

**TIPIKASI POLA KOMUNIKASI DAN PROSES ADAPTASI
PADA PROFESI DOSEN***
**Studi Kualitatif Fenomenologis Mengenai Tipikasi Pola Komunikasi
Organisasi dan Proses Adaptasi Pada Profesi Dosen Berdasarkan
Spesialisasi Ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi
Universitas Islam Bandung**

Ani Yuningsih**

Abstrak

Tema penelitian ini adalah “Tipikasi Pola Komunikasi Organisasi dan Proses Adaptasi pada Profesi Dosen Berdasarkan Spesialisasi Ilmu di Bidang Kajian Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung, sebagai Upaya Para Pengelola Mengimplementasikan Nilai-nilai Budaya Organisasi dan Meningkatkan Profesionalitas dosen”.

Tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian, yakni : 1) Bagaimana pengelola Bidang Kajian mengkonstruksi pola komunikasi organisasi; 2) Bagaimana tipikasi pola komunikasi organisasi berdasarkan spesialisasi ilmu di Bidang Kajian; 3) Bagaimana proses dosen baru beradaptasi dengan profesi dosen dan dengan pola komunikasi organisasi. Sedangkan metode yang digunakan adalah metode kualitatif melalui studi fenomenologis. Peneliti melakukan wawancara mendalam kepada para pengelola Bidang Kajian (Jurnalistik, Humas, dan Mankom), dan kepada masing-masing 1 orang dosen “baru”, serta kepada mahasiswa sebagai informan tambahan.

Hasil penelitian dapat digambarkan dalam bentuk model yang menunjukkan proposisi adanya keterkaitan antara Pola Komunikasi Organisasi dengan berbagai aspeknya seperti, dengan Jenis Spesialisasi atau Profesi Bidang Keilmuan. Pola komunikasi organisasi secara umum di BK Jurnalistik bersifat “egaliter”, di BK Humas bersifat “familiar” atau kekeluargaan, dan di BK Mankom bersifat non-formal cenderung “serius” dan kaku. Adapun proses adaptasi dosen baru terhadap Budaya Komunikasi

* Naskah Juara II Lomba Karya Tulis Ilmiah (LKTI) Dosen Unisba TA. 2005/2006

** **Hj. Ani Yuningsih, Dra., M.Si.**, adalah Dosen Tetap Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba

Organisasi, berdasarkan pengamatan dan wawancara dapat dibuat tipikasi tahapannya ke dalam lima jenis tahapan, masing-masing melalui tahap: Kebanggaan semu, Kekalutan, Kegamangan, Pengabaian, dan Penerimaan.

Kata Kunci : pola komunikasi organisasi, proses adaptasi, konstruksi pola komunikasi.

1. Pendahuluan

1.1 Konteks Penelitian

Perguruan Tinggi (PT) adalah suatu lembaga usaha layanan jasa. Jasa adalah setiap layanan yang berbentuk pekerjaan atau prestasi yang disediakan bagi masyarakat yang dimanfaatkan oleh *user* (pengguna jasa).

Penilaian atau akreditasi suatu PT baik negeri maupun swasta dewasa ini antara lain ditentukan oleh akuntabilitasnya. Akuntabilitas merupakan tanggung jawab dan tanggung gugat atas keberhasilan dan kegagalan pelaksanaan misinya dalam memberikan pelayanan kepada publik, sesuai dengan standar kualitas dan janji-janji yang dikemukakan.

Transaksi awal antara PT dengan *user* terjadi ketika : memasang iklan, menyebarkan promosi, brosur, dan pada saat seleksi penerimaan mahasiswa baru. Transaksi utama antara PT dengan *user* terjadi pada : proses administrasi, proses pelayanan informasi akademik, proses belajar-mengajar, dan proses kelulusan (produk akhir). Akuntabilitas PT sangat ditentukan oleh kedua jenis transaksi tersebut. Suatu PT harus memberikan akuntabilitas kepada *user*, masyarakat luas, dan kepada pemerintah terkait.

Tantangan bagi PTS dari publiknya adalah bahwa mereka jauh lebih kritis, lebih ekspresif dan sadar bahwa memiliki kebebasan berpendapat (terwakili/melalui pers). Di lain pihak ada juga tantangan dari *user* atau pengguna jasa karena mereka lebih kritis, lebih selektif, lebih sadar akan hak-haknya, lebih tahu kebutuhannya, lebih terpelajar, karakteristiknya lebih beragam, dan daya beli juga meningkat.

Selanjutnya Ki Supriyoko menyatakan :
Penyebab lambannya perkembangan pendidikan sebenarnya ada pada manajemen pendidikan yang tidak dapat dilaksanakan secara produktif. Manajemen pendidikan bukan saja kaku namun juga seringkali kontra produktif, yang berdampak pada dua determinan

utama pendidikan yaitu infrastruktur serta kualitas manusia pelaku pendidikan (Kompas, 5 Mei 2004).

Kualitas guru yang rendah dan profesionalisme yang kurang memadai adalah kombinasi sempurna untuk menghasilkan lulusan yang kurang cerdas. Realitas inilah yang terjadi di negara kita selama bertahun-tahun. Dalam keadaan seperti itu guru seharusnya mendapat perhatian mahaserius, namun pemerintah rupanya lebih sibuk mengurus kurikulum (Kompas, 5 Mei 2004).

Mengacu pada berbagai program pengembangan PT tersebut, dalam upaya memperoleh kepercayaan publik, dan dalam upaya membenahi kualitas/reputasi manajemen, PTS sebaiknya memiliki budaya organisasi yang kuat dan spesifik, yang diawali dengan upaya mengkonstruksi pola komunikasi organisasi di antara sivitas akademika dan karyawannya. Pola komunikasi organisasi yang tepat dan konsisten akan melahirkan etos kerja yang tinggi, yang pada gilirannya akan mewujudkan budaya organisasi yang kuat pula, yang pada gilirannya akan membantu PTS mampu bersaing sehat dengan sesama PT lainnya.

Pola komunikasi organisasi adalah salah satu faktor yang perlu dibangun, dikembangkan, dipelihara, dan disosialisasikan di setiap lini yang ada di tubuh PTS, baik kepada publik internal maupun eksternalnya. Konstruksi yang aktif dan adaptif dari pola komunikasi organisasi oleh para pengelola PTS akan dapat terus terpelihara melalui partisipasi aktif para sivitas akademikanya. Pemeliharaan Budaya Organisasi yang solid dan padu ini harus berlangsung secara berkesinambungan dari generasi ke generasi, oleh karenanya para anggota baru, baik dosen maupun mahasiswa di PTS yang bersangkutan, harus mampu menghadapi berbagai tantangan dan kendala dalam proses adaptasi mereka ketika memasuki ranah budaya baru di kalangan profesinya.

