
KOMUNIKASI INTERPERSONAL DAN DAKWAH KOMUNIKASI DALAM ORGANISASI

M.Sahdani Harahap¹⁾, Defrinal²⁾, Nining Yusmei³⁾

^{1,2,3)} KPI, Dakwah, STAI YDI LUBUKSIKAPING

³⁾ PAI, Tarbiyah, STAI YDI LUBUKSIKAPING

Email: shadani@stai-ydi.ac.id
defrinaljambak@gmail.com
niningyusmei@stai-ydi.ac.id

Abstrak

Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi dakwah antarkomunikator dengan komunikan, dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship*). Organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Jika sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu sama lain. Kepuasan komunikasi membawa hubungan dengan kepuasan kerja, kepuasan kerja merupakan respons seseorang terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya, seperti teman sekerja, kebijakan, promosi dll. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi lebih ditekankan untuk mendapatkan kepuasan kerja. Pimpinan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya.

Kata Kunci :Komunikasi, Interpersonal, Iklim, Organisasi

Abstract

Interpersonal communication as da'wah communication between communicators and communicants, is considered the most effective type of communication in terms of efforts to change a person's attitude, opinion, or behaviour. One of the most obvious features of organisational communication is the concept of relationships. Organisation as a network of interdependent relationships. If things are interdependent, this means that they influence and are influenced by each other. Communication satisfaction carries a relationship with job satisfaction, job satisfaction is a person's response to the various work environments he or she faces, such as co-workers, policies, promotions etc. The importance of a supportive climate in organisational communication is more emphasised to get job satisfaction. The leader as a responsible person in the organisation can contribute in generating a good communication climate in the organisation.

Keywords: Communication, Interpersonal, Climate, Organization.

PENDAHULUAN

A. Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia, dengan berkomunikasi manusia dapat berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari dimanapun manusia itu berada. Komunikasi juga merupakan hal yang sangat vital dalam keberlangsungan dan keberhasilan sebuah interaksi, baik dalam lingkungan formal semisal organisasi/lembaga pendidikan maupun pada tataran interaksi pada organisasi yang bersifat umum.

Dalam hal ini komunikasi yang efektif akan sangat menentukan keberhasilan sebuah interaksi, serta kelangsungan hidup sebuah organisasi. Pentingnya komunikasi bagi manusia tidaklah dapat dipungkiri begitu juga halnya bagi suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan.

Organisasi adalah sistem yang mapan dari mereka yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Evert M. Rogers dan Rekha Agarwala Rogers sebagaimana dikutip oleh Onong Uchayana Effendy memandang bahwa,

organisasi sebagai suatu struktur yang melangsungkan proses pencapaian tujuan yang telah ditetapkan di mana interaksi di antara bagian yang satu dengan yang lainnya dan manusia yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis dan pasti. Kemapanan struktur organisasi yang melangsungkan prosesnya secara sistem seperti itu akan dapat menyelesaikan tujuan secara efektif, dalam arti kata masukan (*input*) yang diprosesakan menghasilkan keluaran (*output*) yang diharapkan sesuai dengan biaya, personal dan waktu yang direncanakan

Dalam konteks organisasi, pemahaman mengenai peristiwa-peristiwa komunikasi yang terjadi di dalamnya, seperti apakah instruksi pimpinan sudah dilaksanakan dengan benar oleh karyawan, atau bagaimana bawahan mencoba menyampaikan keluhan kepada atasan, memungkinkan tujuan organisasi yang telah ditetapkan dapat tercapai sesuai dengan hasil yang diharapkan. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi merupakan aspek yang penting dalam suatu organisasi, baik organisasi profit maupun non profit.

Komunikasi interpersonal dapat dipergunakan untuk berbagai macam tujuan. Devito menyatakan bahwa semua orang yang terlibat di dalam komunikasi interpersonal memiliki tujuan yang bermacam-macam, seperti: untuk mengenal diri sendiri dan orang lain, untuk mengetahui dunia luar, untuk menciptakan dan memelihara hubungan, untuk mempengaruhi sikap dan perilaku, untuk bermain dan mencari hiburan, dan untuk membantu.

