertama, Peristiwa komunikasi, berkaitan dengan seberapa jauh informasi diciptakan, ditampilkan, dan disebarkan ke seluruh bagian dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi mengolah dan memproses informasi tersebut menurut Pace dan Faules (2002: 553) ada lima faktor penting yang harus diperhatikan agar organisasi berjalan efektif. Ke lima faktor tersebut, yaitu (1) kualitas media informasi, (2) aksesibilitas informasi, (3) penyebaran informasi, (4) beban informasi, dan (5) ketepatan informasi. Komunikasi organisasi mempunyai faktor yang mempengaruhi diantaranya adalah Saluran komunikasi formal, struktur wewenang, spesialisasi pekerjaan, kepemilikan informasi.

DAFTAR PUSTAKA

- A. G. Lumandi "Pengantar Latihan Komunikasi" Credit Union Counseling Office, Jakarta, 1975.
- Asrid. Susanto, Komunikasi Dalam Teori dan Praktek I, Bina Cipta, Bandung, 1977.
- Asrid. Susanto, Komunikasi Dalam Teori dan Praktek I, Bina Cipta, Bandung, 1977.

- Cherry, C: On Human Communication, Cam-bridge, Mass MIT Press, 1964.
- DN Pah, (1984), Ketrampilan Memberi Penguat-an, P2LPTK Direktorat Jendral Pendi-dikan Tinggi, Jakarta.
- Gema Bimbingan No. 3, 4 Th V, VI, IX, Pusat Bimbingan UKSW, Th 1997 – 1981.
- Heinz Kock, (1981), Saya Guru Yang Baik, Yayasan Kanisius, Yogyakarta.
- Houland, Carl I, Social Communication, Dalam Bsnord Bereslsoo & Morris Janowitz (ed), Reader in Public Opinion and Communication The Fress Press of Gteoncoe, New York, 1953
- Houland, Carl I, Social Communication, Dalam Bsnord Barelsoo & Morris Jano-witz (ed), Reader ing Public Opinion and Communication The Fress Press of Gteoncoe, New Yok, 1953.
- Jerold & Kemp, (1977), Instructional Design, Fearon Pitman Publisher, Inc. Bela-mont, California.
- Larry L Barker, (1982), Communication In The Classroom, Prectice-Hall, mc. Englewood Cliffs, New Yersey.
- Membangun, Publitistik Umum, Penerbit Ke-mentrian Luar Negeri, Jakarta
- Membangun, Publitistik Umum, Penerbit Ke-mentrian Luar Negeri, Jakarta.
- Michael Marland, (1985), Seni Mengelola Kelas, Dahara Prize, Semarang.
- Onong Uchyana Effendy, Kepemimpinan dan Komunikasi, Alumni Bandung, Ban-dung, 1981.
- Onong Uchyana Effendy, Kepemimpinan dan Komunikasi, Alumni Bandung, Ban-dung, 1981.
- Prasetya (1986), Dasar-dasar Mengajar, FKIP-UKSW, Salatiga.
- Prasetya, (1986), Dasar-dasar Mengajar, FKIP-UKSW, Salatiga.
- Raflis Kosasi; (1984), Ketrampilan Mengadakan Variasi, P2LPTK Direktorat Jendral Pen-didikan Tinggi, Jakarta.
- Raka Joni, (1984), Cara Belajar Siswa Aktif, P2LPTK, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Jakarta.
- , Wawasan Kependidikan Guru, P2LPTK, Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi, Jakarta.
- Roestiyah NK, (1982), Masalah-masalah Ilmu Keguruan, Bina Aksara, Jakarta.
- S. Nasution, Didaktik Azas-Azas Mengajar, Jemmars, Bandung.
- Suhartin Citrobrototo: Prinsip-prinsip dan tehnik berkomunikasi, Bhatara Karya Aksara, Jakarta 1979.
- Wdijaja, AW, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, Bina Aksara, Jakarta, 1986.
- Widjaja, AW, Komunikasi dan Hubungan Masyarakat, Bina Aksara, Jakarta, 1986.
- <http://syukronsmanela.blogspot.co.id/2014/09/pengertian-komunikasi-organisasi-dan.html>

<http://amarsuteja.blogspot.co.id/2012/12/komunikasi-organisasi.html>

<http://amildanadiyyas1.blogspot.co.id/>

<https://3rest.wordpress.com/2012/01/02/hambatan-dan-klasifikasi-komunikasi-dalam-organisasi/>