

**ANALISIS POLA KOMUNIKASI PIMPINAN DALAM  
MENINGKATKAN LOYALITAS KARYAWAN**

**Fitri<sup>1</sup>, Ukon Furkon Sukanda<sup>2</sup>, Riza Gusti Rahayu<sup>3</sup>  
Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang**

E-mail: [fitrimakiyah31@gmail.com](mailto:fitrimakiyah31@gmail.com)<sup>1</sup>, [ufsukanda@unis.ac.id](mailto:ufsukanda@unis.ac.id)<sup>2</sup>,  
[rizarahayu@unis.ac.id](mailto:rizarahayu@unis.ac.id)<sup>3</sup>

**Abstract**

*Communication patterns are a form of communication in which the sender and recipient of information can understand the information together. Supporting factors for communication are good and comfortable communication within the scope of work. This research aims to determine leadership communication patterns in increasing employee loyalty in the finished goods department at PT.Bando Indonesia and to find out the factors that support organizational communication at PT.Bando Indonesia. The method used in this research is qualitative. Data collection techniques in this research will be interviews, observation and documentation. The results obtained from this research show that there are two patterns of communication patterns used at PT. Bando Indonesia to increase employee loyalty, namely the Wheel Pattern and the Star Pattern. Supporting factors for employee loyalty are leadership communication and a comfortable environment.*

**Keywords** — *Communication Patterns, Loyalty, Organization*

**Abstrak**

Pola komunikasi merupakan suatu bentuk dalam komunikasi yang dimana pengirim dan penerima informasi dapat memahami informasi secara bersama. Faktor pendukung komunikasi ialah komunikasi yang baik serta nyaman dalam ruang lingkup kerja. Penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui pola komunikasi pimpinan dalam meningkatkan loyalitas karyawan di departemen finished goods di PT.Bando Indonesia serta ingin mengetahui faktor yang menjadi pendukung dalam melakukan komunikasi organisasi di PT.Bando Indonesia. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori kendali organisasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini akan dilakukan wawancara, observasi, serta dokumentasi. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi yang digunakan pada PT.Bando Indonesia dalam Meningkatkan Loyalitas karyawan terdapat dua pola yaitu Pola Roda dan Pola Segala Arah. Faktor pendukung loyalitas karyawan terdapat pada komunikasi pimpinan dan lingkungan yang nyaman.

**Kata Kunci** — *Pola Komunikasi, Loyalitas, Organisasi*

## 1. PENDAHULUAN

Komunikasi mendasari faktor-faktor yang mendasari keberhasilan suatu program kegiatan dalam mencapainya tujuan kegiatan dalam organisasi. Dengan komunikasi yang efektif maka kegiatan dan program yang direncanakan dapat berjalan sesuai rencana sehingga organisasi dan komunikasi menjadi tidak dapat dipisahkan. Komunikasi merupakan landasan keberhasilan program kegiatan dalam mencapai tujuan kegiatan organisasi. Komunikasi yang efektif menjamin kegiatan dan program yang direncanakan terlaksana sesuai rencana sehingga organisasi dan komunikasi tidak dapat dipisahkan. Hadirnya komunikasi dalam kehidupan sungguh menjadi sebuah berkah bagi kita sebagai manusia. Bagaimana bukan komunikasi yang mendukung berbagai perubahan dunia, Dikatakan bahwa komunikasi merupakan sesuatu yang unik dan agung, sesuatu yang istimewa yang dapat dimiliki oleh setiap manusia, sehingga menciptakan suatu peradaban perubahan besar yang bersumber dari kebutuhan mutlak setiap individu melalui komunikasi.

