

**Komunikasi Interaktif Grup Facebook Komunitas Suwec  
Startup Ekonomi Kreatif**

Rachmadi Rahardi  
Komunitas SUWEC  
rachmadi@gmail.com

**ABSTRAK**

Pada zaman modern yang serba canggih seperti sekarang, suatu perkembangan suatu usaha bisnis *startup* yang ramai diminati oleh kalangan anak muda menunjukkan eksistensi dan perkembangannya baik dari sebuah komunitas Grup facebook Komunitas *Surabaya Web Community* (SuWec) yang berada di surabaya yang memiliki anggota sekita lima ribu delapan ratus dua puluh tiga (5823) juga memiliki web <http://www.suwec.com/> namun sebagai meneliti saya memilih facebook karena lebih sering aktif ketimbang web suwec yang jarang diupdate, karena itu di grub lebih dinamis dan terperinci suWec merupakan komunitas para pelaku industri web yang ada di Surabaya. Beragam profesi bidang internet hadir dalam komunitas ini. Banyak pendapat bahwa potensi trend startup akan lebih besar di dalam *Virtual Reality, Digital Health, Security, Online Marketplaces, Crowd Funding, Insurance, Online Video*, dan *DevOps (Developer and Operations)* trend tersebut yang memungkinkan dapat lebih berkembang untuk ke depannya agar kegiatan ini sangat berguna dalam kegiatan ini juga telah menghasilkan suatu ide atau gagasan baru yang biasa relawan mereka inilah yang akan langsung cepat memberi ide sebelum usaha berkembang.

**Kata Kunci:** Startup, Penyampaian pesan, Menyampaikan kepada masyarakat

**ABSTRACT**

*In modern times that are sophisticated as they are today, a development of a startup business that is crowded with young people shows its existence and development both from a community Facebook Community of Surabaya Web Community (SuWec) which is in Surabaya that has members of around five thousand and eight hundred twenty three (5823) also has a web <http://www.suwec.com/> but as a research I chose Facebook because it is more active than suwec web which is rarely updated, because it is more dynamic and detailed in grub suWec is a community web industry players in Surabaya. Various professions in the internet are present in this community. There are many opinions that the potential for startup trends will be greater in *Virtual Reality, Digital Health, Security, Online Marketplaces, Crowd Funding, Insurance, Online Video*, and *DevOps**

*(Developer and Operations), these trends that allow it to be more developed in the future so this activity is very useful in this activity also has produced a new idea or idea that is usually their volunteer who will immediately give ideas before the business develops.*

**Keywords:** Startup, Submission of messages, Deliver to the public

## **PENGANTAR**

Grup facebook Komunitas *Surabaya Web Community* (SuWec) yang berada di Surabaya yang memiliki anggota sekitar lima ribu delapan ratus dua puluh tiga (5823) juga memiliki web <http://www.suwec.com/> namun sebagai meneliti saya memilih facebook karena lebih sering aktif ketimbang web suwec yang jarang diupdate, karena itu di grup lebih dinamis dan terperinci suWec merupakan komunitas para pelaku industri web yang ada di Surabaya. Beragam profesi bidang internet hadir dalam komunitas ini.

Diantaranya dalam bidang *web development, web server, internet marketing, e-commerce, online media, blogger, online content marketing, social media marketing*, dan lain-lain.

Banyak pendapat bahwa potensi *startup trend* akan lebih besar di dalam *Virtual Reality, Digital Health, Security, Online Marketplaces, Crowd Funding, Insurance, Online Video*, dan *DevOps (Developer and Operations) trend* tersebut yang memungkinkan dapat lebih berkembang untuk kedepannya.

Di dalam pembuatan startup mengikuti *trend* yang ada sepertinya dapat membantu mengsucceskan kelanjutan *startup* yang ingin dibuat, seperti *Online Marketplaces* hanya dengan bekerja sama dengan toko-toko yang sudah ada dan dikumpulkan bersama dapat mencari pelanggan dengan target pasar yang makin luas pula.