Berdasarkan paparan tersebut, dapat dikatakan bahwa merupakan sesuatu yang penting bagi peneliti untuk mengkaji dan mengeksplorasi lebih lanjut berbagai upaya yang dilakukan pengelola dalam upaya mewujudkan eksistensi profesi dan PTSnya, melalui pengklasifikasian atau tipikasi pola komunikasi organisasi yang ada saat ini, dan pola sosialisasi atau adaptasi para anggota barunya. Bagaimana proses konstruksi pola komunikasi organisasi oleh pengelola dan para dosennya, serta bagaimana proses sosialisasi dan adaptasi yang terjadi pada diri para dosen baru sebagai sebuah fenomena di perguruan tinggi, menjadi fokus kajian pada tulisan ini.

Unisba sebagai salah satu perguruan tinggi Islam, khususnya berbagai bidang kajian yang ada di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi, menjadi subjek dalam penulisan ini karena konstruksi pola komunikasi organisasi di unit ini sesungguhnya menjadi ujung tombak bagi PTS yang bersangkutan dalam upaya mengimplementasikan dan menginternalisasikan nilai-nilai Islam. Di samping itu, berdasarkan pra riset yang dilakukan penulis di kalangan “user” sebagai publik eksternal maupun di kalangan pengelola universitas sebagai publik internal, seringkali ditemui keluhan akan adanya pola komunikasi para sivitas akademika dalam lingkup disiplin Ilmu Komunikasi (tidak hanya di Unisba), yang cenderung “nyentrik” atau “unik” kalau tidak dapat dikatakan “nyeleneh”. Hal ini menunjukkan bahwa fenomena tersebut merupakan suatu kajian yang menarik untuk dielaborasi lebih lanjut, dan ini pula salah satu alasan yang mendorong penulis untuk meneliti tipikasi fenomena pola komunikasi organisasi berdasarkan spesialisasi ilmu yang ada di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung.

1.2 Fokus Kajian

Sebagai gambaran awal, penulis mencoba memfokuskan kajian dalam penelitian ini sebagai berikut :

“Bagaimana Tipikasi Pola Komunikasi Organisasi dan Proses Adaptasi pada Profesi Dosen berdasarkan Spesialisasi Ilmu di Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Bandung ?”

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan konteks penelitian dan permasalahan yang dikemukakan di atas, maka penulis mengetengahkan beberapa pertanyaan penelitian sebagai berikut :

- 1) Bagaimana upaya pengelola Bidang Kajian di Fikom-Unisba mengkonstruksi Pola Komunikasi Organisasi ?
- 2) Bagaimana tipikasi Pola Komunikasi Organisasi berdasarkan spesialisasi ilmu di masing-masing Bidang Kajian ?
- 3) Bagaimana proses sosialisasi dan adaptasi dosen baru pada profesi dosen di Bidang Kajian masing-masing ?

1.4 Tujuan Penelitian

1.4.1 Tujuan Umum

Tujuan umum dari penelitian ini adalah ingin mengetahui realitas pola komunikasi organisasi yang terjadi, dalam upaya para pengelola Bidang Kajian di Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba mengkonstruksi dan mensosialisasikan Budaya Organisasi di kalangan internal, dan realitas proses adaptasi dosen baru terhadap Profesi Dosen, sebagai upaya menginternalisasikan nilai-nilai moral yang melekat pada profesi dosen, dan sebagai upaya meningkatkan kemampuan profesionalnya sebagai dosen.

1.4.2 Tujuan Khusus

Tujuan khusus dari penelitian ini adalah ingin mengetahui pola komunikasi organisasi yang diyakini, dibangun, dan diimplementasikan oleh pengelola Bidang Kajian yang meliputi aspek-aspek :

- 1) Pola komunikasi secara umum di antara para dosen di masing-masing Bidang Kajian.
- 2) Pola komunikasi yang berkaitan dengan pekerjaan di antara para dosen di masing-masing Bidang Kajian.
- 3) Iklim komunikasi yang tumbuh dan berkembang di antara para dosen di masing-masing Bidang Kajian.
- 4) Orientasi atau arah dan tujuan berkomunikasi.

Selain itu penelitian ini juga ingin mengungkapkan realitas komunikasi yang terjadi ketika para dosen baru beradaptasi dengan profesinya sebagai dosen dan dengan budaya komunikasi organisasi yang dia masuki.

1.5 Manfaat/Kegunaan Penelitian

Pembahasan beberapa masalah dalam penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis.

1.5.1 Secara Teoritis (Bagi Pengembangan Ilmu)

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan memberikan sumbangan pemikiran dalam pengembangan ilmu sosial, khususnya ilmu komunikasi, bidang komunikasi organisasi
- 2) Bagi pengembangan public relations, diharapkan dapat menambah dan memperluas khasanah keilmuan, di mana berdasarkan studi fenomenologis dapat dieksplorasi dan dielaborasi lebih lanjut proses konstruksi dan sosialisasi pola komunikasi organisasi yang menjadi elemen dari budaya organisasi, sebagai aspek penting dalam kehumasan. Hasil penelitian ini diharapkan juga dapat melahirkan proposisi-proposisi atau temuan ilmiah, baik yang bersifat aplikatif maupun yang bersifat teoritik bagi pengembangan penelitian komunikasi organisasi.

1.5.2 Secara Praktis (Bagi Penerapan Ilmu)

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan kepada para pengelola PTS Islam dalam upaya mengembangkan diri dan organisasi yang dikelolanya, dengan menggunakan perspektif ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi dan budaya organisasi.
- 2) Hasil penelitian ini juga diharapkan dapat menjadi bahan pertimbangan bagi PTS ketika menyusun strategi komunikasi internal dan eksternalnya ke dalam pola komunikasi yang tepat. Sehingga akhirnya sivitas akademika tergerak untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam yang menjadi landasan moral budaya organisasinya.