Pola adalah bentuk atau model (atau lebih abstrak suatu set peraturan) yang biasa digunakan untuk membuat atau untuk menghasilkan suatu atau bagian dari suatu yang ditimbulkan. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia dijelaskan bahwa pola memiliki arti sistem atau cara kerja, bentuk atau struktur yang tetap dimana pola itu sendiri bisa dikatakan sebagai contoh atau cetakan. Dalam sebuah komunikasi, dikenal pola-pola tertentu untuk manifestasi perilaku manusia dalam berkomunikasi. Istilah pola komunikasi sendiri biasa disebut sebagai model, yaitu sebuah sistem yang terdiri atas berbagai komponen-komponen yang berhubungan antar satu dengan yang lain untuk mencapai tujuan secara bersamaan. (Jeklin, 2019)

Pola Komunikasi merupakan merupakan bentuk penyampaian suatu pesan oleh komunikator kepada komunikan, untuk menyampaikan informasi bahkan untuk merubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung melalui media. pentingnya komunikasi tidak terbatas pada komunikasi personal tetapi juga dalam tataran komunikasi organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar dan berhasil begitu pula sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi, organisasi dapat macet dan berantakan. Hal ini terjadi ketika pemimpin organisasi yang sudah sibuk dengan urusan pribadi dan kurang berkomunikasi dengan anggotanya lagi, tentu organisasi tidak bisa berjalan dengan baik, karena anggotanya pula jadi tidak termotivasi untuk menjalankan organisasi tersebut jika pemimpinnya jadi kurang mengarahkan. Loyalitas kerja dapat dibangun melalui hubungan yang baik antara pemimpin dan anggotanya. Membangun hubungan saling percaya satu sama lain merupakan satu bentuk kompensasi yang sangat bermakna bagi anggota. (SUNARDI et al., 2019).

Interaksi manusia dalam kehidupan bermasyarakat pastinya tidak dapat dilepaskan dari komunikasi dimana komunikasi sendiri menjadi roh kehidupan bagi sebuah peradaban yang mana sejak kita bangun tidur sampai tertidur kembali secara kodrat selalu senantiasa terlibat dalam komunikasi. Mengingat perannya yang sangat penting dalam kehidupan manusia yang mana dengan kata lain kualitas hidup manusia dapat dilihat dari bagaimana pola komunikasi yang digunakannya.

Jika pola komunikasi yang digunakan baik, maka akan menciptakan komunikasi yang efektif (Astuti, 2022).

Komunikasi organisasi adalah suatu sistem atau wadah jaringan komunikasi antar individu yang keduanya saling bergantung dan berperan satu sama lain dalam lingkup organisasi. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi di suatu organisasi pada dasarnya adalah suatu kegiatan intern dan ekstern di dalam organisasi. Dalam lingkup organisasi komunikasi selalu dibutuhkan keberadaan setiap organisasinya, kegiatan saling berkomunikasi yang dikerjakan setiap personal dalam lingkup organisasi mempermudah keduanya untuk saling mengetahui harapan-harapan apa saja dari anggota organisasi lainnya. Kegiatan ini sangat baik untuk mempengaruhi kerja kinerja dan tingkah laku setiap anggota organisasi untuk menciptakan keseimbangan kinerja sebuah organisasi.

Apabila sebuah organisasi tidak bekerja sebagaimana mestinya, maka dapat menimbulkan dampak yang mengakibatkan komunikasi menjadi kurang baik dan tidak memenuhi fungsinya, seperti menimbulkan kesalahpahaman, menimbulkan kesalahan dalam menerima maupun memberikan informasi antar personal, memberikan kesan yang negatif, memicu konflik atau perselisihan dan dapat merenggangkan hubungan sosial. Oleh karena itu komunikasi yang baik sangatlah penting dalam menentukan maju mundurnya suatu organisasi maupun Perusahaan. (Klasinki & Aw, 2022)

Dalam organisasi ada beberapa pola yang biasa digunakan untuk berkomunikasi, menurut Joseph A. DeVito dan Stephen P. Robbins yang dikutip oleh Joseph A. DeVito dalam bukunya komunikasi antar manusia dan organization behavior yang menyatakan bahwa ada 5 pola komunikasi yang biasa digunakan dalam berkomunikasi, yakni: (DeVito, 1997: 264- 267). (Deshinta et al., 2020)