Tak luput dari jamahan kecanggihan teknologi komunitas juga memakai media aplikasi facebook, sebagai untuk berbagai keperluan salah satunya adalah kewajiban untuk melakukan mekanisme pembagian informasi dan diskusi dari kalangan mahasiswa dan juga pegawai kantor dari segi tempat informasi menunjang berbagai macam proses penyampaian informasi.

*Startup* bisa di lakukan bila ada fasilitas, sarana, prasarana dan infrastruktur *hotspot atau wifi* untuk mengakses internet secara gratis (*free*), yang dilengkapi dengan terminal listrik sebagai sarana mengisi ulang (*meng-charge*) batterai laptop dan hp sebagai sarana *startup* agar bisa memanfaatkan akses internet gratis melalui fasilitas *hotspot* untuk mengamati tempat usaha cuma melalui *smart phone* atau laptop.

Terkadang juga baik itu sekedar untuk melihat pemberitahuan, melihat-lihat informasi diskusi di grup, mengamati kegiatan percakapan yang di grup facebook komunitas suwec hal ini menimbulkan tanda tanya, mengapa mereka rela semalaman suntuk duduk di kafe atau pun di *base camp* di Ketintang yang otomatis terkena angin malam, nyamuk, hawa dingin dan juga menguras tenaga, waktu, dan pikiran.

Unit analisis dalam penelitian dapat berupa manusia (individu maupun kelompok), organisasi, benda, wilayah, dan waktu sesuai dengan

fokus permasalahannya. Unit analisis yang berupa benda dapat berupa buku, kitab suci, gagasan, naskah, undang-undang, kebijakan, cerita rakyat dan sebagainya. Unit analisis yang dijadikan bahan kajian dalam penelitian adalah unsur-unsur yang terdapat di dalam komunikasi interaktif komunitas Suwec. Adapun unsur-unsur yang terdapat dalam grup komunitas suwec tersebut adalah:

1. Album Foto

Gambar merupakan unsur terpenting dalam suatu organisasi karena sebagai tempat suatu kegiatan atau kenangan kebersamaan suatu acara. Gambar foto dalam album dapat meliputi seseorang atau peserta maupun anggota kegiatan, *background*, benda-benda dan sebagainya yang divisualisasikan agar membentuk sebuah rangkaian kegiatan dan menggambarkan suasana di dalam acara sedangkan *background* merupakan latar tempat dimana adegan sedang berlangsung.

2. Teks/Kata-kata yang terdapat pada diskusi grup komunitas

Unsur berikut yang tidak bisa lepas dari komunikasi interaktif adalah suatu percakapan yang dilakukan berupa teks atau tulisan yang untuk sebagai media interaktif. Biasanya status tidak terlalu panjang, namun bisa juga panjang menyesuaikan apa yang di ingin dibahasnya.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu dengan cara deskriptif analitis dengan melihat diskusi grup facebook komunitas web suwec. Analisis yang dilakukan dengan analisis isi yang secara khusus melihat interaksi diskusi komunitas di grup tipe analisis ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang secara umum mengenai interaksi.

Dengan penelitian ini diharapkan dapat ditemukan suatu karakteristik yang berfungsi informasi. Dalam pengumpulan data penelitian metode dokumentasi peneliti mengambil foto atau teks tulisan dari grup facebook web suwec dari internet yang bersifat menyeluruh dalam cakupan organisasi. Dalam penelitian ini, objek penelitiannya adalah grup facebook komunitas web suwec yang berjumlah lebih dari secara lengkap dan menyeluruh sekitar lima ribu delapan ratus dua puluh tiga (5823) yang sifatnya lebih menggambarkan analisis komunikasi dalam diskusi interaktif dan lain sebagainya.

Langkah-langkah peneliti akan melakukan pengolahan data dalam metode kualitatif. Penelitian ini menggunakan analisis isi deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan dan menjelaskan data yang diperoleh dalam hal ini data yang terdapat dalam web suwec. Analisis Isi Diskusi Interaktif Komunitas yang akan digunakan untuk melihat data yang berupa pesan gambar maupun tulisan dengan cara analisis untuk mencari kesimpulan munculnya pesan.