1.6 Ruang Lingkup dan Setting Penelitian

Peneliti memilih Unisba sebagai PTS Islam yang menjadi lapangan atau tempat untuk penelitian, yakni meliputi Bidang Kajian Humas, Jurnalisik, dan Manajemen Komunikasi di Fakultas Ilmu Komunikasi UNISBA. Lokasi penelitian tersebut dipilih karena dinilai telah melakukan berbagai upaya membangun pola komunikasi organisasi, dan memiliki jumlah dosen atau sivitas akademika yang relatif besar, selain itu PTS ini memiliki ciri khas akar budayanya yaitu “Islam”, sehingga diharapkan terangkat suatu fenomena yang aktual dan unik karena Islam memiliki

ragam perspektif dan interpretasi dari para pemeluknya saat mereka mengimplementasikan nilai-nilainya dalam kehidupan nyata.

Informan yang dijadikan subjek penelitian adalah pengelola Bidang Kajian dan dosen baru yang sedang menjalani proses adaptasi tahap demi tahap pada profesinya sebagai dosen di bidang kajiannya masing-masing. Hal inilah yang menjadi alasan peneliti memilih mereka menjadi informan, yaitu mereka memiliki pengalaman yang menarik sebelum dan ketika bergabung menjadi anggota keluarga besar Bidang Kajian yang berada di salah satu fakultas favorit di Unisba. Peneliti mencoba mengeksplorasi pengalaman mereka lebih mendalam khususnya keterlibatan intersubjektif mereka dengan sesama anggota yang lain saat beradaptasi dan bersosialisasi melalui kejadian sehari-hari yang bisa diamati secara langsung dan dengan melakukan wawancara mendalam dengan menggunakan perspektif fenomenologis.

2. Tinjauan Pustaka

2.1 Pola Komunikasi Organisasi sebagai Instrumen dalam Konstruksi Budaya Organisasi

Budaya organisasi agak sukar untuk difahami, tidak berwujud, implisit, dan seringkali dianggap sebagai hal yang biasa, sehingga para anggota organisasi kurang menyadari dan bahkan seringkali tidak peduli. Padahal budaya organisasi inilah yang sesungguhnya menjadi acuan implisit dalam mengatur perilaku sivitas akademika (dosen dan mahasiswa) dan juga karyawan sehari-hari di tempat kerja.

Para pendatang baru di PTS, baik mahasiswa, maupun dosen, dan karyawan sudah seharusnya ikut membangun, mempelajari, dan beradaptasi dengan budaya organisasi PTS yang dimasukinya. Melalui mekanisme pemeliharaan budaya organisasi, diharapkan para sivitas akademika dan karyawan, baik yang lama maupun baru, dapat diarahkan ke tujuan yang sama, yaitu mewujudkan visi dan misi PTS yang bersangkutan.

Perlu diingatkan kembali, bahwa dalam merumuskan dan memutuskan budaya organisasi yang akan dibangunnya, PTS perlu mempertimbangkan berbagai perspektif antara lain :

- 1) *Perspektif kekuatan* yang artinya dalam memutuskan budaya mana yang akan dibangun sangat ditentukan oleh prediksi hubungan signifikan

antara kekuatan budaya organisasi dengan prestasi finansial jangka panjang.

- 2) *Perspektif kesesuaian* yang artinya dalam menentukan budaya mana yang akan dibangun bersandar pada premis bahwa budaya organisasi harus sesuai dengan konteks strategis atau jenis bisnis.
- 3) *Perspektif adaptasi*, yakni memperhitungkan dan mengasumsikan bahwa budaya yang akan dibangun menjadikan PTS mampu mengantisipasi berbagai tuntutan dan perubahan lingkungan.

Hal ini mengingatkan bahwa budaya organisasi sebaiknya memiliki nilai-nilai yang lentur dan fleksibel untuk segala jaman, agar PTS tidak terkesan kaku dan lamban dalam menghadapi perubahan dan tuntutan kebutuhan para pengguna jasanya.

2.2 Teori Penetrasi Sosial dan Teori Pengorganisasian sebagai Dasar Pengembangan Pola Komunikasi Organisasi

Salah satu teori pengembangan hubungan intersubjektif yang dapat dijadikan acuan dalam membangun pola komunikasi organisasi yang efektif, adalah teori penetrasi sosial (*Social Penetration Theory*) dari Altman dan Taylor (1973) yang mengemukakan suatu model perkembangan hubungan yang disebut penetrasi sosial, yaitu proses dimana orang saling mengenal satu dengan lainnya. Model ini selain melibatkan *self disclosure* juga menjelaskan bilamana harus melakukan *self disclosure* dalam perkembangan hubungan.

Penetrasi sosial merupakan proses yang bertahap, dimulai dari komunikasi basa-basi yang tidak akrab dan terus berlangsung hingga menyangkut topik pembicaraan yang lebih pribadi (akrab), seiring dengan berkembangnya hubungan. Di sini orang akan membiarkan orang lain untuk lebih mengenal dirinya secara bertahap. Dalam proses ini orang biasanya akan menggunakan persepsinya untuk menilai keseimbangan antara upaya dan ganjaran (*cost and reward*) yang diterimanya atas pertukaran yang terus berlangsung untuk memperkirakan prospek hubungan mereka. Jika perkiraan tersebut menjanjikan kesenangan, maka mereka secara bertahap akan bergerak menuju tingkat hubungan yang lebih akrab. Altman dan Taylor menggunakan bawang merah sebagai analogi untuk menjelaskan bagaimana orang melalui interaksi saling mengelupasi lapisan-lapisan informasi mengenai diri masing-masing (dalam Djuarsa, 1994, 80).

Proses konstruksi pola komunikasi organisasi, sosialisasi, dan adaptasinya pada hakikatnya dilandasi komunikasi antar pribadi yang berjalan terus menerus secara interaktif, sehingga terjadi komunikasi intersubjektif atau pemaknaan lambang dan simbol secara intersubjektif antar para pengelola atau antar para anggota organisasi.

Berdasarkan fenomena tersebut dalam perspektif kaum subjektivis dikenal istilah pengorganisasian, salah seorang diantaranya Weick, yang berpandangan bahwa “organisasi adalah kata benda yang tidak mewujudkan, yang ada bukan organisasi tetapi pengorganisasian, yaitu sejumlah peristiwa yang terjalin bersama-sama yang berlangsung dalam kawasan nyata; urutan-urutan peristiwa tersebut, jalur-jalurnya, dan pengaturan temponya; merupakan bentuk-bentuk yang seringkali kita nyatakan sebagai organisasi” (Weick dalam Pace, 1998 : 78).