Komunikasi interpersonal menjadi sarana untuk membicarakan diri kita sendiri, sehingga melalui komunikasi interpersonal kita belajar tentang bagaimana dan sejauh mana kita harus membuka diri pada orang lain, juga dapat membuat kita mengetahui nilai, sikap, dan perilaku orang lain, sehingga kita dapat memberi tanggapan secara tepat terhadap tindakan orang lain. Dalam hidup seseorang perlu untuk bersosialisasi dan menciptakan serta memelihara hubungan dekat dengan orang lain, oleh karena itu, kita banyak menggunakan waktu untuk berkomunikasi antar pribadi yang bertujuan untuk memelihara hubungan sosial dengan orang lain. Begitu juga untuk bisa mengubah sikap dan perilaku orang lain dengan upaya-upaya yang bersifat persuasif, maka digunakan juga komunikasi interpersonal ini untuk dapat mencapai tujuan tersebut. Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis lebih baik daripada secara monologis. Dialog adalah bentuk komunikasi interpersonal

yang menunjukkan terjadinya interaksi. Untuk dapat mencapai tujuan dari komunikasi yang dilakukan, diperlukan komunikasi yang baik agar komunikasi dapat berjalan efektif. Menurut Devito karakteristik efektivitas komunikasi interpersonal ini dapat dilihat dari tiga sudut pandang, yakni:

Sudut pandang humanistik

Sudut pandang ini menekankan pada keterbukaan, empati, sikap mendukung dan kualitas-kualitas lain yang menciptakan interaksi yang bermakna, jujur dan memuaskan. Pandangan ini dimulai dengan pandangan umum yang menurut para filsuf dan humanis menentukan terciptanya hubungan antar manusia yang superior (misalnya kejujuran, keterbukaan, dan sikap positif).

Sudut pandang pragmatis

Sudut pandang ini menekankan pada manajemen dan kesegaran interaksi, secara umum kualitas-kualitas yang menentukan pencapaian tujuan yang spesifik. Pandangan ini berawal dari keterampilan spesifik, yang dari riset diketahui efektif dalam komunikasi interpersonal, kemudian mengelompokkan keterampilan-keterampilan ini ke dalam kelas-kelas perilaku umum. (misalnya: kepercayaan diri, kebersatuan, manajemen interaksi, pemantauan diri, daya ekspresi, orientasi kepada orang lain).

Sudut pandang pergaulan sosial dan sudut pandang kesetaraan

Sudut pandang ini didasarkan pada model ekonomi imbalan dan biaya. Sudut pandang ini mengasumsikan bahwa suatu hubungan merupakan suatu kemitraan dimana imbalan dan biaya saling dipertukarkan. Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan

mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi. Dalam berkomunikasi harus ada keterbukaan, kejujuran, kepercayaan dan empati. Dalam prakteknya, perubahan sikap dan tingkah laku dari proses komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dapat berbentuk terwujudnya suatu sikap yang diharapkan muncul dari diri karyawan, yaitu motivasi kerja yang tinggi.

Komunikasi interpersonal bisa mempengaruhi iklim komunikasi. Iklim komunikasi dan organisasi merupakan hal yang perlu menjadi perhatian seorang pimpinan organisasi karena faktor tersebut banyak sedikitnya ikut mempengaruhi tingkah laku karyawan. Ada beberapa pengertian tentang iklim organisasi, yaitu: Tagiuri mendefinisikan iklim organisasi sebagai 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.

Tingkah laku komunikasi mengarahkan pada perkembangan iklim, diantaranya iklim organisasi. Iklim organisasi dipengaruhi oleh bermacam-macam cara anggota organisasi bertingkah laku dan berkomunikasi. Iklim komunikasi yang penuh persaudaraan mendorong anggota organisasi berkomunikasi secara terbuka, rileks, ramah tamah dengan anggota lain. Sedangkan iklim yang negatif menjadikan anggota tidak berani berkomunikasi secara terbuka dan penuh rasa persaudaraan

Kepuasan dengan cara komunikasi teman sekerja. Faktor ini mencakup komunikasi horizontal, informasi dan tingkat kepuasan yang timbul dari diskusi masalah dan mendapatkan informasi dan teman sekerja. Kepuasan dengan komunikasi berhubungan dengan hubungan yang memuaskan dengan teman sekerja.