## **DISKUSI**

Dalam diri seseorang *startup* tentunya ada dorongan atau motif yang menyebabkan sehingga tiap kali mengakses internet dimanapun itu,

baik di laptop menggunakan *hotspot*, atau media elektronik lainnya tentu akan membuka bisnis mereka di situs *online* atau barang dagangan mereka, seperti sebuah kebutuhan yang rutin untuk dilakukan di tiap sela-sela waktu yang ada untuk mengamati sudah terjual atau belum baik itu yang masih di pajang di toko *online* dari seorang pembisnis.

Faktor yang sangat penting yang bisa mempengaruhi minat usaha adalah faktor kepercayaan. Faktor kepercayaan menjadi faktor kunci dalam setiap jual beli secara *online*.

Hanya pelanggan yang memiliki kepercayaan dan beranilah yang akan melakukan transaksi melalui media internet. Karena itu jika tidak ada landasan kepercayaan antara penjual dan pembeli maka tidak akan terjadi transaksi dalam dunia *startup*, apalagi mengetahui jika produk yang dijual dan ditawarkan oleh penjual merupakan produk yang semu, dalam artian produk yang dijual masih berupa bayangan penjual saja.

Hanya pelanggan yang memiliki kepercayaan dan beranilah yang akan melakukan transaksi melalui media internet. Karena itu jika tidak ada landasan kepercayaan antara penjual dan pembeli maka tidak akan terjadi transaksi dalam dunia *startup*, apalagi mengetahui jika produk yang dijual dan ditawarkan oleh penjual merupakan produk yang semu, dalam artian produk yang dijual masih berupa bayangan penjual saja.

Dengan adanya peningkatan jumlah pengguna internet di Indonesia yang cukup signifikan dari tahun ke tahun membuat pelaku bisnis memanfaatkan internet dalam upaya meningkatkan pelayanannya dalam usaha *startup*, pada dasarnya tujuan dari suatu bisnis adalah untuk menciptakan para pelanggan yang merasa puas. Kepuasan konsumen akan tercapai apabila kualitas produk atau jasa yang diberikan oleh perusahaan sesuai dengan keinginan konsumen.

Facebook meskipun saat ini menjadi aplikasi yang cukup digemari secara global mereka lebih banyak aktif disana yang berkoneksi dengan jaringan web dalam berinteraksi secara maya dalam usaha dagang *startup* secara *online* maka mereka akan terhubung dan bisa memulai berkomunikasi melalui *chat*. Dengan halnya yang terjadi pada usaha yang merupakan salah satu *online shop* yang menjual produk usaha *startup* ke konsumen dengan sistem *pre order*.

Kegiatan ini sangat berguna sekali dalam komunitas, selain anggota jadi bisa mengetahui bagaimana dan apa yang harus dilakukan jika dalam usaha yang dilakukan dalam kegiatan ini juga telah menghasilkan suatu ide atau gagasan baru yang biasa relawan mereka inilah yang akan langsung cepat memberi ide sebelum usaha berkembang.

Fungsi mereka ialah memberi masukan dan gagasan serta membantu memotivasi secara perlahan sehingga ke tahap selanjutnya sudah terbiasa dalam hal dikuasai dan segera dikerjakan

Perusahaan *startup* dalam pandangan bermasyarakat dapat menjalankan fungsinya dengan baik, perusahaan itu harus dapat memperkenalkan dirinya dalam masyarakat hal ini penting karena perusahaan yang baru dibangun atau dalam masa rintisan.

Namun untuk perusahaan bidang teknologi dan informasi yang memiliki persaingan yang sangat ketat dalam bisnis *startup*, memberikan solusi bagi yang ingin membutuhkan motivasi dan edukasi dalam untuk

menjalani bisnis *startup* di bidang web program tindakan atau aktivitas dari perdagangan manusia itu yang mempunyai bentangan arti yang sangat luas antara dalam hal bekerja suatu tindakan kegiatan atau aktivitas manusia

Baik yang diamati langsung, maupun yang tidak langsung dalam perdagangan yang dilakukan oleh manusia pada dasarnya bentuk perilaku dapat diamati melalui usaha atau perjuangan. Mata Rantai tersebut merupakan jalur komunikasi organisasi dalam sebuah organisasi. Beberapa diantaranya ditentukan oleh aturan organisasi (seperti susunan birokrasi yang dinyatakan oleh Weber) dan Mendasari jaringan formula (*formal network*). Tapi saluran-saluran ini hanya mengungkapkan bagian susunan dari organisasi. Sebaliknya, jaringan yang berkembang (*emergent network*) adalah saluran-saluran informal yang dibangun, bukan oleh regulasi formal organisasi, tetapi oleh kontak regular sehari-hari antaranggotanya.

