

# KOMUNIKASI YANG EFEKTIF

*Zuwirna*  
Universitas Negeri Padang  
[zuwirnaz@gmail.com](mailto:zuwirnaz@gmail.com)

## Abstrak

Sepanjang kehidupan, kita tidak bisa tidak berkomunikasi, terlepas apakah komunikasi itu efektif atau tidak, karena dengan komunikasi itu kita memenuhi kebutuhan-kebutuhan emosional dan intelektual kita. Agar komunikasi yang kita lakukan berjalan efektif, perlu pemahaman yang baik mengenai komponen-komponen komunikasi dan fungsi masing-masing komponen tersebut. Ada beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan agar komunikasi berjalan efektif, dan menghindari faktor-faktor yang menghambat. Demikian juga, perlu dipahami kaitan kepemimpinan dengan efektifitas komunikasi.

## A. PENDAHULUAN

Sejak lahir, kita tidak bisa sendiri untuk mempertahankan hidup. Kita perlu dan harus berkomunikasi dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan, baik kebutuhan fisik maupun psikologis. Para psikolog berpendapat bahwa, kebutuhan utama kita sebagai manusia dan untuk menjadi manusia yang sehat secara rohani, adalah kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, yang hanya bisa terpenuhi dengan membina hubungan yang baik dengan orang lain. Komunikasi akan sangat dibutuhkan dalam membina hubungan-hubungan tersebut. Melalui komunikasi dengan orang lain, kita juga dapat memenuhi kebutuhan emosional dan intelektual kita. Komunikasi melalui budi bahasa yang baik dapat membina hubungan sosial yang baik dan menyenangkan, dan sebaliknya, ketidakmampuan seseorang menggunakan bahasa yang baik dalam berkomunikasi, dapat menimbulkan akibat yang tidak diharapkan, bahkan menjadikan sia-sia dan merugikan diri sendiri dan orang lain.

Kesuksesan seseorang membina hubungannya dengan orang lain, bekerja sama, bahkan mempengaruhi orang lain untuk mengikuti ide dan gagasannya banyak dipengaruhi oleh kemampuannya berkomunikasi. Banyak tokoh-tokoh yang mendapat dukungan dari masyarakat karena kepiawaiannya mengemas pesan, sehingga memperoleh simpati yang luar biasa, dan sebaliknya tidak jarang pula orang yang ditinggalkan pengagumnya karena tidak bisa berkomunikasi secara efektif.

Tulisan ini akan membahas mengenai komunikasi dan komponen-komponen komunikasi, fungsi komunikasi, faktor-faktor penunjang komunikasi efektif, hambatan dalam komunikasi, rancangan komunikasi efektif.

## B. PEMBAHASAN

### 1. Konsep Komunikasi Efektif

Berkomunikasi efektif berarti bahwa komunikator dan komunikan sama-sama memiliki pengertian yang sama tentang suatu pesan. Oleh karena itu, dalam bahasa asing orang menyebutnya "*the communication is in tune*", di mana komunikator dan komunikan yang terlibat dalam komunikasi sama-sama paham dengan pesan yang dikomunikasikan.

Menurut Jalaludin Rahmat dalam bukunya Psikologi Komunikasi (2008:13) dijelaskan bahwa, komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik, dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.

### 2. Komunikasi dan Komponen komponennya

Apa yang dimaksud dengan komunikasi? Banyak sekali definisi yang dikemukakan oleh para pakar, tetapi kita tidak akan membicarakannya satu persatu, tetapi penulis hanya mengutip beberapa pendapat saja. Anderson menyatakan bahwa komunikasi dapat dipandang sebagai suatu proses berbagi pengalaman atau informasi antara dua orang atau lebih. Everett M. Rogers menyatakan bahwa komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari suatu sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Deddy Mulyana, 2003:62). Jadi, secara sederhana komunikasi dapat dipandang sebagai suatu proses pentransferan ide, berita atau pesan dari sumber berita (source) kepada penerima berita (receiver) dengan maksud agar terjadi suatu efek yang diinginkan pada pihak penerima berita.