Kepuasan dengan keterlibatan dalam komunikasi organisasi sebagai suatu kesatuan. Faktor ini mencakup hal-hal keterlibatan hubungan dengan organisasi, dukungan atau bantuan dari organisasi dan informasi dari organisasi. Kelihatan bahwa rasa puas dalam komunikasi organisasi dipengaruhi oleh aspek-aspek organisasi seperti dipercaya, sokongan dan tujuan kinerja yang tinggi.

B. Pengertian Dakwah

Dakwah dalam bahasa arab berasal dari kata (*da'a yad'u da'watan*) *fi'l naqis* berarti menyeru, memanggil, mengajak, menjamu. Atau kata *da'a yad'u, du'aan, da'wahu*, berarti menyeru akan dia. Asal kata dakwah dalam berbagai bentuknya (*fi'il* dan *isim*) terulang dalam al quran sebanyak 211 kali dengan rincian, dalam bentuk masdar terulang 10 kali. *Fi'il Madhi* 30 kali, *fi'il mud'hari'* 112 kali, *isim fa'il* 7 kali dan sedangkan dengan kata *du'a* sebanyak 20 kali, kata dakwah dan yang seakar dengan kata dakwah dalam bentuk masdar diulang 10 kali dan dalam al quran yaitu dalam surat al baqarah : 186 al'araf 5, yunus, 10. 89 ar ra'du 14 ibrahim 44 al anbiya 15 al rum 25 al ghafir 43

Dalam bentuk *Fi'il madhi* diulang 30 kali, antara lain dalam surat albaqarah: 186, ali Imran: 38, al Anfal: 24 Yunus: 12, al Rum 25, al Zumar : 8, 49, fushilat: 33, ad Dukhan: 22, al Qomar: 10 dan lain-lain. Sedangkan kata dakwah dalam bentuk *fi'il Mudhari'* sebanyak 112 kali, antara lain dalam surat Al baqarah: 271, Ali Imran: 104, An Nisa 117 (dua kali) Al An'am 52, 108, Yunus 66 Hud 101 Al Hajj: 62 Al Furqan 68 Al Qasash 41, Al Ankabut 42 dan lain sebagainya

Dalam bentuk *Fi'il Amar* diulang sebanyak 32 kali antara lain surat al baqarah 61, 68, 70 al A'raf 134 An Nahl 125 al Hajj 67 al Qashash: 87 asy Syura 15 ad Zukhruf 49 dan lain-lain

Dalam bentuk *Isim Fa'il* diulang 7 kali, yaitu dalam surat al Baqarah 186 Thaha 108 al ahzab 46 al ahqaf 31, 32 dan al Qomar: 6. 7

Pengertian dakwah menurut para ahli

1. Syekh Ali Mahjudz, dalam kitabnya Hidayatul Mursyidin, mengintrodusir pengertian dakwah sebagaimana dikutip oleh salmadanis dalam bukunya manajemen Dakwah Islam yaitu: mendorong manusia agar berbuat kebajikan dan petunjuk, menyuruh berbuat yang ma'ruf dan melarang yang mungkar agar mereka dapat kebahagiaan di dunia dan di akhirat.
2. Abu Bakar Zakaria, sebagaimana di kutip oleh khaidir khitb Bandaro dalam bukunya ilmu Dakwah memberikan defenisi dakwah sebagai berikut: usaha para ulama dan orang-orang yang memiliki pengertian tentang agama islam untuk memberi pengajaran kepada khalayak ramai berupa hal-hal yang menimbulkan pengertian berkenaan dengan urusan-urusan agama dan dunia mereka yang sesuai dengan daya mampu

Dakwah menurut bahasa adalah da'a yad'u da'watan yang berarti menyeru atau mengajak. Menurut istilah kegiatan menyeru atau mengajak umat manusia kejalan kebaikan atau disebut amal ma'ruf nahyi munkar

