



Organizational Communication Strategy in Fostering Employee Work Motivation and Customer Loyalty at CV Harningsih

Strategi Komunikasi Organisasi dalam Menumbuhkan Motivasi Kerja Karyawan dan Loyalitas Pelanggan pada CV Harningsih

T. Prahara Gunadi

INSTITUTION

Universitas Budi Luhur
Jakarta, Indonesia

PHONE

-

EMAIL

taufanprahara20@gmail.com

DOI

<https://www.doi.org/10.37010/prop.v1i2.282>

PAPER PAGE

122-129

PROPAGANDA is a Journal of Communication Studies which is published twice a year on January and July. PROPAGANDA is a scientific publication media in the form of conceptual paper and field research related to communication studies. It is hoped that PROPAGANDA can become a media for academics and researchers to publish their scientific work and become a reference source for the development of science and knowledge.

ABSTRACT

Keberhasilan suatu perusahaan dalam mencapai tujuan yang ingin dicapai sangat dipengaruhi oleh kemampuan perusahaan dalam melakukan komunikasi organisasi. Komunikasi organisasi merupakan serangkaian proses komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi yang melibatkan anggota-anggota di dalamnya yang bertujuan untuk mencapai visi misi organisasi. Seperti halnya komunikasi yang dilakukan antara pimpinan dengan karyawan, atau karyawan dengan pimpinan. Bila di dalam sebuah perusahaan tersebut terdapat komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan, maka hubungan kerja dalam perusahaan dapat berjalan dengan lancar sehingga segala tujuan perusahaan dapat tercapai dan dapat bertahan. Dengan demikian peranan komunikasi organisasi di CV Harningsih sangat penting dalam menunjang keberlangsungan usahanya. Metode yang digunakan adalah deskriptif pendekatan kualitatif dengan melakukan *indept interview* kepada beberapa karyawan untuk mengetahui hasil strategi komunikasi yang diterapkan pada perusahaan CV Harningsih. Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa CV Harningsih telah berupaya menerapkan strategi komunikasi organisasi terhadap para karyawannya namun belum berhasil memotivasi dan menciptakan loyalitas kerja para karyawannya, hal ini dikarenakan upah kerja yang dibayarkan masih dinilai standar sehingga para karyawannya belum merasakan kepuasan di tempat kerja.

The success of a company in achieving the goals to be achieved is greatly influenced by the company's ability to communicate the organization. Organizational communication is a series of communication processes that occur in an organization that involves members within which aim to achieve the organization's vision and mission. As well as communication between leaders and employees, or employees and leaders. If in a company there is good communication between leaders and employees, the work relationship within the company can run smoothly so that all company goals can be achieved and can survive. Thus the role of organizational communication at CV Harningsih is very important in supporting the continuity of its business. The method used is a descriptive qualitative approach by conducting indept interviews with several employees to find out the results of the communication strategy applied to the company CV Harningsih. From the results of the research that has been done, it can be concluded that CV Harningsih has tried to implement an organizational communication strategy for its employees but has not succeeded in motivating and creating job loyalty of its employees, this is because the work wages paid are still considered standard so that employees have not felt satisfaction in the workplace.

KEYWORD

komunikasi organisasi, motivasi, loyalitas

Organizational communication, motivating, satisfaction

PENDAHULUAN

Dalam mencapai tujuan perusahaan, peran komunikasi sangatlah vital. Komunikasi juga merupakan aktivitas dasar di dalam sebuah perusahaan, sangat tidak mungkin suatu perusahaan dapat bertahan dan berkembang dengan baik tanpa peran komunikasi yang baik pula. Tujuan perusahaan yang berhasil dicapai berkaitan erat dengan komunikasi organisasi di perusahaan tersebut. Hal itu dapat terlihat dari komunikasi yang dilakukan pimpinan terhadap karyawannya atau sebaliknya. Bila komunikasi di dalam sebuah perusahaan tersebut berlangsung dengan baik, pada akhirnya segala tujuan perusahaan dapat tercapai dan dapat bertahan.

