PERAN PIMPINAN MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI PERUSAHAAN

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Komunikasi Organisasi Kepemimpinan CV. Ika Jaya Mukti Gumpang, Sukoharjo)

NASKAH PUBLIKASI

Ditulis dan diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan
memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi Pada Fakultas Komunikasi dan Informatika

DIKA SULTON HAQ

L100 070 099

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS KOMUNIKASI DAN INFORMATIKA

UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

2012

HALAMAN PENGESAHAN

NASKAH PUBLIKASI

PERAN PIMPINAN MENCIPTAKAN IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI

(Studi Deskriptif Kualitatif tentang Komunikasi Organisasi Kepemimpinan CV. Ika Jaya Mukti Gumpang, Sukoharjo)

Yang dipersiapkan dan disusun oleh:

DIKA SULTON HAQ
NIM. L 100 070 099

Telah dipertahankan di depan Dewan Penguji

Pada tanggal: 24 September 2012

Dan dinyatakan telah memenuhi syarat mendapatkan gelar S-1

Susunan Dewan Penguji

1. Drs Muhibbin, M.Si (.....)
2. Dian Purworini, S. Sos. MM (.....)
3. Arief Fajar, S. Ikom (.....)

Surakarta,

Universitas Muhammadiyah Surakarta
Fakultas Komunikasi dan Informatika

Dekan,

Husni Thamrin, Ph. D
NIK. 706

ABSTRAKSI

DIKA SULTON HAQ, L.100070099. PERAN PIMPINAN MENCIPTAKANA IKLIM KOMUNIKASI ORGANISASI (Studi Deskriptif tentang Komunikasi Organisasi Kepemimpinan CV. Ika Jaya Mukti Gumpang, Sukoharjo). Skripsi Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta. 2012.

Kepemimpinan merupakan syarat bagi berlangsungnya kehidupan kelompok atau organisasi yang sehat, sesuai dengan tujuan terbentuknya kelompok atau organisasi. Kepemimpinan sangat dibutuhkan untuk memberikan pengarahan terhadap usaha-usaha semua pekerja dalam mencapai tujuan organisasi. Tanpa kepemimpinan, hubungan antara tujuan perseorangan atau tujuan organisasi mungkin menjadi renggang. Oleh karena itu, pimpinan dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat dibutuhkan untuk menciptakan iklim organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi upaya pimpinan dalam menciptakan iklim komunikasi organisasi perusahaan di CV. Ika Jaya Mukti.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian ini menggunakan *purposive sampling* dan teknik pengumpulan data menggunakan wawancara terhadap informan yang dianggap relevan dan mengetahui permasalahan yang terjadi di perusahaan CV. Ika Jaya Mukti. Teknik validitas data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik triangulasi.

Berdasarkan hasil analisis diperoleh kesimpulan sebagai berikut: Pertama, pengetahuan informan mengetahui tentang komunikasi dan kepemimpinan, dapat menjelaskan dengan benar pengertian dari komunikasi dan kepemimpinan. Kedua, dimensi supportiveness telah dilakukan oleh pimpinan CV Ika Jaya Mukti, sehingga ada komunikasi yang baik antara pimpinan dan karyawan. Ketiga, dimensi partisipasi belum dilakukan dalam kegiatan formal, sehingga karyawan kurang merasa dilibatkan dalam keputusan perusahaan. Keempat, dimensi kepercayaan telah dilakukan dengan baik oleh pimpinan, hal ini ditunjukkan oleh tingkat kepercayaan yang tinggi dari karyawan kepada pimpinannya. Kelima, dimensi Keterbukaan, masih bersifat situasional pada permasalahan yang perlu melibatkan karyawan dan dianggap penting untuk diketahui oleh karyawan. Keenam, dimensi tujuan kinerja, pimpinan telah memberikan pemahaman yang baik tentang pekerjaan kepada karyawan, serta telah mampu memberikan contoh yang baik kepada karyawan dalam bekerja. Ketujuh, gaya kepemimpinan yang diterapkan di CV Ika Jaya Mukti adalah gaya kepemimpinan demokratis.