1. Pola Lingkaran Menurut Joseph A. DeVito dalam pola lingkaran semua anggota organisasi dapat berkomunikasi dengan yang lainnya, tidak mempunyai pemimpin serta setiap anggota bisa berkomunikasi dengan dua anggota lain di sisinya. Disisi lain menurut Stephen P. Robbins pola lingkaran adalah adanya interaksi pada setiap tiga tingkatan hirarki, namun tidak adanya interaksi lanjutan pada hirarki yang lebih tinggi. Misalnya komunikasi terjadi secara interaksi antar sesama bawahan dengan atasannya langsung (komunikasi berjenjang).
2. Pola Roda Menurut Joseph A. DeVito, pola roda disini memiliki pimpinan yang jelas, sehingga kekuatan pimpinan berada pada posisi sentral dan berpengaruh dalam proses penyampaian pesan yang mana semua informasi yang berjalan harus terlebih dahulu disampaikan kepada pimpinan. Sementara Stephen P. Robbins, pola roda merupakan sistem jaringan komunikasi yang menjadi semua laporan, instruksi, perintah kerja dan pengawasan terpusat satu orang yang memimpin. Dengan empat bawahan atau lebih dan tidak adanya komunikasi sesama bawahan yang lain
3. Pola Rantai Menurut Joseph A. DeVito, pola rantai ini titik memiliki pemimpin sama halnya pola lingkaran. Tetapi orang yang berada diposisi, tengah lebih berperan sebagai pemimpin daripada orang yang berada di posisi lain. Serta orang yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Sedangkan menurut Stephen P. Robbins, pola komunikasi rantai disini terdapat lima tingkatan dalam jenjang hirarkisnya dan hanya dikenal sebagai sistem komunikasi arus ke atas (upward) dan ke bawah (downward) begitu juga sebaliknya artinya model tersebut menganut hubungan komunikasi garis langsung (komando) baik ke atas atau ke bawah tanpa terjadi suatu penyimpangan.
4. Pola Bintang atau semua saluran Menurut Joseph A. DeVito, dalam pola ini semuanya anggota memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya dan setiap anggota lainnya memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum. Sedangkan menurut Stephen P. Robbins dalam pola ini semua tingkatan dalam jaringan ini dapat melakukan interaksi timbal balik tanpa melihat siapa yang menjadi tokoh sentralnya. Dan setiap staf / bawahan tidak dibatasi dan bebas melakukan interaksi dengan berbagai pihak / pimpinan atau sebaliknya.
5. Pola Y Menurut Joseph A. DeVito pola Y juga terdapat pimpinan yang jelas dan setiap anggota dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Menurut Stephen P. Robbins pola Y ini terdapat empat level jenjang hirarki, satu supervisor mempunyai dua bawahan dan dua atasan yang memungkinkan berbeda divisi atau departemen. Pola-pola yang telah disebutkan merupakan pola aliran informasi yang bisa digunakan dalam organisasi dan digunakan hanya untuk berkomunikasi secara internal, atau hanya dalam lingkup organisasi saja.

## 2. METODE

Metode yang di gunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dan jenis penelitiannya adalah analisis deskriptif dengan pendekatan studi kasus di anggap mampu

memandu dengan mendeskripsikan suatu makna, konsep, fenomena dan gejala yang bersifat alami menggunakan cara naratif. Secara sederhana dapat juga kita lihat penelitian kualitatif analisis deskriptif dengan cara menjelaskan dan mendeskripsikan atau menggambarkan data yang sudah di dapat terhadap fenomena yang peneliti ambil (Sidiq & Choiri, 2019)

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mendeskripsikan dan menjelaskan fenomena-fenomena yang ada di alam dan ergonomi, yang lebih memperhatikan karakteristik, kualitas dan keterkaitan antar kegiatan. Di luar itu, penelitian deskriptif tidak memberikan perlakuan, manipulasi, atau perubahan terhadap variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan kondisi apa adanya. Perlakuan yang diberikan hanyalah penelitian itu sendiri yang dilakukan melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. (Sukmadinata, 2012)