METODE PENELITIAN

Berdasarkan pada tujuan umum penelitian maka metode yang tepat dalam penelitian penelitian ini adalah metode deskriptif, karena dilakukan pada saat sekarang dengan sebagaimana adanya. Sebagaimana telah dikemukakan oleh M.Subana dan Sudrajat (2009:23) mengatakan : “Penelitian deskriptif menuturkan dan menafsirkan data yang terjadi pada saat penelitian ini berlangsung dan berlangsung dan menyajikan apa adanya. Metode deskriptif adalah suatu bentuk penguraian dan penginterpretasian yang memiliki kaitan dengan kondisi-kondisi yang ada, proses yang sedang berlangsung atau kecendrungan-kecendrungan yang sedang berkembang. Setelah metode ditentukan, maka bentuk penelitian harus sesuai dengan metode yang digunakan. Karena metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif, maka bentuk penelitian pun sesuai dengan metode tersebut. Bentuk penelitian yang tepat dalam penelitian ini adalah “bentuk penelitian survey”. Bentuk penelitian ini dilakukan dengan cara peneliti mengadakan survey langsung ke lokasi yang menjadi tempat penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilaksanakan, maka akan disajikan hasil dari penelitian secara deksriptif presentase. Hasil penelitian secara deskriptif persentase akan digunakan untuk menggambarkan tentang keterampilan komunikasi interpersonal. Faktor penghambat komunikasi interpersonal siswa diperoleh persentase kategori “cukup”. Hal ini dapat diinterpretasikan bahwa hambatan yang dialami organisasi dakwah di Pasaman dalam komunikasi interpersonal cukup tinggi seperti tidak konsisten dalam berbicara, ketidakpahaman akan nilai-nilai budaya sehingga sulitnya berkomunikasi dengan orang yang berbeda budaya. Kurang memahami lawan komunikasi, menilai tidak baik apa yang dilakukan orang lain, berkomunikasi tanpa menggunakan bahasa tubuh, komunikasi yang hanya berpusat pada satu orang, kurang terampil dalam berkomunikasi, berbeda dalam gaya bicara dan bahasa dan berbeda pandangan dalam menanggapi sesuatu.

Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship*). Organisasi sebagai sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung. Jika sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan dipengaruhi satu

sama lain. Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Tetapi tidak semua pola dan sifat hubungan dalam organisasi berdasarkan pada jabatan dan peranan. Setiap anggota atau individu di dalam organisasi juga bertindak dan berkomunikasi dengan tanpa mengindahkan jabatan dan peranan mereka secara resmi, sehingga menciptakan jalinan komunikasi dan struktur yang bersifat informal yang diwarnai oleh sifat hubungan antarpribadi.

Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan hanya dua orang, seperti dua sejawat atau dua rekan kerja, dua sahabat, atasan – bawahan, dll. Komunikasi diadik adalah proses komunikasi yang berlangsung antar dua orang. Keberhasilan komunikasi dakwah menjadi tanggung jawab para peserta komunikasi di dalam organisasi di Pasaman. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif dll.

Komunikasi interpersonal sebagai komunikasi anatar komunikator dengan komunikan, dianggap sebagai jenis komunikasi yang paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang. Sedangkan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut. Komunikasi interpersonal meliputi perilaku verbal dan nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dan diungkapkan dalam bentuk verbal dan nonverbal. Hal ini mencakup isi pesan dan bagaimana isi pesan dikatakan atau diungkapkan.

Komunikasi interpersonal meliputi komunikasi berdasarkan perilaku spontan, perilaku menurut kebiasaan, perilaku menurut kesadaran atau kombinasi ketiganya. Komunikasi interpersonal tidaklah statis tetapi berkembang. Komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berkembang, yang berbeda-beda tergantung dari tingkat hubungan pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi, pesan yang dikomunikasikan dan carapesan itu dikomunikasikan.

Komunikasi interpersonal mencakup umpan balik pribadi, interaksi, dan kohesi. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang memungkinkan terjadinya timbal balik. Dalam komunikasi ini terjadi interaksi diantara pengirim dan penerima pesan, yang satu mempengaruhi yang lain. Pengaruh itu terjadi pada tataran kognitif (pengetahuan), afektif (perasaan), dan behavior (perilaku).

Komunikasi interpersonal berpedoman pada aturan intrinsik. Peraturan intrinsik adalah peraturan yang dikembangkan oleh masyarakat untuk mengatur cara orang harus berkomunikasi satu sama lain. Sedangkan peraturan ekstrinsik adalah peraturan yang ditetapkan oleh situasi. Komunikasi interpersonal merupakan suatu aktivitas. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi timbal balik antara pengirim dan penerima pesan.