Proses komunikasi melibatkan berbagai komponen yang berinteraksi satu sama lain dan saling mempengaruhi. Masing-masing komponen mempunyai fungsi yang berbeda dalam rangka mencapai tujuan komunikasi itu. Berikut akan diuraikan komponen-komponen tersebut secara sederhana.

- a. Sumber (*source*), yaitu pihak yang berinisiatif dalam penyampaian pesan. Sumber ini bisa berupa individu, kelompok, atau dapat pula berupa organisasi.
- b. Penerima pesan (*receiver*), adalah orang atau pihak yang menerima pesan/informasi yang disampaikan oleh sumber pesan. Dalam komunikasi interpersonal, pada tahap awalnya setiap orang dibedakan atas sumber dan penerima. Namun pada proses berikutnya, masing-masingnya sekaligus akan berfungsi sebagai sumber dan penerima.
- c. Pesan/berita (*message*), adalah stimulus yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Stimuli tidak mempunyai arti apa-apa, oranglah yang memberikan arti pada stimulus tersebut sehingga menjadikannya sebagai pesan. Karena makna suatu pesan tergantung kepada persepsi penerimanya, maka pesan yang sama dapat menimbulkan arti atau makna yang berbeda oleh penerima pesan.
- d. Saluran (*channel*), yaitu segala sesuatu atau seperangkat instrumen, teknik atau cara yang digunakan dalam usaha menyampaikan pesan.
- e. Efek atau pengaruh adalah perubahan yang terjadi pada penerima sebagai akibat dari pesan yang disampaikan. Efek yang diharapkan terjadi pada si penerima pesan meliputi perubahan pada aspek pengetahuan, sikap, dan tindakan/perbuatan. Kesesuaian antara pesan yang diterima dengan efek yang diberikan memberikan isyarat kepada sumber tentang efektivitas komunikasi.
- f. Umpan balik, adalah respon dari si penerima terhadap pesan si sumber, yang memberi petunjuk pada si sumber tentang efektivitas dari komunikasi.

### 3. Fungsi komunikasi

Mengapa kita berkomunikasi? Apakah fungsi komunikasi bagi manusia? Jawaban dari pertanyaan ini berkaitan dengan tujuan dan fungsi komunikasi dalam kehidupan manusia. Beberapa pakar komunikasi mengemukakan pendapat yang berbeda mengenai fungsi komunikasi bagi manusia. William I. Gordon (1978) mengemukakan empat kategori fungsi komunikasi yaitu komunikasi sosial, komunikasi ekspresif, komunikasi ritual, dan komunikasi instrumental.

Fungsi komunikasi sebagai komunikasi sosial mengisyaratkan bahwa komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri. Deddy Mulyana (2003:7) mengatakan bahwa manusia yang tidak pernah berkomunikasi dengan manusia lainnya tidak mungkin mempunyai kesadaran bahwa dirinya adalah manusia. Selain itu, komunikasi juga berfungsi untuk meaktualisasikan diri. Bila kita berdiam diri, orang lain akan memperlakukan kita seolah-olah kita tidak eksis, namun ketika kita berbicara, kita sebenarnya mengatakan bahwa kita ada di antara mereka.

Komunikasi *ekspresif* tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan-perasaan tersebut cenderung dikomunikasikan secara nonverbal. Perasaan sayang, benci, marah, simpati dapat disampaikan secara verbal, namun terutama lewat ekspresi nonverbal. Komunikasi ekspresif dapat disalurkan melalui bentuk-bentuk seni seperti musik, tarian, gerak tubuh, lukisan, novel, dan puisi. Melalui seni tersebut orang dapat mengekspresikan ketidakpuasan, kekecewaan, kritik, semangat, cinta, sayang, bahkan mengekspresikan pandangan hidup seseorang.

Komunikasi *ritual* merupakan komunikasi yang sering dilakukan secara kolektif. Sekelompok masyarakat sering melakukan upacara-upacara ritual untuk memperingati hal-hal

tertentu seperti peristiwa kelahiran, perkawinan, dan kematian. Ada hal-hal yang kadang-kadang terlihat tidak rasional tetapi dilakukan sebagai kegiatan ritual. Komunikasi ritual ini kadang-kadang bersifat mistik dan sulit dipahami oleh orang-orang di luar komunitas tersebut. Kegiatan ritual memungkinkan para pesertanya berbagi komitmen emosional, pengabdian serta perekat bagi perpaduan mereka.