Penelitian kualitatif memiliki tujuan utama untuk memperoleh data yang mendalam dan kontekstual. (Sugiyono, 2017;224) Untuk mencapai tujuan tersebut, terdapat beberapa teknik pengumpulan data yang dapat digunakan, di antaranya:

1. Observasi Peneliti melakukan pengamatan langsung ke lokasi penelitian
2. Wawancara Mendalam
3. Dokumentasi Hasil Pengamatan

Teknik analisis yang digunakan selama penelitian adalah model analisis interaktif. Model ini memiliki tiga komponen: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Kegiatan ini berupa interaksi sistematis tiga komponen analisis sebagai berikut:

- 1) Reduksi Data adalah suatu metode yang digunakan peneliti ketika melakukan analisis, menekankan, memperpendek, memfokuskan, menghilangkan hal-hal yang tidak penting, dan mengorganisasikan data sedemikian rupa sehingga memungkinkan mereka menarik kesimpulan atau memperoleh hasil-hasil penting. Proses ini berlanjut hingga laporan akhir selesai dibuat. Dengan kata lain, data merupakan proses seleksi, interpretasi, kesederhanaan, dan abstraksi data secara kasar (Subandi, 2011)
- 2) Penyajian data agar dapat mempunyai gambaran yang jelas mengenai data secara keseluruhan dan pada akhirnya menarik kesimpulan, peneliti berusaha memahami data dan mengorganisasikannya menjadi suatu penyajian yang sesuai dan jelas untuk dipahami. Penyajian data oleh peneliti dilakukan dengan menyusun teks naratif atau eksplanasi singkat berdasarkan rangkuman hasil wawancara.
- 3) Kesimpulan penelitian ini diharapkan menjadi penemuan baru yang belum pernah terjadi sebelumnya. Kesimpulan ini dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal dan menghasilkan kesimpulan yang bersifat umum. Meskipun kesimpulan- kesimpulan ini diperlakukan secara luas dan tetap terbuka serta skeptis, kesimpulan- kesimpulan diberikan. Awalnya tidak jelas, tapi kemudian menjadi lebih detail dan berakar kuat. (Anggriawan, 2017)

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

Temuan penelitian kemudian akan dijelaskan seperti dengan bagaimana masalah dirumuskan dan tujuan penelitian yang telah ditetapkan. Berdasarkan diskusi dengan Joko Suprihartono supervisor finished goods, Mulyanta sebagai asisten manager, driver, dan staff administrasi. Berikut data data yang ditelah dikumpulkan.

Dalam melaksanakan penelitian terhadap Pola Komunikasi ini, penulis menggunakan landasan Teori Kendali Organisasi yang terdiri dari kendali sederhana, kendali teknis, kendali birokrasi, kendali konsertif. Dalam teori kendali organisasi,

masing-masing memiliki sub sistem saling pengaruh mengaruhi dengan lingkungan. Empat kendali dari teori kendali organisasi yang dikemukakan oleh Philip Tompkins, George Cheney, dan rekan-rekan mengemukakan pendekatan yang baru dan berguna terhadap komunikasi organisasi.

Pola komunikasi yang diciptakan untuk menjalin komunikasi yang sukses pada dasarnya penting dalam meningkatkan produktivitas karyawan. Wawancara dengan informan, seorang supervisor di bagian produk jadi, mengungkapkan bahwa supervisor tersebut menggunakan saluran komunikasi ke bawah.