Kata kunci: iklim organisasi, kepemimpinan

PENDAHULUAN

Berkembangnya zaman yang semakin maju dan didukung oleh perkembangan teknologi yang mutakhir, menyebabkan kehidupan dunia usaha mengalami persaingan yang semakin ketat. Pada umumnya tujuan perusahaan adalah mempertahankan dan mengembangkan usahanya serta berupaya mendapatkan keuntungan yang tinggi demi mendukung tujuan jangka panjang perusahaan. Salah satu dari faktor utama pemegang kunci dalam perkembangan adalah pada komunikasi. Komunikasi merupakan proses dimana seseorang (komunikator) menyampaikan perangsang-perangsang (biasanya berupa lambang atau kata-kata untuk mengubah tingkah laku seseorang. Definisi komunikasi diatas memberikan tekanan pengaruh disamping memberikan informasi. Agar tujuan komunikasi dapat tercapai dengan baik diperlukan pesan kreatif, namun dipelajari pula siapa-siapa yang menjadi sasaran komunikasi.

Komunikasi merupakan sesuatu yang penting dalam organisasi. Komunikasi dalam organisasi menjadi system aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi, sehingga menghasilkan sinergi. Dengan demikian, komunikasi dalam organisasi selain ikut andil membangun iklim organisasi juga ikut membangun budaya organisasi.

Konflik adalah salah satu bentuk dari terjadinya *misunderstanding* dalam suatu organisasi. Pada kasus yang terjadi, kebanyakan kondisi tersebut dipacu oleh ketidak mengertian antar anggota organisasi. Demikian pula pada organisasi yang berbentuk perusahaan. Konflik yang terjadi, seperti unjuk rasa ataupun aksi protes lainnya yang bersumber dari ketidak mengertian antara pegawai dengan pimpinan atau eksistensi perusahaannya. Karena itu, diperlukan adanya pemahaman yang lebih lanjut terhadap pentingnya arti komunikasi organisasi serta segala proses terhadapnya.

Kepemimpinan merupakan syarat bagi berlangsungnya kehidupan kelompok atau organisasi yang sehat, sesuai dengan tujuan terbentuknya kelompok atau organisasi. Denikian juga dalam sebuah organisasi yang berbentuk perusahaan, kepemimpinan sangat dibutuhkan untuk memberikan pengarahan terhadap usaha-usaha semua pekerja dalam mencapai tujuan organisasi. Tanpa

kepemimpinan, hubungan antara tujuan perseorangan atau tujuan organisasi mungkin menjadi renggang. Oleh karena itu, pimpinan dalam sebuah perusahaan merupakan hal yang sangat dibutuhkan.

Komunikasi organisasi juga diterapkan dalam sebuah perusahaan. Ketertarikan penulis untuk mempelajari mengenai bentuk komunikasi organisasi kepemimpinan didasarkan oleh keingintahuan penulis terhadap ilmu tersebut. Hal itu dikarenakan oleh sifatnya yang sangat teknis sehingga dapat menjadi bekal bagi penulis apabila melaksanakan kepemimpinan di perusahaan pada waktu yang akan datang.

Komunikasi kepemimpinan merupakan aktivitas penyampaian pesan, informasi dan tugas (secara verbal ataupun non verbal) melalui media tertentu yang dilakukan oleh seorang pimpinan kepada bawahannya, dengan tujuan tertentu. Komunikasi kepemimpinan menjadi syarat dalam menciptakan, membina dan mengembangkan hubungan baik antara pimpinan dengan public di dalam organisasi atau perusahan dan di luar organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Oleh sebab itu, jika pemimpin ingin sukses dalam tugasnya, ketrampilan komunikasi adalah salah satu aspek yang dapat digunakan pimpinan dalam organisasi apapun dan dalam bidang apapun. (Masmuh, 2010: 279-280).