Ada tiga tahap utama dalam proses pengorganisasian, Weick menyebutkan ketiga tahap ini secara khusus sebagai “Tahap *pemeranan (enactment)* yaitu menghimpun sesuatu bagian dari sejumlah pengalaman untuk diperhatikan lebih lanjut, secara sederhana berarti bahwa para anggota organisasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan dan merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa. Tahap *Seleksi* yakni memasukkan seperangkat penafsiran ke dalam bagian yang dihimpun, di sini aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk menentukan pengurangan yang sesuai dalam ketidakjelasan. Tahap *Retensi* yakni penyimpanan segmen-segmen yang sudah diinterpretasikan untuk pemakaian pada masa mendatang, hal ini memungkinkan organisasi menyimpan informasi mengenai cara organisasi itu memberi respon atas berbagai situasi. Strategi-strategi yang berhasil menjadi peraturan yang dapat diterapkan pada masa mendatang (dirangkum dari Pace, 1998 : 81).

2.3 Tipikasi Budaya Organisasi

Riset terbaru yang dilakukan oleh Goffee dan Jones menyajikan beberapa kajian penting mengenai budaya organisasi, mereka telah mengidentifikasi empat jenis/tipe budaya organisasi yang berbeda yang dipengaruhi oleh dua variabel berikut ini. Pertama, sosiabilitas, ini adalah satu ukuran persahabatan. Sosiabilitas yang tinggi berarti orang melakukan hal-hal yang baik satu terhadap yang lain tanpa mengharapkan untuk mendapatkan imbalan dan berhubungan satu sama lain dengan cara yang ramah dan bersahabat. Kedua adalah solidaritas, adalah ukuran dari orientasi

tugas. Solidaritas tinggi berarti orang dapat mengabaikan bias pribadi dan berkumpul di balik kepentingan bersama dan tujuan bersama. Berdasarkan dua dimensi ini ada empat tipe budaya organisasi :

- 1) *Budaya jaringan* (tinggi pada sosiabilitas, rendah pada solidaritas) Organisasi ini memandang anggota sebagai keluarga dan sahabat.
- 2) *Budaya upahan* (rendah pada sosiabilitas, tinggi pada solidaritas) Organisasi ini sangat terfokus pada tujuan.
- 3) *Budaya fragmen* (rendah pada sosiabilitas, rendah pada solidaritas) Organisasi ini terdiri dari kaum individualis.
- 4) *Budaya komunal* (tinggi pada sosiabilitas, tinggi pada solidaritas) Budaya ini menghargai baik persahabatan maupun kinerja (Robbins, 2003 : 327).

2.4 Sosialisasi dan Adaptasi Terhadap Budaya Profesi Sebagai Pengalaman Subjektif

Berdasarkan penelitian Fred Davis, yang dilakukan terhadap para wanita muda Amerika yang sedang menjalani studi profesi perawat, sosialisasi dan adaptasi seseorang terhadap profesinya merupakan pengalaman subjektif, dimana di dalamnya terjadi proses “*becoming*” (menjadi). Artinya sebelum seseorang menjadi profesional di bidang tertentu ada proses adaptasi dan sosialisasi tertentu yang dilaluinya, yang terdiri atas beberapa tahap yang unik. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa untuk menjadi seorang perawat, mereka tidak hanya mempelajari pengetahuan dan keahlian keperawatan secara formal, tetapi juga dituntut untuk menginternalisasi filosofi, nilai-nilai moral seorang perawat (Disadur dari Davis, 1972 : 22).

Melalui penelitiannya, Fred Davis mengidentifikasi adanya enam tahap sosialisasi yang dilalui seorang perawat yang sedang menjalani studi profesi perawat, meliputi :

1. *Tahap Initial Innocence* : merupakan tahap mengendalikan kerangka kognitif.
2. *Tahap Labeled Recognition of Incongruity* : tahap dimana mulai merasakan adanya ketidaksesuaian antara kenyataan dengan pengetahuan yang dimilikinya.

3. *Tahap Psyching Out* : merupakan tahap dimana mulai aktif menyuarakan pemikirannya dan senang mendiskusikan masalah yang dihadapinya.
4. *Tahap Role Simulation* : Tahap ini mulai membuat mereka merasa bukan hanya sebagai aktor yang memainkan peran, tetapi merasa menjadi perawat yang sesungguhnya.
5. *Tahap Provisional Internalization* : para calon perawat mulai menapaki “komitmen” untuk menjadi seorang aktor profesional.
6. *Tahap Stable Internalization* : tahap yang lebih stabil di dalam menginternalisasi filosofi dan nilai dari profesinya dan sudah menyatu dengan dirinya (Davis, 1972 : 24).

3. Metodologi Penelitian

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif yang melihat, mengamati, mengelaborasi, dan mengeksplorasi perilaku-perilaku komunikasi alami dari para anggota organisasi (Bidang Kajian di Fikom Unisba) sebagai suatu fenomena. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas proses konstruksi, sosialisasi, dan adaptasi pola komunikasi organisasi yang sangat kompleks dan unik.

3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Studi kualitatif yang akan dilakukan peneliti dalam hal ini adalah menggunakan pendekatan fenomenologis. Berikut ini terdapat beberapa standar laporan hasil penelitian fenomenologis :

- 1) *The author suggests there is an “essential structure of a caring interaction”*
- 2) *The study reports briefly the philosophical perspective of the phenomenological approach*
- 3) *The author studies a single phenomenon, the caring interaction*
- 4) *The researcher “brackets” preconceptions so as not to inject hypotheses, questions, or personal experinces into the study*

- 5) *The researcher advances specific phenomenological data analysis steps*
- 6) *The author returns to the philosophical base at the end of the study* (Cresswell, 1997 : 33)

Satu hal yang harus digarisbawahi, penelitian ini berusaha menggambarkan peristiwa yang terjadi melalui observasi yang dilakukan terhadap sebuah *setting* yang naturalistik. Alasan penulis menggunakan metode fenomenologis adalah karena masalah yang akan diteliti merupakan kegiatan interaktif manusia dalam kehidupan organisasi, di mana di dalamnya terdapat pengalaman kesadaran para anggota khususnya informan yang menjadi subjek penelitian selama ia mengkonstruksi, bersosialisasi, dan beradaptasi dengan budaya organisasi dimana ia bekerja. Makna fenomenologi itu sendiri adalah menggambarkan pengalaman individu dalam perspektif individu itu sendiri.