*Komunikasi instrumental* mempunyai beberapa tujuan diantaranya menginformasikan, mengajak, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, mengubah perilaku atau menggerakkan suatu tindakan, atau menghibur. Komunikasi yang berfungsi memberitahukan atau menerangkan mengandung muatan persuasif dalam arti pembicara menginginkan pendengarnya mempercayai bahwa informasi yang disampaikan adalah benar dan layak untuk dipercaya.

Sebagai instrumen, komunikasi tidak saja digunakan untuk menyampaikan informasi dan membangun hubungan, namun juga untuk menghancurkan hubungan tersebut. Studi komunikasi membuat kita peka terhadap berbagai strategi yang dapat digunakan dalam komunikasi, untuk bekerja lebih baik dengan orang lain demi keuntungan bersama.

Komunikasi juga berfungsi sebagai instrumen untuk mencapai tujuan-tujuan pribadi dan pekerjaan, baik untuk jangka pendek ataupun tujuan jangka panjang. Melalui komunikasi seseorang membangun kredibilitas mereka sehingga mendapat pengakuan sebagai tokoh yang dapat dipercaya, sebagai pemimpin.

Kemampuan berkomunikasi berperan penting untuk mencapai posisi puncak dalam manajemen. Faktor yang mendukung kesuksesan seseorang selain keahliannya adalah kemampuannya berkomunikasi. Bahkan komunikasi dipandang sebagai alat penting manajemen yang baik. Maka tidak berlebihan jika ada orang yang mengatakan bahwa “kemampuan berbicara adalah jalan pintas untuk menonjol...., meninggikannya sehingga kerumunan melihat kepala dan bahunya”.

Para pemimpin besar adalah komunikator besar. Oleh sebab itu, perlu dipahami mengenai komunikasi yang efektif untuk mencapai keberhasilan, baik keberhasilan dalam kehidupan pribadi maupun keberhasilan dalam pekerjaan.

#### **4. Faktor-faktor Penunjang Komunikasi yang Efektif**

Berhasil tidaknya pihak sumber dalam mempengaruhi pihak penerima pesan tidak semata-mata ditentukan oleh sumber itu sendiri. Faktor lain, yakni faktor pesan, faktor komunikan, faktor komunikator, dan faktor media dan lambang atau simbol yang digunakan.

##### **a. Faktor pada komponen pesan**

Dalam proses komunikasi, komunikator berharap agar pesan yang disampaikan diterima oleh komunikan sebagaimana yang diharapkan. Agar suatu pesan dapat membangkitkan efek sesuai dengan apa yang kita inginkan maka kita harus dapat menciptakan kondisi yang tepat. Kondisi itu meliputi: 1) Pesan harus dirancang sedemikian rupa sehingga dapat menarik perhatian komunikan, 2) Pesan harus menggunakan lambang-lambang yang dimengerti oleh komunikan, 3) Pesan harus dapat menimbulkan kebutuhan pribadi, dan 4) Pesan hendaklah memberikan suatu jalan untuk memenuhi kebutuhan agar ia memberikan tanggapan sesuai dengan yang diharapkan.

##### **b. Faktor pada Komunikan**

Walaupun isi pesan yang disampaikan sama, menggunakan saluran yang sama, tidak menjamin bahwa pesan tersebut mendapat pemahaman yang sama dari komunikan. Latar belakang sosial, budaya, usia, jenis kelamin, perhatian, dan kepentingan seseorang sangat berpengaruh terhadap penerimaan suatu pesan. Oleh sebab itu, sebelum melakukan komunikasi, kenali siapa komunikan yang dihadapi. Dengan mengetahui siapa komunikan yang dihadapi, maka komunikator dapat menentukan : 1) waktu yang tepat untuk menyampaikan suatu pesan, 2) Bahasa atau simbol yang akan digunakan agar pesan mudah dimengerti, 3) Sikap dan nilai yang harus ditampilkan oleh komunikator agar pesan diterima secara efektif, dan 4) Jenis kelompok di mana komunikasi akan diadakan.