Hasil penelitian Nurrohim dan Anatan (2009: 9) menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan satu hal penting untuk menunjang kesuksesan organisasi, baik dalam meningkatkan kinerja organisasi maupun adaptasi organisasi terhadap perubahan lingkungan bisnis yang ada sehingga organisasi bisa survive bahkan meraih keunggulan kompetitifnya. Melalui komunikasi yang baik antara individu dan pihak-pihak yang terlibat langsung dalam organisasi maupun luar organisasi, organisasi dapat memperoleh informasi-informasi yang dibutuhkan. Untuk mengembangkan komunikasi yang baik ini diperlukan peran aktif manajer maupun bawahan.

Penelitian yang dilakukan oleh Mullins dan Linehan (2005: 641) menunjukkan bahwa seorang pemimpin percaya bahwa bawahan akan dapat termotivasi oleh perilaku pemimpin mereka. Hubungan yang dekat antara

pimpinan dan bawahan dapat membentuk formula dan efek yang strategis dalam usaha untuk mencapai tujuan dan target organisasi.

Pelaksanaan komunikasi organisasi di CV Ika Jaya Mukti telah mengalami perkembangan untuk menyesuaikan diri dengan pergerakan pasar yang dinamis. Percaturan bisnis sejenis di Indonesia, khususnya di Surakarta sangat banyak, terlebih dengan sifat usaha percetakan yang dibutuhkan oleh konsumen dalam jumlah yang sangat besar serta ketersediaan alat (mesin percetakan) yang telah banyak dijual sehingga membuat industri ini berkembang dengan sangat cepat.

CV Ika Jaya Mukti merupakan salah satu usaha percetakan yang tumbuh dan berawal dari keterkaitan yang erat dengan PT. Tiga Serangkai. dengan berbagai ilmu yang dimiliki oleh pemiliknya, kemudian CV ini tumbuh dan berkembang secara mandiri hingga sekarang menjadi perusahaan yang besar dan cukup ternama di Solo. Tentu saja kondisi tersebut tidak terlepas dari kemajuan pola pikir serta strategi yang dipilih oleh pemimpin perusahaan, khususnya oleh gaya kepemimpinan yang membuat CV ini mampu tumbuh berkembang dengan pesat walaupun saingan dalam industri yang serupa sangat banyak.

LANDASAN TEORI

Pemeliharaan hubungan dengan karyawan memerlukan komunikasi yang efektif. Terlepas dari besar kecilnya suatu organisasi, menyelenggarakan komunikasi secara terus menerus merupakan suatu keharusan. Dikatakan demikian karena melalui komunikasi berbagai hal yang menyangkut kehidupan organisasi disampaikan oleh satu pihak ke pihak yang lain (Siagian, 2008: 307).

Terdapat tiga pengertian utama komunikasi, yaitu pengertian secara etimologis, terminologis, dan paradigmatis. Secara etimologis, komunikasi dipelajari menurut asal-usul kata, yaitu komunikasi berasal dari bahasa latin *'communicatio'* dan perkataan ini bersumber dari perkataan *'communis'* yang berarti sama makna mengenai sesuatu hal yang dikomunikasikan. Secara termonologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Sedangkan secara paradigmatis, komunikasi berarti

pola yang meliputi sejumlah komponen berkolerasi satu sama lain secara fungsional untuk mencapai suatu tujuan tertentu. Contohnya adalah ceramah, kuliah, dakwah, diplomatis, dan sebagainya. Demikian pula pemberitaan surat kabar dan majalah, penyiaran radio dan televisi atau pertunjukan film di gedung bioskop, dan lain-lain.

Istilah 'komunikasi' berasal dari kata di bahasa inggris *"communicare"* yang bersumber dari kata latin *"communicato"* yang berarti pemberitaan atau pertukaran pikiran. Makna hakiki communicato ini adalah *"communis"* yang berarti "sama" jelasnya "kesamaan arti". (Effendi, 1992: 4) Jadi antara pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi harus mengerti apa yang disampaikan dan sebaliknya, komunikan mengerti makna pesan tersebut, sehinggs proses komunikasi dapat berlangsung.