3.3 Penentuan Data dan Sumber Data

Pada penelitian kualitatif, penentuan sumber data (*sampling*) bertujuan untuk menjaring sebanyak mungkin informasi dari berbagai sumber. Informan yang menjadi subjek penelitian dipilih secara *purposive* dari berbagai kategori, yaitu kategori pengelola (pejabat struktural) yang sekaligus sebagai dosen senior dan partisipan yang bisa berlaku aktif maupun pasif dalam membangun pola komunikasi organisasi bidang kajian yang bersangkutan, dan dosen baru dari masing-masing bidang kajian yang mengalami proses sosialisasi dan adaptasi secara langsung.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti melakukan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. ***Pengamatan berperanan serta***, pengamatan berperanan serta dilakukan agar dalam proses penelitian data-data yang telah dikumpulkan dari hasil wawancara dan sumber tertulis dapat dianalisis dan disandingkan dengan pengamatan langsung yang cenderung lebih natural dan akurat, selanjutnya dari analisis tersebut peneliti menarik proposisi atau konstruk derajat kedua sebagai hasil kategorisasi data.
2. ***Studi kepustakaan***, informasi yang dikumpulkan dalam penelitian ini juga diperoleh melalui sumber-sumber tertulis sebagai data sekunder,

antara lain dari buku-buku dan literatur yang relevan dengan penelitian, untuk mendukung penelitian.

3. ***Wawancara mendalam***, peneliti melakukan wawancara secara mendalam kepada tiga orang ketua bidang kajian masing-masing Ketua Bidang Kajian Humas, Jurnalistik, dan Manajemen Komunikasi. Peneliti juga melakukan wawancara mendalam kepada tiga orang dosen baru (masa kerja 1-8 bulan) dari masing-masing bidang kajian tersebut. Wawancara dilakukan kepada subjek penelitian tersebut sebanyak antara 2 sampai tiga kali pertemuan, masing-masing selama 1-2 jam.

4. Hasil Penelitian Dan Pembahasan

4.1 Proses Konstruksi Pola Komunikasi Organisasi di Bidang Kajian Jurnalistik

1) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Jurnalistik Secara Umum

Pola komunikasi organisasi di BK Jurnalistik saat ini pada dasarnya bersifat “egaliter”, meskipun pada periode sebelumnya, ketika pengaruh para dosen dan pengelola senior masih sangat kental, pola komunikasi organisasi di BK ini bersifat “formal-feodal”. Namun saat ini anggota dan pengelola yang aktif di BK adalah para dosen yang termasuk generasi “menengah” atau “yunior”.

Generasi “yunior” ini memiliki ciri khas berkomunikasi dengan pola egaliter, maka warna egaliter di BK Jurnalistik sangat kental dan dominan, sikap dan pola komunikasi formal cenderung ditinggalkan, di antara para anggota dan di antara pengelola dan anggota berkomunikasi secara informal. Pola ini yang semula dianggap “nyeleneh” oleh generasi “senior”, ternyata membuat para anggota merasa nyaman berkomunikasi di dalam organisasi.

Pada saat pola komunikasi “formal-feodal” dominan di BK ini, sikap individualistis dan apatis di antara para dosen sebagai anggota organisasi juga dominan, tapi kini dengan adanya pergeseran pola komunikasi menuju yang lebih “informal-egaliter” budaya bertanya dan berinteraksi di antara sesama dosen menjadi muncul dan mewarnai pola komunikasi di BK Jurnalistik.

2) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Jurnalistik Dalam Menjalankan Profesi / Mekanisme Kerja

Dosen di BK Jurnalistik memiliki kesadaran yang tinggi dalam upaya mengembangkan profesionalitas dirinya sebagai dosen, waktu dan energi mereka lebih banyak diprioritaskan untuk mengembangkan profesinya sebagai dosen, misalnya membaca buku, menulis buku, membeli/mencari buku, melanjutkan studi ke strata yang lebih tinggi, aktif di lembaga yang berkaitan erat dengan profesi, dan sebagainya. Orientasi mereka bukan ke masalah yang bersifat struktural-administratif, sehingga dalam masalah administratif seringkali mereka “kedodoran” (misalnya nilai mahasiswa banyak yang terlambat dikeluarkan).

Orientasi profesi seperti ini menjadikan mereka cenderung individualistis dan pasif terhadap kegiatan struktural-administratif yang bersifat kolektif. Mereka tidak akan ikut campur ke dalam masalah-masalah struktural-administratif sepanjang tidak diminta secara pribadi untuk terlibat, atau sejauh kebijakan di bidang tersebut dirasa tidak mengganggu pencapaian orientasi mereka secara individu pada peningkatan jati diri dan profesi dirinya sebagai dosen. Dosen di BK ini terbuka terhadap kritik dan saran sejauh berkaitan dengan orientasinya tadi, tetapi bila kritik dan saran tersebut dianggap tidak relevan dengan orientasinya, mereka tidak akan peduli. Dengan pola dan orientasi seperti itu, maka tidak atau jarang sekali terjadi rebutan jabatan dan kepanitiaan di BK Jurnalistik, terjadi percepatan penyesuaian bidang pekerjaan administratif kepada dosen junior, karena dosen senior memiliki orientasi yang berbeda, dan mencari eksistensi jati diri dengan cara yang berbeda pula.

Antusiasme pada sebagian besar dosen di BK Jurnalistik lebih pada kegiatan menulis, baik menulis artikel, jurnal, resensi buku, maupun menulis buku, di antara mereka yang memiliki antusiasme yang setara, terjadi saling berbagi informasi, meskipun masih dibatasi oleh ada atau tidak adanya keeratn hubungan personal. Di sini terlihat ada kesesuaian antara ilmu yang ditekuni (Jurnalistik identik dengan dunia tulis menulis) dengan orientasi profesi.

Semangat yang ditularkan di BK ini sebagaimana falsafah profesinya sebagai wartawan pencari berita, yaitu mencari secara cepat, mengolah, dan mengabarkan. Sehingga semangat dan motivasinya adalah “*tidak mudah menyerah, berani mengemukakan ide dan isi fikirannya, dan berani*

mempertanggungjawabkan apa yang dikemukakannya (Zakiah, 2005: Wawancara).