Informasi-informasi yang ada di dalam sebuah organisasi dikirimkan dan diterima dalam sebuah sistem yang kompleks. Hal tersebut lebih dikenal dengan komunikasi organisasi (Reading dan Sanborn, 2008:17). Komunikasi ini mencakup komunikasi antar komunikandan dan pengelola organisasi (*internal*), komunikasi antara atasan kepada bawahan (*downward*), komunikasi antara bawahan kepada atasan (*upward*), komunikasi yang terjadi dalam tataran level jabatan yang sama (*horizontal*), maupun segala bentuk keterampilan berbicara, mendengarkan, menulis, serta evaluasi program yang terjadi di dalam sebuah organisasi. Pendekatan dengan komunikasi organisasi tepat dilakukan karena dinilai bisa lebih efektif dan mampu menghilangkan hambatan-hambatan dalam komunikasi. Hal ini dibutuhkan untuk memotivasi karyawan karena produktivitas perusahaan sangat bergantung pada motivasi karyawannya. Hal yang dapat mendukung kinerja karyawan agar lebih termotivasi dalam bekerja yaitu pemberian insentif, tunjangan, fasilitas, juga *reward* kepada karyawan yang memiliki prestasi.

Adapun tujuan dan fungsi dari komunikasi itu sendiri, menurut Lasswel (dalam Effendy, 2002:8) ialah untuk menyampaikan informasi (*to inform*), untuk mendidik (*to educate*), untuk menghibur (*to entertain*), juga untuk mempengaruhi (*to influence*). Menurut Effendy (2009:122) komunikasi organisasi terbagi atas komunikasi internal dan eksternal. Komunikasi internal terjadi secara vertikal maupun horizontal di dalam sebuah organisasi antara atasan dan bawahan. Sedangkan komunikasi eksternal terjadi antara pimpinan organisasi dengan orang lain di luar organisasi. Akan tetapi, komunikasi eksternal juga bisa dilakukan oleh orang yang ditunjuk untuk mewakili organisasi seperti kepala bagian hubungan masyarakat.

Dalam melakukan komunikasi, pemimpin juga perlu memperhatikan motivasi kerja karyawannya. Terdapat empat cara yang bisa dilakukan oleh seorang pemimpin, yaitu dengan cara tersamar, kerja sama, hubungan baik, dan dengan memberikan motivasi. Keempat cara tersebut merupakan cara di mana motivasi dapat terwujud bukan hanya dari peran pemimpin tetapi juga komunikasi dan kerja sama yang baik di antara para karyawan.

Berdasarkan fenomena tersebut, maka akan dibahas strategi komunikasi organisasi dalam menumbuhkan motivasi kerja karyawan dan kesetiaan pelanggan pada CV Harningsih. Penelitian ini akan mengaitkan teori komunikasi organisasi dari Goldhaber yang menyangkut arah jaringan *upward communication*, *downward communication*, dan komunikasi horizontal serta mengaitkannya juga dengan loyalitas pelanggan.

METODE

Metode yang digunakan dalam penelitian ini ialah metode kualitatif yang berlandaskan pada paradigma konstruktivisme untuk mengetahui gaya komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan perusahaan. Peneliti menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber data. Data primer didapatkan melalui wawancara mendalam dan observasi nonpartisipan. Objek

PROPAGANDA

dalam penelitian ini yaitu para karyawan dan pelanggan di CV Harningsih, Ciledug. Penelitian ini dilakukan pada Oktober hingga April 2019.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Organisasi pengelolaan bisnis, berbeda satu dengan lainnya bergantung pada skala bisnis itu sendiri. Organisasi pengelolaan bisnis ini terjadi karena pemilik bisnis merasa tidak mampu untuk mengelola bisnisnya seorang diri. Untuk itu, dalam organisasi pengelolaan bisnis, diperlukan rincian tugas yang jelas agar dapat dipertanggungjawabkan oleh setiap personel organisasi demi mencapai hasil yang baik. Organisasi pengelolaan bisnis ini juga terjadi pada CV Harningsih seperti yang terlihat pada gambar berikut.