Motivasi menjadi pendorong seseorang melaksanakan suatu kegiatan guna mendapat hasil yang terbaik. Mengemukakan bahwa pemberian dorongan sebagai salah satu bentuk motivasi, penting dilakukan untuk meningkatkan gairah kerja karyawan sehingga dapat mencapai hasil yang dikehendaki oleh manajemen.

Dengan populernya internet dan media sekarang ini maka salah satu bentuk startup dalam web design yang ditayangkan melalui web suwec. Bagaimana motif-motif apa saja yang menggunakan facebook sebagai tempat diskusi grup komunitas suwec untuk mengetahui implikasi dari penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap komunitas?

Komunikasi merupakan mekanisme yang menyebabkan adanya hubungan antara manusia di dalam masyarakat atau kelompok dengan menggunakan lambang-lambang yang mengandung makna dan dapat dilakukan untuk menembus ruangan dan menyimpannya dalam dimensi waktu

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) adalah istilah yang paling sering disebut sebagai asal-usul kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip.

Dari pengertian komunikasi sebagaimana diuraikan diatas, tampak adanya sejumlah komponen dan unsur yang dicakup dan merupakan persyaratan terjadinya komunikasi.

Media baru adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan computer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan computer. Kunci untuk kekuatan computer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur.

*New media* atau media baru disebut juga *new media digital*. Media *digital* adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format *digital* dan

disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel *optic broadband*, satelit dan sistem gelombang mikro. Ciri-ciri utama internet sebagai media adalah:

- a. Teknologi berbasis komputer.
- b. Karakteristiknya hibrida, tidak berdedikasi, fleksibel.
- c. Potensi interaktif
- d. Fungsi *public* dan *privat*
- e. Peraturan yang tidak ketat
- f. Kesalingterhubungan
- g. Ada dimana-mana / tidak tergantung lokasi
- h. Dapat diakses individu sebagai komunikator
- i. Media komunikasi massa dan pribadi

Melalui internet, surat kabar telah bisa diakses sebagai teks, dan pengguna bisa menjelajah kabar terbaru dari belahan dunia secara cepat. Salah satu konten yang sedang berkembang dan menjadi alasan menggunakan internet adalah adanya media sosial.

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah komunitas. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan visual maupun audiovisual. Contohnya seperti *Twitter*, *Blog*, *Forsquer*, dan lainnya

Media sosial memberikan kesempatan untuk berinteraksi lebih dekat dengan konsumen, dapat menjadi media untuk membentuk komunitas *online*. Sosial media dapat menjadi bagian dari keseluruhan *e-marketing strategy* yang digabungkan melalui sosial media lainnya. Serta sebagai jalan menemukan atau menciptakan para *evangelist brand*. Sosial media memberikan peluang masuk komunitas yang telah ada sebelumnya dan memberikan kesempatan mendapatkan *feedback* secara langsung

Media sosial memiliki kelebihan untuk *bookmarking*, *content and sharing* dan *creating opinion*. Untuk jenis sosial media seperti Facebook dapat menciptakan serta menggerakkan komunitas, dan bisa juga digunakan untuk reaksi pasar. Facebook juga bersifat *real time*, mengembangkan jaringan yang tak terbatas, dapat menyebarkan ide, membuka peluang pasar, menciptakan *personal brand*, dapat meningkatkan pelayanan kepada konsumen, serta me-manusiakan *brand*. Sedangkan dampak positif maupun negatif Facebook adalah:

- a. Mudah dalam berinteraksi dengan teman bahkan keluarga yang jauh.
- b. Sarana untuk berdiskusi
- c. Sebagai alat promosi barang dan jasa
- d. Jaringan kita menjadi luas