4.2 Proses Konstruksi Pola Komunikasi Organisasi di Bidang Kajian Humas

1) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Humas Secara Umum

Pola komunikasi organisasi di BK Humas saat ini pada dasarnya bersifat “familiar” atau kekeluargaan, sangat terbuka, informal, dan penuh keramahmatan, bahkan cenderung blak-blakan antara siapa kepada siapa, sehingga dapat dikatakan hampir tidak ada rahasia, bahkan kepada dosen dari Bidang Kajian lain sekalipun. Pola komunikasi organisasi seperti ini bertahan dari dulu hingga saat ini, hampir tidak ada pergeseran pola, baik ketika dikelola oleh para dosen generasi “senior”, maupun oleh generasi “menengah”. Saat ini para dosen yang termasuk generasi “senior” di BK Humas banyak yang kembali beraktifitas dalam lingkup internal Fakultas dan BK, diantaranya ada yang menjadi Dekan, Pembantu Dekan, dan Ketua Bidang Kajian. Namun pola komunikasi informal dan “familiar” masih tetap bertahan, karena dosen generasi “senior” di BK ini cenderung membuka peluang terlebih dahulu untuk berkomunikasi secara kekeluargaan dengan dosen junior. Meskipun kesenjangan interaksi antar generasi masih agak terasa di BK humas ini, tidak sebagaimana di BK Jurnalistik, namun dosen senior memposisikan diri sebagai “kakak” atau “ibu” bagi dosen junior.

Sistem nilai dan budaya di BK humas ditularkan melalui semangat mendidik dan menasihati, melalui penjelasan lisan dan keteladanan. Pola komunikasi formal cenderung hampir tidak pernah digunakan di BK Humas, bahkan dalam setting rapat yang bersifat formal sekalipun, sikap informal dan kekeluargaan tetap lebih menonjol, baik di antara para anggota maupun di antara pengelola dan anggota berkomunikasi secara informal. Pola komunikasi ini sudah menjadi budaya dan kebiasaan yang melekat, dan dari pola ini lahir budaya “kolektif” yang kuat, yang mewarnai pola berfikir dan pola kerja para dosen di BK Humas, komitmen, perhatian, dan kepedulian terhadap aktifitas BK sangat tinggi, dan bersifat aktif bukan pasif.

2) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Humas Dalam Menjalankan Profesi / Mekanisme Kerja

Orientasi profesi dosen Humas, lebih kepada semangat membangun prestasi bersama, bukan prestasi individual, mereka senang berbagi kesuksesan dan berbagi masalah untuk dipecahkan bersama. Kelemahan dari pola komunikasi organisasi seperti ini, secara individual jarang ada dosen humas yang berprestasi sangat menonjol, karena prioritas dan energi mereka sebagian besar disalurkan untuk kepentingan dan orientasi bersama atau untuk kepentingan institusional.

Dosen BK Humas memiliki kesadaran yang cukup tinggi untuk mengembangkan profesionalitas dirinya sebagai dosen, namun sebagian waktu dan energi mereka banyak diprioritaskan dan digunakan untuk mengembangkan “relationship” atau jaringan hubungan baik, di kalangan fakultas maupun universitas, misalnya aktif membantu pelaksanaan acara-acara formal maupun informal bagi kepentingan promosi dan kepentingan pembentukan citra institusi yaitu Unisba. Orientasi mereka bukan semata-mata kepada prestasi individual namun juga prestasi organisasi secara kolektif.

Orientasi profesi seperti ini menjadikan mereka cenderung pro-aktif terhadap kegiatan struktural-administratif yang bersifat kolektif. Mereka dengan suka rela terlibat ke dalam masalah-masalah struktural-administratif demi kepentingan organisasi, bukan berarti berorientasi pada jabatan. Di sini terlihat ada kesesuaian ilmu yang ditekuni (Humas identik dengan penjaga dan pemelihara citra organisasi) dengan orientasi profesi.

Semangat yang ditularkan di BK Humas ini sebagaimana falsafah profesinya sebagai jembatan penghubung antar berbagai publik, adalah *“membina mental ilmuwan yang bermoral dan bangga atas hasil kerja kerasnya sendiri, mampu beradaptasi dengan lingkungan di manapun ia berada, yang pada akhirnya akan melahirkan kepercayaan dan kerjasama untuk menguasai dan mengubah masyarakat menuju kualitas yang lebih baik”*(Setiawati, , 2005 : wawancara).

4.3 Proses Konstruksi Pola Komunikasi Organisasi di Bidang Kajian Manajemen Komunikasi

1) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Manajemen Komunikasi Secara Umum

Pola komunikasi organisasi di BK Mankom saat ini pada dasarnya bersifat “nonformal” dengan sesama anggota, namun cenderung kurang terbuka kepada anggota di luar Bidang Kajiannya. Keterbukaan dan kekeluargaan tidak terjadi secara spontan, namun penuh kehati-hatian. Perlu waktu dan interaksi yang cukup lama untuk mencapai tingkat keakraban tertentu, dibandingkan dengan BK humas dan jurnalistik. Bahkan hampir dapat dikatakan interaksi dan pola komunikasi di BK Mankom bersifat “serius” dan “agak kaku”.

Pola komunikasi organisasi seperti ini bertahan dari dulu hingga saat ini, hampir tidak ada pergeseran pola komunikasi, baik ketika dikelola oleh para dosen generasi “senior”, maupun oleh generasi “menengah”. Semangat dosen Mankom untuk melanjutkan sekolah memang tergolong cukup tinggi dibandingkan dengan BK lainnya, orientasi peningkatan prestasi dan profesionalisme di BK ini lebih banyak yang dilakukan melalui jalur formal (jalur pendidikan). Energi dan potensi dosen BK Mankom banyak yang diprioritaskan kepada pengembangan keilmuan secara serius, formal, dan ilmiah. Dedikasi dan loyalitas mereka kepada organisasi (Bidang Kajian) juga cukup tinggi, dilakukan secara aktif, bukan pasif, namun juga tidak pro-aktif seperti di BK Humas.

Pola interaksi antara “senior” dengan “junior” di BK Mankom juga cukup unik, karena bila berkaitan dengan masalah organisasi pada umumnya berlangsung informal, namun bila berkaitan dengan masalah profesi dan keilmuan berlangsung secara “formal” dan “serius”. Kesenjangan interaksi antar generasi masih terasa di BK Mankom, dominasi generasi senior masih agak “kental” dibandingkan dengan dua BK lainnya. Berkaitan dengan kegiatan keilmuan, terjadi interaksi antarpersona yang cukup intensif di antara para dosen di BK ini, iklim komunikasi organisasi di BK Mankom kondusif dalam mengembangkan keilmuan.