Komunikasi secara mudah diartikan sebagai proses transfer pesan dalam penyaluran informasi atau message melalui sarana atau saluran komunikasi kepada komunikan yang tertuju. Dalam literatur – literatur klasik ilmu komunikasi adalah tidak sampainya pesan *(message)* atau informasi kepada komunikan. Namun dalam perjalanan dan perkembangannya pembahasan itu sudah mengalami pergeseran dan perkembangan (Prisgunanto, 2006: 1).

Menurut Laswell suatu model komunikasi akan menjawab masalah :

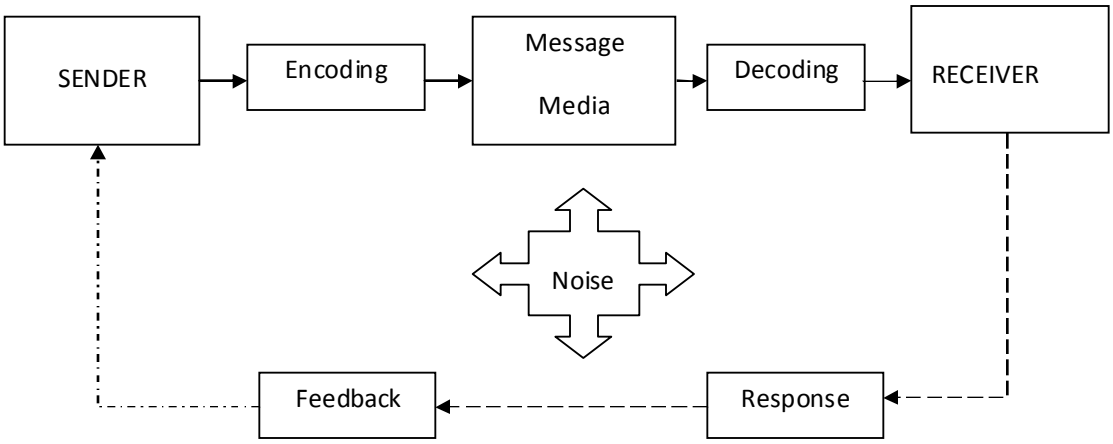
1. *Who*-siapa yang mengatakan-komunikator
2. *What*-menyatakan apa-pesan/message
3. *In which chanel*-melalui saluran apa-media massa
4. *To whom*-kepada siapa-komunikan
5. *With what effect* dengan efek apa-efek sasaran yang diharapkan.(Mulyana, 2003:62)

   Proses komunikasi itu sendiri menurut Scramm terdiri dari sembilan elemen yaitu :

   a. Pengirim. Pihak yang mengirim pesan kepada pihak lain (juga disebut sumber atau komunikator)
   b. Penulis dalam bentuk sandi *(encoding)* adalah proses mengungkapkan pendapatkedalam bentuk simbolik.

c. Pesan. Serangkaian simbol yang dikirim oleh pengirim.
d. Media. Saluran-saluran komunikasi yang dipakai untuk menyampaikan pesan-pesan dari pengirim kepada penerima.
e. Pembacaan sandi *(decoding)*. Proses ketika penerima mengartikan simbol-simbol yang dikirim oleh pengirim.
f. Penerima. Pihak yang menerima pesasn yang disampaikan oleh pihak lain (disebut juga pendengar atau tujuan).
g. Tanggapan. Serangkaian reaksi dari penerima setelah melihat atau mendengar pesan-pesan yang dikirimkan oleh pihak pengirim.
h. Umpan balik. Bagian dari tanggapan penerima bahwa penerima itu mengkomunikasikan kembali kepada pengirim.
i. Gangguan. Gangguan atau distorsi yang tak terduga selama proses komunikasi, mengakibatkan penerima memperoleh pesan berbeda dari yang dikirimkan pengirim.(Kotler, 2000: 551)

Secara grafis model komunikasi dapat digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2.1 Model Komunikasi Wilbur Schramm