Motif adalah dorongan yang sudah terikat pada suatu tujuan. Motif menunjuk hubungan sistematis antara suatu respon dengan keadaan dorongan tertentu. Berbagai macam pendapat para ahli di atas, maka dapat ditarik suatu kesimpulan bahwa motif adalah kondisi seseorang yang mendorong untuk mencari suatu kepuasan atau mencapai suatu tujuan. Motif juga merupakan suatu alasan atau dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan, atau bersikap tertentu. Motif merupakan suatu pengertian yang mencakupi

semua penggerak, alasan, atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Tingkah laku juga disebut tingkah laku secara refleks dan berlangsung secara otomatis dan mempunyai maksud tertentu walaupun maksud itu tidak senantiasa sadar bagi manusia.

Kebutuhan itu disebut sebagai motif-motif dalam diri individu, sehingga mendorong untuk bersikap menggunakan media tertentu. Artinya dari penggunaan media tersebut individu mencari pemuasan sejumlah kebutuhan atau motif yang mempengaruhinya. Suatu hal yang penting yang berkaitan dengan motif ini adalah bahwa motif itu tidak dapat diamati secara langsung. Tetapi motif dapat diketahui atau terinferensi dari perilaku, yaitu apa yang dikatakan dan apa yang diperbuat seseorang.

Manusia adalah makhluk sosial yang membutuhkan orang lain demi kelangsungan hidupnya. Hubungan yang terjalin antar manusia disebut dengan interaksi sosial. Soerjono Soekanto secara khusus menjabarkan interaksi sosial sebagai proses sosial yang ditandai dengan adanya hubungan antar individu, kelompok, atau individu dengan kelompok

Upaya manusia dalam memenuhi kebutuhan mendasar, sosial dan integratif dilakukan melalui suatu proses yang disebut dengan interaksi sosial. Menurut Kinball Young dan Raymond W Mack, interaksi sosial adalah kunci dari semua kehidupan sosial, oleh karena itu, tanpa interaksi sosial tidak akan mungkin ada kehidupan bersama. Dari pengertian tersebut, kita dapat membedakan pola-pola interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari, yaitu dalam wujud sebagai berikut:

1. Interaksi sosial Antar Individu

Apabila dua individu bertemu, proses interaksi pun dimulai pada saat mereka saling menegur, berjabat tangan, dan berkomunikasi.

2. Interaksi Sosial Antar Individu dan Kelompok

Proses penetrasi sosial berlangsung secara bertahap dan teratur dari sifatnya di permukaan ke tingkat yang akrab mengenai pertukaran sebagai fungsi baik mengenai hasil yang segera maupun diperkirakan ada beberapa teori mengenai komunikasi antar pribadi yang dikemukakan oleh pakar komunikasi.

Seperti di banyak negara lain, persaingan tidak mudah di negara asean menghadapi startup terjadi cukup umum di Indonesia sebab mereka biasanya mengambil peran usaha sebagai polemik perdagangan dengan munculnya internet dan berkembangnya berbagai aplikasi dalam ponsel pintar mempermudah sistem jasa atau usaha yang di mulai dari dasar dengan memantau melalui *smartphone* berjam-jam di depan layar ponsel pintar mereka, mulai dari sekedar membaca, berbelanja hingga mengawasi barang jualan di toko *online* melalui aplikasi yang disematkan di ponsel pintar mereka.

Antara orang perorangan, misalnya apabila remaja mempelajari kebiasaan-kebiasaan dalam keluarganya. Proses demikian terjadi melalui sosialisasi (*sosialization*), yaitu suatu proses dimana anggota masyarakat yang baru mempelajari norma-norma dan nilai-nilai masyarakat dimana dia menjadi anggota.

Antara orang perorangan dengan satu kelompok manusia atau sebaliknya, misalnya apabila seseorang merasakan bahwa tindakan-tindakannya berlawanan dengan norma-norma masyarakat atau apabila suatu partai politik memaksa anggota-anggotanya untuk menyesuaikan diri dengan ideologi dan programnya.