Gambar 1. Struktur organisasi CV Harningsih

Dalam struktur organisasi CV Harningsih, penanggung jawab bertugas mencari keuntungan sesuai dengan situasi dan kondisi. Penanggung jawab juga bertugas untuk menyusun daftar makanan dan minuman yang dijual serta menyusun daftar harganya. Selain itu, penanggung jawab juga bertugas menciptakan situasi yang profesional di lingkungan organisasi. Penanggung jawab juga perlu mengadakan pertemuan dengan pemilik usaha untuk koordinasi, menjaga kualitas serta kesesuaian antara harga dan kualitas makanan ataupun minuman, juga menjaga porsi makanan yang disajikan sesuai dengan harga yang ditawarkan.

Sedangkan karyawan CV Harningsih bertugas untuk mengadministrasikan kegiatan usaha, mengatur tempat meja dan kursi, menerima pesanan makanan dan minuman. Karyawan juga bertugas membersihkan meja dan mencuci peralatan makan maupun minum yang sudah dipakai konsumen. Selain itu, karyawan juga bertugas membersihkan ruangan serta menyiapkan kelengkapan makan dan minum.

Personal selling dalam CV Harningsih bertugas membagi-bagi brosur pada calon konsumen. Selain itu, *personal selling* juga bertugas melakukan *greeting* (menyambut dan mengantar tamu ke tempat duduk). Seorang *personal selling* juga bertugas menghidangkan makanan dan minuman dengan baik, menyiapkan dan menata meja konsumen, menyiapkan daftar menu, menyiapkan buku order untuk pesanan, serta menyimpan dengan rapi daftar harga makanan dan minuman.

Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan, didapatkan beberapa faktor yang mempengaruhi motivasi kerja di CV Harningsih. Faktor tersebut yaitu:

1. Adanya gairah kerja
2. Adanya semangat kerja antar karyawan
3. Ada kepuasan kerja karyawan

Sangat mudah untuk merasa bergairah dalam bekerja, ketika hal-hal dapat diprediksi dan dapat dicapai. Gairah bekerja dengan langkah-langkah sebagai berikut:

1. Berusahalah menyukai pekerjaan.
2. Kembalikan pikiran ke saat pertama kali mulai bekerja di tempat kerja dan ingat apa yang paling disukai tentang hal itu. Buat daftar atribut atau aspek pekerjaan yang paling membuat semangat di tempat kerja.
3. Muncullah dengan rencana aksi untuk mengatasi poin-poin masalah utama dari pekerjaan tersebut.

Adakalanya kita mengalami kejenuhan atau menghadapi masalah dalam pekerjaan. Tapi semua ini bisa diatasi dengan semangat kerja dan kepuasan kerja. Kepuasan kerja sebagai penyemangat dalam bekerja, ada harapan tentu ada kenyataan, hal ini yang membuat kita bersemangat dalam bekerja dan tentunya kita jadi puas atas pekerjaan kita dengan cacatan antara harapan sesuai dengan keinginan kita dalam bekerja.

Bagaimana suasana kerja karyawan di tempat kerja

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Adanya sikap positif dalam hal bekerja
2. Tidak ada hal-hal yang dicurigai
3. Menyenangkan

Bersikap positif merupakan kunci sukses dalam bekerja, Orang-orang sukses tidaklah lahir dengan sendirinya tanpa bantuan orang lain, pada saat mereka jatuh pasti ada orang yang mendampinginya. Sebagai karyawan tidak akan bisa terlepas dari bantuan karyawan lainnya. Tidak ada yang dicurigai, dengan demikian kita harus rajin bersosialisasi bukan hanya menghilangkan kesepian semata. Namun ketika kita semakin banyak berkomunikasi dengan orang lain, tentu semakin sering mendengarkan cerita orang lain, kita akan mendapatkan banyak inspirasi baru dan menyenangkan dalam hidup ini.

Bagaimana dengan kualitas kehidupan karyawan di tempat kerja

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Sesuai dengan aturan yang ada, maksudnya misalnya gaji, sesuai dengan ketetapan pemerintah
2. Tidak berharap terlalu tinggi karena ini perusahaan juga masih kecil.
3. Hidup di sini sudah standar (UMR)

Karyawan yang bekerja, mendapatkan sejumlah uang dari perusahaan. Sejumlah uang inilah yang disebut pendapatan karyawan. Pendapatan karyawan sangat dipengaruhi oleh hasil penjualan produk atau jasa perusahaan kepada konsumen. Pendapatan tinggi adalah harapan yang wajar bagi karyawan, karena karyawan tentu berusaha untuk memenuhi kebutuhannya setiap hari. Pendapatan yang kecil tentu membuat karyawan tidak bisa berbuat banyak atas pendapatan atau gajinya yang rendah. Hal inilah yang menjadi pertimbangan karyawan dalam mencari pekerjaan.