Model-model di atas menekankan faktor-faktor penting dalam komunikasi yang efektif. Pengirim harus tahu yang akan mereka jangkau dan bagaimana tanggapan yang mereka inginkan. Mereka juga harus tahu bagaimana menyandikan pesan mereka dengan baik agar dapat dimengerti oleh khalayak sasaran mereka, dan mereka juga harus menyediakan saluran-

saluran umpan balik sehingga mereka dapat mengeri bagaimana tanggapan khalayak terhadap pesan yang mereka sampaikan. Menurut Scramm, supaya suatu pesan efektif, maka proses penyandian pesan dari pengirim harus bertautan dengan proses pembacaan sandi dari penerimanya. Pesan harus merupakan simbol-simbol penting yang dikenal dengan baik oleh penerimanya.

PEMBAHASAN

1. Sajian Data Penelitian dan Pembahasan

a. Pengetahuan Terhadap CV. Ika Jaya Mukti

CV Ika Jaya Mukti merupakan salah satu usaha percetakan yang tumbuh dan berawal dari keterkaitan yang erat dengan PT. Tiga Serangkai. dengan berbagai ilmu yang dimiliki oleh pemiliknya, kemudian CV ini tumbuh dan berkembang secara mandiri hingga sekarang menjadi perusahaann yang besar dan cukup ternama di Solo. Tentu saja kondisi tersebut tidak terlepas dari kemajuan pola pikir serta strategi yang dipilih oleh pemimpin perusahaan, khususnya oleh gaya kepemimpinan yang membuat CV ini mampu tumbuh berkembang dengan pesat walaupun saingan dalam industri yang serupa sangat banyak. Gaya kepemimpinan di CV Ika Jaya Mukti telah berhasil menciptakan iklim organisasi yang sehat, sehingga mampu meningkatkan kinerja karyawan dan perusahaan.

Sebelum mengetahui tanggapan informan tentang kepemimpinan dan usahanya menciptakan iklim organisasi. Akan dijelaskan terlebih dahulu pengetahuan informan terhadap usaha CV. Ika Jaya Mukti. Untuk mengetahui pengetahuan informan terhadap usaha CV. Ika Jaya Mukti digunakan metode wawancara dengan informan. Hasil wawancara dijelaskan berikut ini.

Informan M (Karyawan)
"CV. Ika Jaya Mukti merupakan perusahaan yang bergerak di bidang usaha percetakan atau jasa percetakan. Pimpinan CV. Ika Jaya Mukti adalah Bapak Faishal Riza Kahmi sebagai Direktur Utama dengan Komisaris Ibu Muslihatin. CV. Ika Jaya Mukti

terletak di Windan Baru No 16 Gumpang, Kartosuro." (Wawancara tanggal 3 April 2012)

Informan H (Mitra)
"Usaha CV. Ika Jaya Mukti adalah di bidang percetakan. CV. Ika Jaya Mukti dikelolah oleh Bapak Faisal, namun struktur organisasinya tidak tahu. Lokasi CV. Ika Jaya Mukti di daerah Windan, Kelurahan Gumpang." (Wawancara tanggal 5 April 2012)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut diketahui bahwa secara umum karyawan mengetahui bidang usaha dan pimpinan di CV. Ika Jaya Mukti. Namun dari informan yang berasal dari luar (mitra) tidak mengetahui dengan jelas struktur organisasi atau bagian-bagian kerjanya.

Beberapa poin plus hubungan antara perusahaan dengan karyawan atau dengan mitra perusahaan dapat digambarkan berdasarkan hasil wawancara dengan para informan berikut ini.