*Surabaya Web Community* (suWec) adalah merupakan komunitas para pelaku industri web yang ada di Surabaya. Beragam profesi bidang internet hadir dalam komunitas ini. Diantaranya dalam bidang web development, *web server*, *internet marketing*, *e-commerce*, *online media*, *blogger*, *online content marketing*, *social media marketing* karena keanggotaan komunitas ini terbuka. Artinya, bagi siapa saja yang tertarik, mempunyai minat dalam bidang web dapat bergabung dengan suWec.

Komunitas suWec (*Surabaya Web Community*) adalah untuk ikut memajukan industri web Indonesia, cara yang dilakukan antara lain dengan saling berbagi ilmu tentang web melalui kopdar atau istilahnya (kopi darat), sering kali mengadakan seminar atau pelatihan di bilbo ketintang yang membahas cara mengembangkan aplikasi web bersama. Bagi konsumen bisnis *online*, melakukan transaksi dengan vendor secara *online* akan mempertimbangkan ketidakpastian dan resiko jika dibandingkan dengan transaksi jual beli secara tradisional. Konsumen diberikan kesempatan yang sedikit untuk mengetahui kualitas barang dan melakukan pengujian terhadap bisnis *startup* yang diinginkan melalui media Web yang disediakan.

## **KESIMPULAN**

Pembentukan komunitas suwec yang berbasis media teknologi informasi dan komunikasi dalam dunia maya yang tanpa batas ruang dan waktu serta berbagai kegiatan dalam *workshop* atau seminar termasuk motif pendidikan untuk memperdalam kemampuan seseorang mempunyai keinginan berbuat diri mereka.

Dengan bagian poin-poin yang di atas untuk menerima suatu kegiatan komunitas suwec (*Surabaya Web Community*) media pembelajaran dalam motivasi menjadi ingin lebih tau apa disampaikan dalam pada masing-masing peserta mau pun anggota dengan tujuan menemukan jadi diri dan menumbuhkan minat dan keinginan dalam berkarya atau dalam motif informasi pekerjaan dalam *workshop*.

Komunitas suwec saat ini dianggap sebagai media penyampai informasi dan saran yang sangat efektif digunakan karena lebih mudah dipahami, dan dengan cepat, menarik para pencari informasi dari pada mengutarakan kritik dan saran.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Boeree, George. (2008). *Personality Theories*. Jogyakarta: Prismsophie.  
 Effendy, Onong Uchjana. (2009). *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Penerbit Remadja Karya CV.

- Hele, A. P., & Maela, N. F. S. (2018). Peningkatan Pelayanan Berbasis Strategi Komunikasi Organisasi pada RSUD Luwu. *Jurnal Komunikasi Profesional*, 2(1).
- Lickona, Thomas. (2012). *Pendidikan Karakter*. Bantul: Kreasi Wacana Offset
- LittleJohn W & Karen A, Foos. (2009) : *Teori Komunikasi*, Edk 9. Ria Oktafiani, Jakarta: Salemba Humanika.
- Milles, M.B dan Huberman, A.M. (2009). *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UI Press.
- Moleong, Lexy J. (2009). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Nurhadi, Zikri fachrul. (2015). *Teori-teori komunikasi, teori komunikasi dalam perspektif penelitian kualitatif*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Panuju, R. (2000). *Komunikasi bisnis: bisnis sebagai proses komunikasi-komunikasi sebagai kegiatan bisnis*. Penerbit PT Gramedia Pustaka Utama.
- R. Wayne Pace Don F .Faules (2009). *Teori Komunikasi Organisasi*. Deddy Mulyana, M.A., PH.D.
- Satori, Djam'an & Aan komariah (2009). *Metodologi Penelitian Kalitatif*. Riduan, M.B.A, M,P.D. Bandung: Alfabeta.
- Sanggara, H. R., & Christantyawati, N. (2017). Trend Minat Mahasiswa Universitas dr. Soetomo dalam Berbelanja secara Online di Tokopedia. *Jurnal Kajian Media*, 1(2).
- Zuchdi, Darmiyati. (2011). *Pendidikan Karakter Dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Yogyakarta: UNY press.