Bagaimana dengan kebutuhan hidup karyawan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Keinginan tidak terpenuhi secara maksimal
2. Soal makan iya terpenuhi
3. Hidup di sini sudah standar

Sukses atau tidaknya seseorang dapat dilihat dari keinginan dalam hidupnya. Jadi bersukurlah ketika ada karyawan yang masih memiliki keinginan untuk lebih hidup yang lebih layak. Hal ini tentu sangat wajar. Ada keinginan yang tidak terpenuhi ada juga yang merasa hidupnya hanya standar saja.

PROPAGANDA

Segala sesuatu di masa mendatang itu tidak ada yang pasti, manusia diberikan kesempatan untuk memilih dan diberikan kewenangan untuk memiliki harapan lebih besar dari yang dimilikinya pada saat ini. Tapi janganlah kebahagiaan digadaikan pada satu keinginan, yang belum pasti akan menimbulkan kebahagiaan yang sesungguhnya. Jangan diartikan pula akhirnya tidak punya harapan. Tetaplah menjadi karyawan dan berusaha secara terus-menerus dan tidak ada akhirnya. Jadi orang yang sukses adalah orang yang memiliki keinginan.

Bagaimana tanggung jawab karyawan dalam bekerja

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Pekerjaan sudah dibagi-bagi.
2. Ada tanggung jawab terhadap pekerjaan yang sudah disepakati bersama.
3. Pekerjaan selesai.

Segala perbuatan yang dilakukan manusia baik yang disadari maupun tidak, harus dipertanggungjawabkan. Kewajiban yang telah dibebankan kepada seseorang dalam hal ini sebagai karyawan, harus diwujudkan dalam sebuah tindakan yang disadarinya. Setiap orang pasti memiliki tanggung jawab, baik tanggung jawab yang lahir dari dirinya sendiri maupun tanggung jawab yang diberikan oleh pihak lain. Rasa tanggung jawab ini akan muncul ketika seseorang menyadari akibat dari apa yang dilakukannya. Untuk itu, dalam sebuah perusahaan, rasa tanggung jawab perlu dimunculkan dalam bentuk diklat maupun penyuluhan. Hal ini karena karyawan memiliki tanggung jawab yang besar karena menyangkut banyak orang.

Bagaimana dengan disiplin kerja karyawan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Sesuai dengan aturan yang ada, karyawan mengikuti aturan yang ada.
2. Ada aturan jam masuk dan jam pulang.
3. Sebagai karyawan tentu sudah memahami aturan yang ada.

Kedisiplinan dapat dibentuk melalui aturan-aturan yang diberlakukan dalam sebuah perusahaan. Aturan-aturan yang telah ditetapkan dalam perusahaan haruslah dipatuhi agar tercipta lingkungan kerja yang harmonis. Pemahaman tentang aturan-aturan yang ada juga perlu ditanamkan agar tujuan yang diinginkan perusahaan dapat tercapai. Jika aturan terlaksana dengan baik dan kedisiplinan tercipta, maka unsur-unsur dalam perusahaan tersebut secara efektif akan bekerja sama dengan baik.

Bagaimana dengan penghargaan atas prestasi yang diraih oleh karyawan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Sesuai dengan janji pimpinan.
2. Yang setahu saya ada.
3. Sudah disepakati oleh pimpinan dengan karyawan

Motivasi kerja biasanya muncul akibat penghargaan yang didapat dari prestasi yang dicapai oleh seorang karyawan. Semakin baik penghargaan, akan dapat memunculkan motivasi kerja yang baik pula. Oleh karena itu, pembicaraan terkait prestasi-prestasi yang perlu diraih oleh karyawan haruslah disampaikan dengan jelas. Hal ini bertujuan agar karyawan dapat mengerjakan tugas-tugas mereka dengan sungguh-sungguh dan sebaik-baiknya demi mencapai prestasi kerja dan kemudian mendapat penghargaan dari prestasi tersebut.