Pola komunikasi dikaitkan dengan arah pesan (top-down atau bottom-up), sumber dan penerima pesan (anggota khusus), dan isi pesan (instruksi) yang menggambarkan unsur- unsur tersebut. Sedangkan tujuan utama komunikasi topdown adalah memberi nasihat, memberikan informasi, mengarahkan, memerintahkan, dan mengevaluasi bawahan dan memberikan informasi kepada seluruh anggota organisasi terkait tujuan dan kebijakan organisasi. Contohnya termasuk instruksi kerja, memo formal, pengarahan tentang kebijakan, prosedur, pedoman dan peraturan, penempatan atau sosialisasi di fasilitas organisasi, dan umpan balik kinerja karyawan

PT. Bando Indonesia mempraktikkan pola komunikasi dengan memberikan instruksi dan berbicara secara tatap muka baik kepada pimpinan maupun karyawan. Pemimpin juga harus memberikan contoh komunikasi yang baik kepada karyawannya. Merujuk dari hasil penelitian di atas, departemen finished goods menggunakan pola komunikasi Roda dan bintang dalam berkomunikasi di dalam organisasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa PT.Bando Indonesia terutama pada Department Finished Goods Pola Komunikasi yang digunakan terdapat 2 Pola Yaitu Pola Komunikasi Roda dan Pola Komunikasi Bintang.

1. Pola Komunikasi Roda dalam organisasi sangat diperlukan dan mencakup pesan- pesan yang berpusat pada pemimpin seperti Perusahaan, komunitas, dll. Pola komunikasi roda hendaknya diterapkan mengingat para anggota dalam organisasi menerima pesan dari pemimpin dan melaksanakan segala kegiatan yang diperlukan. Dimana pesan yang berpusat pada pemimpin seperti yang disampaikan oleh Pimpinan Supervisor Perusahaan PT.Bando Indonesia yaitu Joko Suprihartono

“setiap pagi kita lakukan briefing 10 menit sebelum bekerja ada masalah atau tidak dilapangan itu menjadi masukan terhadap kinerja yang ada dilapangan, jika terjadi masalah operator akan melaporkan kepada pengawas”

Berdasarkan Kutipan diatas, maka komunikasi yang dilakukan oleh departemen Finished goods berjalan dengan baik dan semestinya, dengan itu maka pimpinan mencoba untuk berkomunikasi kepada seluruh anggota yang ada didepartmen tersebut.

2. Pola Komunikasi Bintang adalah pola komunikasi yang berinteraksi dengan seluruh anggota yang terjadi dalam suatu organisasi ketika peneliti melakukan wawancara dengan informan di lapangan. Komunikasi dilakukan melalui grup, aktivitas, dan pertemuan WhatsApp, sehingga memudahkan semua orang mendapatkan informasi. Pola komunikasi bintang digunakan untuk komunikasi yang berlangsung dalam lingkup pekerjaan pada situasi tertentu di departemen barang jadi, dan pola bintang dalam komunikasi organisasi diterapkan untuk komunikasi di luar pekerjaan. Jika dalam lingkup pekerjaan, karyawan dapat langsung menyampaikan informasi atau berkomunikasi dengan manajer tanpa melalui pertemuan yang disponsori perusahaan, dan dalam beberapa kasus, pimpinan dapat melakukan inspeksi di tempat untuk memberikan informasi kepada karyawan. Seperti yang dikatakan oleh Ian Supriyatna selaku Driver Departement Finished Goods

“sebenarnya sudah tersistem aja dari pimpinan kita, manager, asisten managaer,

supervisor. Kalau kita driver perintah kerjanya dari asmen yang dilapangan, yang ngasih tau schedul kita hari ini apa gitu”

Untuk perintah kerja juga dilakukan secara langsung karena sudah ada SOP nya jika dilapangan ada asisten manager lapangan yang memberikan instruksi kerja. Jadi pola komunikasi Bintang yang bisa semua orang berinteraksi tanpa Batasan, baik atasan maupun bawahan dapat berinteraksi tanpa melalui perantara.