### c. Faktor pada Sumber

Terdapat tiga faktor penting pada komunikator sebagai sumber pesan agar komunikasinya efektif yaitu kredibilitas (*source credibility*), daya tarik komunikator (*source attractiveness*), dan kekuatan atau kekuasaan sumber (*source power*).

1) Kredibilitas menunjuk pada kondisi di mana sumber dinilai punya pengetahuan, keahlian, atau pengalaman yang relevan dengan topik pesan yang disampainya, sehingga penerima percaya bahwa apa yang disampaikan itu bersifat objektif. Kepercayaan pada sumber ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya dia dipercaya. Beberapa pengalaman menunjukkan bahwa kepercayaan yang besar dapat meningkatkan daya perubahan sikap, sedangkan kepercayaan yang kecil akan mengurangi daya perubahan yang menyenangkan.

Kepercayaan kepada komunikator mencerminkan bahwa pesan yang diterima komunikan dianggap benar dan sesuai dengan kenyataan empiris. Untuk memperoleh kepercayaan yang besar, komunikator harus mempunyai keahlian dan mengetahui kebenaran, mempunyai integritas yang tinggi. Selain itu juga harus obyektif dalam memotivasi apa yang diinginkan.

2) Daya tarik dari sumber mempunyai kemampuan yang besar untuk menentukan keberhasilan upaya persuasi agar terjadi perubahan sikap pada komunikan. Apabila sumber dinilai “menarik” oleh penerima, maka usaha persuasi akan lebih cepat berhasil karena ada proses identifikasi pada penerima pesan. Ini disebabkan karena komunikan merasa adanya kesamaan dalam berbagai hal, sehingga komunikan merasa puas dan tunduk terhadap pesan yang dikomunikasikan.

3) Kekuatan/kekuasaan sumber juga mempengaruhi efektifitas komunikasi. Kekuatan atau kekuasaan sumber terhadap penerima dapat terjadi melalui empat cara yaitu a) Kharisma yang melekat pada sumber, cenderung mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi seseorang, b) Wibawa otoritas, ini berkaitan dengan kedudukan atau otoritas formal. Sumber yang memiliki kedudukan formal mempunyai kekuatan untuk mempengaruhi bawahannya, c) Kompetensi atau keahlian yang dimiliki sumber, mempengaruhi efektivitas dalam mempengaruhi komunikan (Sasa Djuarsa Sendjaja, 2003:9.2)

### d. Media atau saluran dan simbol yang digunakan

Saluran atau media yang kita gunakan harus dirancang secara efektif agar informasi dapat diterima dengan baik. Dikenal dua saluran yaitu: 1) saluran komunikasi personal, yang bersifat langsung, perorangan. Saluran ini dipandang lebih efektif karena dapat

dilakukan secara langsung, bersifat pribadi dan manusiawi, dapat dilakukan secara lebih rinci dan fleksibel, umpan balik lebih cepat diketahui, dan sumber dapat segera memberikan penjelasan apabila terdapat kesalahpahaman atau kesalahan persepsi dari pihak komunikan atas pesan yang disampaikannya. 2) Saluran media massa, mempunyai daya jangkauan yang luas dan cepat dalam menyampaikan pesan, tetapi kelebihan yang terdapat pada saluran personal tidak dimiliki oleh media massa. Oleh sebab itu dampak penyampaian pesan melalui media massa umumnya hanya menyangkut aspek kognitif.

Apakah kita menggunakan saluran komunikasi personal atau saluran media massa seperti radio, televisi, atau media cetak? Apapun media dan simbol yang digunakan, perlu disesuaikan dengan karakter komunikan, sehingga informasi sampai pada sasaran dengan efektif.