2) Pola Komunikasi Organisasi Bidang Kajian Manajemen Komunikasi Dalam Menjalankan Profesi / Mekanisme Kerja

Orientasi profesi dosen Mankom, lebih kepada semangat mengembangkan wawasan keilmuan yang bersifat prestasi individual,

mereka senang berdiskusi tentang keilmuan secara formal maupun informal pada berbagai kesempatan. Semangat berdiskusi ini ditularkan dari generasi ke generasi, meskipun lebih banyak dalam wacana lisan bukan tulisan.

Dosen Mankom juga tertarik secara aktif dan pro-aktif terhadap masalah-masalah struktural-administratif, dan bahkan seringkali membuat strategi khusus dan unik bagi keterlibatan mereka dalam bidang ini, baik di lingkup fakultas maupun universitas. Kelemahan dari pola komunikasi organisasi seperti ini, secara global jarang terbangun keakraban antara ada dosen BK Mankom dengan BK lainnya, keakraban lebih banyak terjalin secara individual atau kelompok kecil (klik), karena adanya intensitas diskusi dan interaksi di bidang pekerjaan dan keilmuan. Namun kelebihanannya di BK ini terbangun semangat kompetisi yang sehat dalam mengembangkan keilmuan dan dalam meraih kedudukan sebagai pimpinan (pimpinan struktural atau fungsional).

Di sini terlihat ada kesesuaian ilmu yang ditekuni (Mankom identik dengan pengelola atau pemimpin strategi komunikasi organisasi) dengan orientasi profesi.

Semangat yang ditularkan di BK Mankom ini sebagaimana falsafah profesinya sebagai pemimpin, yakni *“menjadi ilmuwan yang mampu memimpin, minimal memimpin dirinya sendiri, karena kepemimpinan adalah fungsi yang melekat pada diri sarjana Manajemen Komunikasi di manapun ia berada”* (Maryani, 2005: wawancara).

4.2 Proses Sosialisasi/ Adaptasi Pada Profesi Dosen

4.2.1 Proses Adaptasi Dosen Baru di Bidang Kajian Jurnalistik

Pada tahap awal dosen baru bisa diterima menjadi dosen, muncul rasa bangga, karena mereka memiliki angan-angan yang tinggi dengan profesinya sebagai dosen yang dinilai punya prestise tersendiri. Namun kebanggaan ini ternyata bersifat sementara/semu, karena menjadi dosen di Unisba sebagai PTS tidak hanya berdiri dengan “gagah” di depan mahasiswa, namun juga terikat dengan pekerjaan-pekerjaan administratif sebagai pelayanan kepada mahasiswa.

Namun demikian, dosen baru di BK Jurnalistik relatif lebih mudah beradaptasi, tingkat kekalutan atau keagetan mereka dalam menyelami pola komunikasi organisasi di BK-nya relatif rendah, dan hanya memakan waktu

yang relatif sebentar, sekitar 1-3 bulan. Dengan motivasi dari sesama dosen baru dan pembina, mereka dengan cepat bisa mengabaikan berbagai hambatan dan kendala psikologis yang mereka hadapi dalam tahap kegamangan tersebut. Hal ini dimungkinkan karena adanya pola budaya komunikasi yang bersifat “egaliter” di BK Jurnalistik.

4.2.2 Proses Adaptasi Dosen Baru di Bidang Kajian Humas

Rasa bangga menjadi dosen tidak terlalu menonjol di kalangan dosen baru BK Humas, karena mereka sebelumnya telah memiliki pekerjaan lain yang juga cukup membanggakan, bahkan ada yang sudah menjadi dosen luar biasa di PTS lain. Angan-angan mereka tidak terlalu muluk, sehingga tahap ini relatif hampir tidak ada, pelayanan administratif yang harus dilakukan, bagi sebagian dosen baru dirasa memberatkan, karena membayangkan fungsi dosen hanya mengajar, sedangkan bagi dosen baru yang lain dirasa ringan karena pekerjaan sebelumnya lebih berat dan menuntut jam kerja pelayanan yang lebih panjang.

Dosen baru di BK Humas juga mengalami kegamangan ketika berupaya terlibat dalam berbagai aktifitas di dalam organisasi tingkat fakultas, namun sudah sejak awal mereka ditempa di BK Humas untuk terampil menempatkan diri atau “tahu diri” secara normatif, karena adanya pola budaya komunikasi “familiar” dari senior kepada junior di BK Humas, sehingga tahap ini berhasil dilalui dengan cepat.

Dengan motivasi dari sesama dosen baru dan pembina mereka dengan cepat bisa mengabaikan berbagai hambatan dan kendala psikologis yang mereka hadapi dalam tahap kegamangan tersebut. Hal ini dimungkinkan karena adanya pola budaya komunikasi yang bersifat “blak-blakan” dalam menasihati dan saling menegur terhadap perilaku yang dipandang tidak “etis” atau “tidak normatis” di BK Humas.

4.2.3 Proses Adaptasi Dosen Baru di Bidang Kajian Manajemen Komunikasi

Pada tahap awal dosen baru bisa diterima menjadi dosen, muncul rasa bangga menjadi dosen di BK Mankom, karena dalam persepsi mereka dosen bersifat kharismatik dan membanggakan. Namun angan-angan dan persepsi ini tidak sepenuhnya benar dan ini disadari saat mereka benar-benar memasuki dunia profesi dosen.

Kekalutan dan keagetan muncul ketika mereka menyadari banyak hal yang harus mereka pelajari dan mereka kuasai untuk menjalankan profesi dosen. Kesenjangan wawasan keilmuan mulai mereka rasakan, saat mencoba memasuki wilayah diskusi keilmuan di antara sesama dosen. Muncullah rasa gamang dan minder, karena mereka ternyata belum siap dan harus bekerja keras untuk mengejar ketertinggalan. Perasaan ini bagi sebagian dosen baru dirasa memberatkan, karena sebelumnya mereka membayangkan fungsi dosen hanya mengajar, sedangkan bagi dosen baru yang kebetulan telah menempuh jenjang pendidikan formal yang lebih tinggi, kondisi ini justru merupakan tantangan.