Informan M (Karyawan)
"Saya betah kerja di sini karena hubungan yang dijalin pimpinan dan karyawan berjalan secara harmonis. Selain itu kami sebagai karyawan dianggap sebagai keluarga sendiri. Komunikasi yang terjalin di perusahaan ini juga berjalan dengan baik, baik komunikasi formal maupun informal." (Wawancara tanggal 3 April 2012)

Informan H (Mitra)
"Hubungan yang terjalin antara pimpinan dan karyawan di CV. Ika Jaya Mukti terlihat sangat baik dan komunikasinya juga lancar. Pimpinan di perusahaan ini juga akrab dengan para mitra-mitranya, selain itu pembayaran juga dilakukan tepat waktu." (Wawancara tanggal 5 April 2012)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut baik informan dari karyawan maupun dari mitra menilai bahwa hubungan dan komunikasi yang terjalin di perusahaan ini berjalan dengan baik dan dalam suasana kekeluargaan. Hal ini juga menunjukkan bahwa informan dalam penelitian ini mengenal dengan baik perusahaan maupun pimpinan di CV. Ika Jaya Mukti ini, sehingga jawaban dari informan ini dapat digunakan untuk penelitian ini.

2. Pengetahuan Terhadap Iklim Komunikasi dan Gaya Kepemimpinan

a. Komunikasi

Pemeliharaan hubungan dengan karyawan memerlukan komunikasi yang efektif. Terlepas dari besar kecilnya suatu organisasi, menyelenggarakan komunikasi secara terus menerus merupakan suatu keharusan. Dikatakan demikian karena melalui komunikasi berbagai hal yang menyangkut kehidupan organisasi disampaikan oleh satu pihak ke pihak yang lain (Siagian, 2008: 307).

Masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses organisasi. Bahkan boleh dikata, organisasi tanpa komunikasi ibarat sebuah mobil yang di dalamnya terdapat rangkaian alat-alat otomotif, yang terpaksa tidak berfungsi karena tidak adanya aliran fungsi antara satu bagian dengan bagian yang lain. *Connection* komunikasi merupakan system aliran yang menghubungkan dan membangkitkan kinerja antar bagian dalam organisasi sehingga menghasilkan sinergi. (Redi Panuju, 2001:1-2). Oleh karena itu perlu dibangun iklim organisasi yang mendukung peningkatan kinerja. Menurut Tagiuri (dalam Muhammad, 2005: 25) iklim organisasi adalah kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat diuraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karakteristik tertentu dari lingkungan.

Pengetahuan informan dalam penelitian ini tentang komunikasi dapat digambarkan dari hasil wawancara berikut ini:

> Informan M (karyawan)
> *"Menurut saya, komunikasi merupakan hubungan atau kontak antara dua orang atau lebih baik dalam instansi maupun di diluar intansi. Sedangkan iklim komunikasi merupakan kondisi atau suasana komunikasi yang terjalin di perusahaan dan ini sangat penting untuk membantu perusahaan dalam melancarkan kegiatannya."* (Wawancara tanggal 3 April 2012)

> Informan H (mitra)
> *"Komunikasi merupakan hubungan dua orang atau lebih dan saling memberikan umpan balik. Iklim komunikasi merupakan suasana komunikasi yang terjadi antara atasan dan bawahan.*

Iklim komunikasi sangat baik untuk menciptakan suasana kerja yang menyenangkan." (Wawancara tanggal 5 April 2012)

Mengacu pada pendapat Siagian (2008: 307) menunjukkan bahwa jawaban informan tentang komunikasi sudah tepat, walaupun secara redaksional kalimatnya berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman atau pengetahuan informan tentang komunikasi dan iklim komunikasi sudah baik.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil analisis deskripsi dan pembahasan hasil penelitian maka dapat ditarik suatu kesimpulan sebagai berikut :

1. Pemimpin CV. Ika Jaya Mukti memiliki pengetahuan tentang komunikasi sehingga dapat menjelaskannya.
2. Dimensi supportiveness telah dilakukan oleh pimpinan CV Ika Jaya Mukti, dan komunikasi antara karyawan dengan pimpinan dapat terjalin.
3. Dimensi partisipasi belum dilakukan dalam kegiatan formal, sehingga karyawan merasa tidak dilibatkan dalam membuat keputusan perusahaan.
4. Dimensi kepercayaan telah dilakukan dengan baik oleh pimpinan, hal ini ditunjukkan oleh perilaku dari karyawan CV. Ika Jaya Mukti yang menurut terhadap pimpinan.
5. Dimensi Keterbukaan, masih bersifat situasional pada permasalahan yang perlu melibatkan karyawan.
6. Dimensi tujuan kinerja, pimpinan telah memberikan pemahaman yang baik tentang pekerjaan kepada karyawan, serta telah mampu memberikan contoh dalam bekerja.