Apakah komunikasi yang kita lakukan sudah efektif? Jawabannya ditentukan oleh hal-hal berikut:

- 1) *Pemahaman*. Komunikasi dikatakan efektif bila komunikan memperlihatkan pemahaman yang cermat dan memuaskan terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikator. Semakin banyak orang yang terlibat, semakin bervariasi pula persepsi dari penerima, sehingga sulit pula untuk mengukur atau menentukan kecermatan dan keefektifan suatu pesan.
- 2) *Kesenangan*. Dengan berkomunikasi berarti menimbulkan kesejahteraan bersama (*phatic communication*) dan terbinanya hubungan insani (ramah, akrab, dsb) yang terlihat dari antusias komunikan mengikuti pesan komunikator.
- 3) *Pengaruh terhadap sikap*; Pengaruh ini terjadi karena empati terhadap partisipan. Aktivitas mempengaruhi ini sebenarnya dilakukan seumur hidup karena sebenarnya salah satu target dari komunikasi adalah perubahan sikap. Terjadinya perubahan sikap pada komunikan menandakan komunikasi efektif. Kegagalan dalam mengubah pandangan mitra dapat diartikan gagal dalam meningkatkan pemahaman.
- 4) *Terjadinya perbaikan hubungan*. Komunikasi menjadi efektif bila terjadi hubungan psikologis yang positif dan penuh kepercayaan. Ketidakpercayaan dalam komunikasi menyebabkan pesan tidak bermakna atau pesan didiskreditkan.
- 5) *Tindakan*. Mengajak orang lain untuk melakukan apa yang kita inginkan lebih sulit dibandingkan dengan hanya sekedar mengajak untuk memahami. Bersedianya komunikan melakukan sesuatu yang diminta oleh komunikator menandakan bahwa komunikasi efektif. Respon positif dari komunikan akan diperoleh bila komunikan mempunyai pemahaman yang baik terhadap pesan, yakin bahwa tujuan masuk akal, dan adanya hubungan yang harmonis.

## 5. Hambatan dalam Komunikasi

Komunikasi sering tidak berhasil karena adanya gangguan atau hambatan yang dapat merusak komunikasi. Ada beberapa hal yang menimbulkan hambatan dalam komunikasi antara lain : a) Gangguan, baik dalam bentuk gangguan mekanik maupun gangguan semantik, b) Kepentingan; orang hanya akan mendengarkan pesan yang berkaitan dengan kepentingannya. Kepentingan tidak hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga mempengaruhi daya tanggap, perasaan, pikiran, dan tingkah laku, c) Prejudice atau prasangka, yang menyebabkan seseorang tidak dapat berfikir secara objektif. Dalam prasangka, emosi memaksa kita untuk menarik kesimpulan atas dasar syakwasangka tanpa menggunakan pemikiran yang rasional, d) Motivasi terpendam; komunikan akan mengabaikan komunikasi bila tidak sesuai dengan motivasinya.

dan memutuskan bagaimana, bilamana, dan di mana pelaksanaan pekerjaan itu. Pada saat yang sama, mereka secara psikologis matang dan tidak membutuhkan komunikasi dua arah atau perilaku suportif yang tinggi.

## 6. Kepemimpinan dan Komunikasi

Salah satu tujuan komunikasi adalah untuk mempengaruhi orang lain untuk kepentingan tertentu, sementara kepemimpinan juga merupakan aktivitas mempengaruhi orang lain, sebagaimana yang dikemukakan oleh G.R Terry bahwa kepemimpinan adalah aktivitas mempengaruhi orang-orang untuk berusaha mencapai tujuan kelompok secara sukarela (Hersey, 1992:98).

Keberhasilan kepemimpinan seseorang sangat dipengaruhi oleh tingkat kematangan staf dan pola komunikasi yang digunakan. Oleh sebab itu pimpinan perlu menyesuaikan pola komunikasi yang dipilih dengan tingkat kematangan bawahan. Bagi staf yang mempunyai tingkat kematangan rendah (tidak mampu dan tidak mau), maka pola komunikasi yang cocok adalah pola direktif (memberitahukan) mengenai apa, bagaimana, kapan, dan di mana melakukan berbagai tugas, cenderung lebih efektif. Kepada mereka juga perlu diberi tahu sanksi apabila tidak melakukan sesuatu sesuai dengan apa yang telah diberitahukan.