Komunikasi interpersonal mencakup persuasi. Komunikasi interpersonal berperan untuk saling mengubah dan mengembangkan. Melalui interaksi dalam komunikasi, pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi dapat saling memberi inspirasi, semangat, dan dorongan untuk mengubah pemikiran, perasaan, dan sikap yang sesuai dengan topik yang sedang dibahas bersama.

mangemukakan fungsinya dalam setiap sistem sosial adalah sebagai berikut : a. Informasi, pengumpulan, penyimpanan, pemrosesan, penyebaran berita, data, gambar, fakta dan pesan opini dan komentar yang dibutuhkan agar dapat dimengerti dan beraksi secara jelas terhadap kondisi lingkungan dan orang lain agar dapat mengambil keputusan yang tepat. b. Sosialisasi (pemasarakatan), penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif sehingga ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat. c. Motivasi, menjelaskan tujuan setiap masyarakat jangka pendek maupun jangka panjang, mendorong orang menentukan pilihannya dan keinginannya, mendorong kegiatan individu dan kelompok berdasarkan tujuan bersama yang akan dikejar. d. Perdebatan dan diskusi, menyediakan dan saling menukar fakta yang diperlukan untuk memungkinkan persetujuan atau menyelesaikan perbedaan pendapat mengenai masalah public,

menyediakan bukti-bukti yang relevan yang diperlukan untuk kepentingan umum agar masyarakat lebih melibatkan diri dalam masalah yang menyangkut kepentingan bersama. e. Pendidikan, pengalihan ilmu pengetahuan sehingga mendorong perkembangan intelektual, pembentuk watak dan pendidikan keterampilan dan kemahiran yang diperlukan pada semua bidang kehidupan. f. Memajukan kebudayaan, penyebaran hasil kebudayaan dan seni dengan maksud melestarikan warisan masa lalu, perkembangan kebudayaan dengan memperluas horizon seseorang,

KESIMPULAN

Komunikasi interpersonal yang berlangsung secara intensif dengan mengutamakan aspek kuantitas dan kualitas yang seimbang, akan menciptakan hubungan interpersonal yang kuat antara atasan dan bawahan serta antarsesama karyawan, sehingga keterbukaan dan kepercayaan yang didapat dari proses komunikasi tersebut dapat turut menentukan perubahan sikap dan tingkah laku dalam organisasi. Dalam berkomunikasi harus ada keterbukaan, kejujuran, kepercayaan dan empati. Dalam prakteknya, perubahan sikap dan tingkah laku dari proses komunikasi interpersonal dalam suatu organisasi dapat berbentuk terwujudnya suatu sikap yang diharapkan muncul dari diri karyawan, yaitu motivasi kerja yang tinggi.

Kepuasan komunikasi membawa hubungan dengan kepuasan kerja, kepuasan kerja merupakan respons seseorang terhadap bermacam-macam lingkungan kerja yang dihadapinya, seperti teman sekerja, kebijakan, promosi dll. Pentingnya iklim yang mendukung dalam komunikasi organisasi lebih ditekankan untuk mendapatkan kepuasankerja. Pimpinan sebagai orang yang bertanggung jawab dalam organisasi dapat memberikan kontribusi dalam membangkitkan iklim komunikasi yang baik dalam organisasinya.

REFERENSI

- Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara, 2007
- Abdullah Masnuh, *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek*, Malang: UMM Press, 2008
- Burhan Bungin, *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta: Kencana, 2006
- Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2007
- Joseph A. Devito, *Komunikasi Antarmanusia: Kuliah Dasar*, Jakarta: Professional Book, 1997
- Onong Uchyana Effendi, *Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002
- Onong Uchyana Efeendi, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, Bandung: Citra Aditya Bakti, 2000
- Paul Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, Jakarta: Erlangga
- Ujang Saefullah, *Kapita Selekt Komunikasi*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2007
- Paul Hersey & Ken Blanchard, *Manajemen Perilaku Organisasi*, terjemahan Agus Dharma, (Jakarta: Erlangga),
- R Wayne Pace & Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, terj. Deddy Mulyana, Bandung: Remaja Rosdakarya, 2000
- Sugiyono. 2010. *Metodologi Penelitian*. Bandung : CV. Alfabeta.
- Suranto, A.W. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu
- Suryosubroto. 2009. *Proses Belajar Mengajar di Sekolah*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Yatim, Riyanto. 2001. *Metode Penelitian Pendidikan*. Surabaya : Penerbit SIC Widjaja, A.W. 2003. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.