Saran

Berdasarkan kesimpulan di atas maka dapat disarankan hal-hal sebagai berikut :

1. Bagi pimpinan CV. IKJM :
   a. Perlu adanya peningkatan partisipasi yang lebih jauh lagi, agar iklim organisasi semakin baik.
   b. Perlu adanya pemahaman yang jelas tentang aspek-aspek yang perlu atau yang tidak perlu disampaikan kepada karyawan, sehingga penilaian karyawan terhadap pimpinan menjadi lebih positif.
2. Bagi staf dan karyawan, dibutuhkan peningkatan intensitas komunikasi kepada pimpinan, sehingga dapat menjalin kemunikasi yang akrab dan mencipakan keterbukaan antara karyawan dan pimpinan.
3. Bagi peneliti selanjutnya, penulis berharap penelitian ini nantinya dapat dijadikan pedoman untuk lebih mendalami dunia kepemimpinan dan dapat dimanfaatkan sebagai acuan penelitian sejenis berikutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Arni, Muhammad. (2005). *Komunikasi Organisasi.* Jakarta: Bumi Aksara.

Efendy, Onong Uchjana. (1988) *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: CV. Remadja Karya

Efendi, Onong Uchjana. (1992). *Spektrum Komunikasi.* Bandung: CV Mandar Maju.

Hamidi, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif Etnografi.* Bandung: Remaja Rosdakarya.

Husaini, Usman dan Purnama Setiady Akbar. (2000). *Metodologi Penelitian Sosial*, Jakarta: PT. Bumi Aksara.

Kotler, Philip. (2000), *Marketing Management, The Millenium 1st Edition*. New Jersey: Prentice Hall.

Masmuh, Abdullah. (2010). *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang : UMM Press

Mulyana, Dedy. (2003). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda karya.

Nawawi, Hadan. (1993). *Metode Penelitian Sosial*. Yogyakarta: UGM Press.

Nurrohim, Hassan dan Anatan, Lia. (2009). Efektivitas Komunikasi dalam Organisasi. Jurnal Manajemen, Vol.7, No.4, Mei 2009

Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. (2000). *Komunikas Organisasi: Strategi meninggkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pace, R. Wayne dan Faules, Don F. (1998). *"Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan"*, terjemahan Deddy Mulyana, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Pamudji, S. (1986). *Kepemimpinan Pemerintahan di Indonesia*. Jakarta: Bima Aksara.

Panuju, Redi. (2001). *Komunikasi Organisasi.* Yogyakarta: Media Pressindo

Prisgunanto, Ilham, M. Si. (2006). *Komunikasi Pemasaran, Strategi dan taktik*. Jakarta: Ghalia Indonesia.

Reksohadiprojo, Sukanto dan T. Hani Handoko. (2000). *Organisasi Perusahaan: Teori, Struktur dan Perilaku*. Yogyakarta: *BPFE*.

Soehartono, Irawan. (2001). *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: PT. Remasa Rosdakarya.

Sondang, P. Siagian. (2008). *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Jakarta : Bumi Aksara.

Sutisna. (2002). *Perilaku Konsumen dan Komunikasi Pemasaran*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Sutopo. H.B. (2002). *Metodologi Penelitian Kualitatif Dasar Teori dan Terapannya dalam Penelitian*. Surakarta: Sebelas Maret University Press.

Timpe, A. 2002a. *Seri Manajemen Sumber Daya Manusia: Memotivasi Pegawai.* Jakarta : PT Elex Media Komputindo, Kelompok Gramedia.