Bagi staf yang mempunyai tingkat kematangan rendah ke sedang (tidak mampu tapi mau), maka pola komunikasi cenderung lebih efektif dengan menajakan (direktif dan suportif). Komunikasi dua arah dan penjelasan akan lebih efektif karena staf merasa bahwa ia betul-betul turut andil dalam perilaku yang diinginkan.

Komunikasi yang bersifat mengikutsertakan cocok bagi staf yang mempunyai kematangan sedang ke tinggi (mampu tapi tak mau). Ketidakmauan mereka sering karena kurang yakin atau tidak merasa aman. Komunikasi dua arah perlu untuk mendukung upaya staf dalam menggunakan kemampuan yang dimiliki. Gaya partisipatif suportif dan tidak direktif cenderung lebih efektif bagi staf pada tingkat kematangan ini.

Bagi staf yang mempunyai tingkat kematangan tinggi (mampu dan mau atau yakin), komunikasi dan kepemimpinan yang cocok adalah mendelegasikan dan memberi tanggung jawab. Rendahnya arahan dan suportif cenderung lebih efektif bagi staf yang berada pada tingkat kematangan ini. Mereka diperkenankan melaksanakan sendiri pekerjaan

## 7. Rancangan Komunikasi

Komunikasi yang efektif tidak akan tercapai tanpa dipersiapkan terlebih dahulu. Oleh sebab itu perlu persiapan dan rancangan yang matang. Sarana komunikasi yang digunakan dapat bervariasi, tetapi rancangan yang efektif tidaklah berubah. Rancangan itu meliputi hal-hal berikut:

- a. Siapkan bahan/pesan perca-kapan yang akan disampaikan. Apakah pesannya berbentuk informasi, persuasi, propaganda, atau lainnya.
- b. Kenali mitra bicara/audience/ komunikan. Dengan mengetahui dan memahami siapa komunikan, kita dapat memilih bahasa dan strategi komunikasi yang sesuai sehingga pesan dapat dipahami dan tujuan tercapai secara efektif.
- c. Kuasai media yang digunakan. Yakini betul bahwa media yang akan digunakan sudah dipahami karakteristiknya, kuasai keterampilan bagaimana mengoperasi-

- kannya, dan yakini bahwa media tersebut betul-betul cocok dengan bentuk pesan yang akan disampaikan.
- d. Pilihlah bahasa dan kata yang tepat, hindari penggunaan kata yang bersifat konotatif dan hindari kesan negatif terhadap komunikan.
  - e. Hindari penonjolan diri. Biarlah komunikan yang menyimpulkan berdasarkan informasi dan komunikasi yang mereka peroleh.

### **C. KESIMPULAN DAN PENUTUP**

Demikianlah beberapa hal yang penting dan perlu kita pahami berkaitan dengan komunikasi dalam rangka berinteraksi dengan orang lain. Tidak bisa dibantah bahwa “Kita tidak dapat tidak berkomunikasi”. Walaupun demikian, kita tidak ingin komunikasi kita gagal, oleh sebab itu apa yang telah disampaikan mudah-mudahan dapat bermanfaat dan menjadikan kita arif dan mampu berkomunikasi secara efektif.

### **D. DAFTAR RUJUKAN:**

- Dedy Mulyana. 2003. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hersey, Paul. 1992. *Manajemen Perilaku Organisasi* (Terjemahan Agus Dharma). Jakarta: Erlangga.
- Jalaludin Rahmat. 2003. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Onong Uchyana Efendi. 1993. *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Pawit M. Yusuf. 2010. *Komunikasi Intruksional*. Jakarta : Bumi Aksara.
- Ruben, Brent D. 1992 *Communication and Human Behavior*. New Jersey: Prentice Hall Englewood Cliffs.
- Ruben, Brent D dan Stewart, Lea P. 2013. *Komunikasi dan Perilaku Manusia*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Sasa Djuarsa Sendjaja, dkk. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pusat Penerbitan Universitas Terbuka.
- William I. Gorden. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred.
- William I. Gorden. 1978. *Communication: Personal and Public*. Sherman Oaks, CA: Alfred.