Apakah ada insentif atas prestasi yang diraih oleh karyawan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Sesuai dengan aturan yang ada.
2. Pastinya ada, soal besar kecil tergantung jumlah penjualan.
3. Ada aturannya



Di luar gaji, terdapat kompensasi khusus yang diberikan pimpinan kepada karyawannya dalam bentuk insentif. Pemberian insentif ini biasanya berdasarkan penilaian pimpinan kepada karyawan yang bekerja dengan giat dan terus meningkatkan prestasinya di perusahaan tersebut. Kerja keras dan prestasi tersebut biasanya telah melampaui standar yang ditetapkan oleh perusahaan. Pemberian insentif umumnya berupa uang, barang, dan bentuk lainnya.

Bagaimana produktivitas kerja karyawan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Kami semangat bekerja dan kami meyakini ketika bekerja dengan semangat tentu kami merasa puas.
2. Kami punya kemampuan dalam bekerja dan tentu produktivitas kerja semakin baik.
3. Kami menyesuaikan kemampuan kami dengan tempat kerja kami

Produktivitas kerja berkaitan dengan kemampuan karyawan dalam menghasilkan barang atau jasa yang diharapkan perusahaan dalam waktu yang relatif cepat dan tepat. Produktivitas yang tinggi ini biasanya juga dipengaruhi oleh motivasi dan semangat kerja yang tinggi. Untuk itu, pemimpin perlu memperhatikan gaji, kebutuhan, dan posisi yang sesuai kemampuan karyawan untuk dapat menunjang produktivitas mereka.

Apa keinginan karyawan bekerja di tempat ini

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Dapat memenuhi kebutuhan sehari-hari, secara hemat bekerja di sini dapat terpenuhi keinginan kami.
2. Apa yang kami peroleh tentu kami punya keinginan dari itu.
3. Tidak ada keharusan, tapi namanya juga keinginan pasti saya punya keinginan dan keinginan yang ada dalam pikiran saya belum terpenuhi. Sebagai karyawan, keinginan yang ada tak lepas dari kebutuhan sandang, pangan, dan papan yang dibutuhkan setiap hari.

Sebagai manusia, pemenuhan sandang, pangan, dan papan akan didasari pada insting manusia itu sendiri. Keputusan dalam menentukan jenis sandang, pangan, dan papan itu sangat dipengaruhi oleh pemahaman manusia tersebut terkait kebutuhan dan keinginan. Prioritas pemenuhan sebaiknya dimulai dari kebutuhan kemudian keinginan. Namun, jika keinginan dapat terpenuhi dengan baik, akan dapat memberikan kepuasan, kecukupan, kenyamanan, dan kesejahteraan bagi karyawan tersebut.

Bagaimana pengalaman karyawan bekerja di sini

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Saya masih baru bekerja, pengalaman saya bekerja di sini, baik-baik saja, tidak ada sesuatu yang luar biasa.
2. Baik-baik saja.
3. Asyik-asyik saja ya, dan semuanya menyenangkan buat saya

Pengalaman merupakan hal-hal yang dialami oleh seseorang. Mengemukakan pengalaman yang dialami berdasarkan urutan waktu tertentu disebut narasi. Penarasian ini dapat dilakukan secara lisan maupun tulisan. Narasi pengalaman biasanya disampaikan oleh karyawan yang memiliki pengalaman lebih banyak dari yang lain, tergantung dari pengalaman kerja mereka. Menyampaikan pengalaman atau bagaimana pengalaman seorang karyawan bisa saja luar biasa atau biasa saja dan baik-baik saja atau ada juga dia mengalami yang asyik-asyik saja. Artinya apa yang ia alami atau pekerjaan yang pernah ia kerjakan ada yang luar biasa atau ada juga yang luar biasa. Dalam hal ini biasa-biasa saja.