5. Penutup

5.1 Kesimpulan

5.1.1 Upaya Pengelola Bidang Kajian dalam Mengkonstruksi Pola Komunikasi Organisasi

Para pengelola bidang kajian, khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Komunikasi Unisba telah secara aktif melakukan berbagai upaya membangun pola komunikasi organisasi yang ideal, sesuai dengan karakteristik spesialisasi ilmunya masing-masing. Beberapa upaya tersebut antara lain :

- 1) Menyesuaikan pola komunikasi dengan karakter para anggota organisasinya, tanpa kehilangan identitas profesinya.
- 2) Merumuskan visi dan misi dari pengelolaan bidang kajian, ke arah pengembangan profesionalitas dosen dan mahasiswanya, sesuai spesialisasi ilmu masing-masing
- 3) Mewadahi aktualisasi diri para anggota organisasi dengan menjembatani alih generasi dan proses adaptasi ke dalam berbagai bentuk kegiatan komunikasi, seperti : diskusi ilmiah yang bersifat formal maupun informal, komunikasi antar persona dan komunikasi *persuasive, informative*.

5.1.2 Tipikasi Pola Komunikasi Organisasi Berdasarkan Spesialisasi Ilmu

Proses konstruksi Budaya Komunikasi Organisasi tersebut terdiri dari aspek : *Pola Komunikasi secara umum; Pola Komunikasi dalam Mekanisme*

Kerja; Iklim Komunikasi, dan Orientasi dari para anggota dan pengelola Bidang Kajian.

Berdasarkan paparan hasil penelitian di atas dapat digambarkan proses konstruksi Pola Komunikasi Organisasi Pada Bidang Kajian di Fakultas Ilmu Komunikasi ke dalam model berikut ini.

Pola Kom Organisasi	BK Jurnalistik	BK Humas	BK Mankom
Pola Kom. Umum Pola Kom. Kerja	Egaliter Individual	Familiar Kolektif	Semi-formal Interaksi terbatas
Pola Kom. Orientasi	Terbuka Eksistensi Diri	Sangat Terbuka Eksistensi Org.	Cukup terbuka Eksistensi kelompok

Sumber : Hasil Pengamatan dan wawancara 2005

5.1.3 Proses Sosialisasi dan Adaptasi Dosen Baru pada Profesi Dosen

Proses sosialisasi dan adaptasi dosen baru di setiap Bidang Kajian pada dasarnya melalui beberapa tahapan, dimana tahap sosialisasi dan adaptasi tersebut dapat dibuat tipikasinya ke dalam lima jenis tahapan, yakni : *tahap kebanggaan semu; tahap kekalutan; tahap kegamanan; tahap pengabaian; dan tahap penerimaan.*

Secara ringkas kelima tahapan proses sosialisasi dan adaptasi tersebut dapat digambarkan ke dalam model berikut ini

Tahap Adaptasi	Jurnalistik	Humas	Mankom
	Intensitas	Intensitas	Intensitas
Kebanggaan semu	sedang	rendah	tinggi
Kekalutan	rendah	sedang	tinggi
Kegamanan	rendah	rendah	tinggi
Pengabaian	sedang	sedang	sedang
Penerimaan	tinggi	tinggi	sedang

Sumber : Hasil wawancara dan pengamatan (2005)

5.2 Saran

- 1) Kajian dan penelitian mengenai pola komunikasi organisasi hendaknya diperluas menyangkut aspek budaya organisasi yang lainnya, dan juga menyangkut institusi lain yang dianggap vital dalam kehidupan berbangsa, seperti partai politik, lembaga peradilan, lembaga ekonomi, lembaga legislatif, dan lain sebagainya.
 - 2) Tindak lanjut dari hasil-hasil penelitian tersebut, sebaiknya direalisasikan melalui program-program kerja yang realistis. Dengan demikian aspek-aspek budaya organisasi yang negatif seperti korupsi, kolusi, dan nepotisme dapat diantisipasi agar tidak terus menjalar dari generasi ke generasi. Di sisi lain aspek-aspek budaya organisasi yang positif dapat dipupuk dan dibangun melalui strategi pola komunikasi organisasi yang tepat.
 - 3) Nilai-nilai religius Islam yang menjadi landasan moral pada PTS Islam, hendaknya dijabarkan ke dalam program-program yang aktual, sehingga para sivitas akademika tidak mengalami kesulitan dalam menyamakan persepsi pesan-pesan komunikasi organisasi yang diinginkan oleh manajemen dan para anggotanya.
-

DAFTAR PUSTAKA

- Creswell, John. 1997. *Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Tradition*. New Delhi.: Thousand Oaks London and.
- Davis, Fred. 1972. *Illness Interaction and The Self*. Belmont, California : Wadsworth Publishing Company.
- Fisher, B. Aubrey. 1978. *Interpersonal Communication : a pragmatics of Human Relationship*. New York : Random House.
- Guirdham, Maureen. 1990. *Interpersonal Skill at Work*. New York : Prentice Hall.
- Kreitner, Robert dan Kinicki. 2003. *Organizational Behavior-Perilaku Organisasi* (terj), Mc Graw-Hill Education. Jakarta : Salemba Empat.

- Larson, Charles U. 1969. *Persuasion Reception and Responsibility*. Speech-Monograph
- Littlejohn, Stephen W. 1996. *Theories of Human Communication*. Belmont : Wadsworth.
- Myers, Gail E. & Michele Tolela Myers. 1988. *The Dynamics of Human Communication : A Laboratory Approach*. New York : Mc Graw Hill.
- Pace, R Wayne et.all. 1975. *Communication Behavior & Experiment : A Scientific Approach*. Belmont : Wadsworth.
- _____, 1983. *Organizational Communication, Foundations For Human Resource Development*. New Jersey : Prentice Hall, Inc., Rakhmat, Jalaluddin, 1987. *Psikologi Komunikasi*. Reaja Karya, Bandung
- Reardon, Kathleen K. 1987. *Interpersonal Communication : Where Minds Meet*. Belmont : Wadsworth.
- Robbins, Stephen P. 2003. *Perilaku Organisasi*, Jilid 2 (terj), Edisi 9. Indeks Jakarta : PT-Gramedia.
- Sendjaja, Djuarsa. dkk. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Siegel,S.1994. *Statistik Nonparametrik Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*, Jakarta : Gramedia.
- Singarimbun, M.,dan S. Effendi, 1989. *Metode Penelitian Survey*. Jakarta : LP3ES.
- Syam, Nina W. 1999. *Fact Finding Persepsi Publik Tentang Citra*. Bandung : LPPM Unpad.
- Yulianita, Neni. 2000. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung : Multimedia. Fikom Unisba.
- Yuningsih, Ani. 1999. “Pengaruh Interaksi Kelompok dan Sistem Nilai Terhadap Kemampuan Wirausaha Pengusaha Kecil” *Tesis*. Program Pascasarjana Unpad, Bandung