PROPAGANDA

Bagaimana dengan kepuasan atas upah karyawan pada perusahaan

Dari hasil wawancara terdapat jawaban sebagai berikut:

1. Masih belum puas.
2. Kalau bicara kepuasan ya belum puaslah.
3. Belum puas, karna memang belum cukup.

Kepuasan merupakan afeksi yang dapat mempengaruhi perilaku seorang karyawan dalam bekerja. Kepuasan kerja dapat terlihat dari tanggapan seorang karyawan berupa sikap terhadap perusahaan tempat ia bekerja. Perasaan puas ini muncul sebagai akibat dari jumlah penghargaan yang mereka terima dengan jumlah penghargaan yang mereka harapkan atas apa yang telah dilakukannya di perusahaan.

PENUTUP

Jika dianalisis tujuan penelitian, maka akan terdapat beberapa komponen tujuan penelitian yang dicapai dalam penelitian ini antara lain. Kepuasan atas upah karyawan pada perusahaan

1. Masih belum puas.
2. Kalau bicara kepuasan ya belum puaslah.
3. Belum puas, karna memang belum cukup.

Kepuasan merupakan afeksi yang dapat mempengaruhi perilaku seorang karyawan dalam bekerja. Kepuasan kerja dapat terlihat dari tanggapan seorang karyawan berupa sikap terhadap perusahaan tempat ia bekerja. Perasaan puas ini muncul sebagai akibat dari jumlah penghargaan yang mereka terima dengan jumlah penghargaan yang mereka harapkan atas apa yang telah dilakukannya di perusahaan.

Memperhatikan pada hasil penelitian ini dan berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti untuk meneliti Strategi komunikasi organisasi dalam menumbuhkan motivasi kerja karyawan dan loyalitas pelanggan pada CV Harningsih. Maka peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Dalam bidang ilmu komunikasi, penelitian ini diharapkan mampu memberikan sumbangan pengetahuan dalam mata kuliah yang berkaitan dengan komunikasi pemasaran serta menjadi acuan dalam penelitian selanjutnya.
2. Pembahasan mengenai strategi komunikasi organisasi dalam menumbuhkan motivasi kerja karyawan dan loyalitas pelanggan pada CV Harningsih diharapkan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya. Jika ada penelitian lebih lanjut, disarankan mencoba meneliti lebih dalam mengenai dampak motivasi kerja dan loyalitas kerja terhadap penjualan.
3. Dari segi motivasi kerja karyawan, belum terpenuhinya kebutuhan sehari-hari karena upah yang masih standar, dengan demikian pimpinan perusahaan perlu memperhatikan pendapatan karyawan agar motivasi kerja bisa meningkat.

Belum ada kepuasan karyawan yang pada akhirnya melahirkan loyalitas karyawan karena gaji yang masih standar. Oleh karena itu, pimpinan perlu memperhatikan pendapatan karyawan agar karyawan puas dan akan berdampak pada loyalitas kerja.

DAFTAR PUSTAKA

Baran dan Davis. (2010). *Teori Komunikasi Massa, Dasar komunikasi Pergolakan dan Masa Depan*. Jakarta: Salemba Humanika.



- Biagi, S. (2010). *Pengantar Media Massa-Media Impact*. Jakarta: Penerbit Salemba Humanika.
- Blake, E., Haroldsen. (2003). *Taksonomi Konsep, Komunikasi*. Surabaya: Papyrus.
- Budyatna, M. (n.d.). *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar Pribadi*. Jakarta: Prenamedia.
- Creswell, J. (2015). *Penelitian Kualitatif dan Desain Riset*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Devito. (2011). *Komunikasi Antar Manusia*. Tangerang Selatan: Karisma Publishing Group.
- Edkins, J. dan William, N. V. (2010). *Teori-Teori Kritis, Menantang Pandangan Utama*. Yogyakarta: Studi Politik Internasional
- Haryatmoko. (2007). *Etika Komunikasi*. Yogyakarta
- Littlejohn dan Foss. (2011). *Teori komunikasi, Theories of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.
- McQuail. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Miller, K. (2005). *Communication Theories, Perspective, processes and Contexts*. Printed in Singapore
- Morrison. (2010). *Teori Komunikasi Massa*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Rakhmat, J. (2011). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rusadi. (2015). *Kajian Media, Isu Ideologi dalam Perspektif, Teori dan Metode*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Severin dan Tankard. (2011). *Teori Komunikkasi, Sejarah, metode, dan Terapan di dalam Media Massa*. Jakarta: Prenada Media Group.