Untuk faktor faktor yang mendukung Loyalitas Perusahaan yaitu pertama dari loyalitas karyawan, analisis kenyamanan, dapat ditemukan pada peralatan kantor yang tepat, peralatan dan komponen yang tepat. Kenyamanan karyawan tentu timbul karena banyak pekerjaan yang selesai tepat waktu atau bahkan lebih cepat. namun, elemen ini memiliki unsur-unsur berikut: Selain itu, di kantor lain banyak peralatan yang rusak, pekerjaan terhenti, proses kerja melambat karena alat tertentu dan karyawan merasa tidak nyaman, jadi faktor tersebut sangat berpengaruh dengan kenyamanan itu.

“disini tiap tahunnya mengadakan santunan anak yatim, dan disediakan koperasi untuk kepentingan bersama. Terus juga tiap tahunnya selalu diberikan seragam dan Sepatu. Disini juga mba ada medical chekup secara rutin “

Bisa menjadi alasan kenapa karyawan dapat memiliki loyalitas yang tinggi terhadap Perusahaan dikarenakan Perusahaan juga memberikan banyak manfaat yang didapat serta membuat karyawan merasakan kenyamanan dan keuntungan yang didapat selama bekerja. Beberapa faktor mendukung loyalitas karyawan dan juga dapat berkontribusi terhadap retensi karyawan. Seperti yang kita lihat, banyak faktor yang mendukung manfaat tersebut, seperti pemeriksaan kesehatan rutin, pergantian seragam setahun sekali, dan adanya Koperasi untuk kesejahteraan bersama.

Dengan menggunakan cara perusahaan mau terbuka dalam menuntaskan permasalahan, terbuka dengan kritik, tetap menyampaikan kesempatan untuk karyawan dengan memberikan pandangan baru inovatif walau mungkin akan ada resiko yang terjadi, dari observasi yang dilakukan, ada beberapa faktor yang sangat baik dilakukan pada perusahaan PT.Bando Indonesia. sehingga diperlukan perusahaan PT.Bando Indonesia benar- benar dapat membuat dan menaikkan suatu loyalitas yang baik.

#### **4. KESIMPULAN**

Dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan dapat menaikkan loyalitas karyawan dengan menggunakan pola komunikasi roda dan pola komunikasi Bintang. Serta faktor yang mendukung loyalitas juga dapat menaikkan loyalitas karyawan. Pola komunikasi merupakan representasi dari proses komunikasi, yang memungkinkan ditemukannya pola komunikasi yang tepat dan praktis dengan menggunakan berbagai model komunikasi dan komponen komunikasi. Hal ini sesuai dengan temuan dari departemen finished goods, Dimana dalam proses komunikasi ditemukan pola komunikasi yang dianggap layak digunakan.

Pola komunikasi yang terjadi dalam organisasi produk jadi adalah yang berhubungan dengan lima unsur komunikasi: komunikator, pesan, medium, komunikan, dan efek (umpan balik). Hal ini diketahui berdasarkan wawancara dengan informan di lapangan, dan komunikasi produk akhir menggunakan pola komunikasi sehari-hari dan pola komunikasi roda untuk menyampaikan pesan dan informasi serta menjalin hubungan.

Selain itu departemenT finished goods Menggunakan pola bintang. Pola komunikasi bintang lebih efektif dalam mengatasi permasalahan yang ada di PT. ikat kepala indonesia. Karyawan merasa lebih nyaman dengan pola komunikasi ini karena mereka merasa lebih didengarkan, mendapat respon lebih cepat, dan lebih mampu mengungkapkan masalah dan idenya. Pola komunikasi yang baik memberikan kesempatan kepada karyawan untuk berpartisipasi aktif dalam pemecahan masalah dan memberikan kontribusi positif terhadap produktivitas dan kualitas kerja.

## 5. SARAN

Pemimpin harus lebih banyak memberikan contoh yang baik karena keberhasilan suatu Perusahaan itu dilihat dari cara pemimpin memimpin Perusahaan tersebut. Dan lebih banyaknya wadah untuk berkomunikasi agar karyawan juga dapat melakukan komunikasi secara terbuka

## 6. REFERENCES

- Anggriawan, F. (2017). Gaya Komunikasi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja Karyawan Pada PT. Perusahaan Listrik Negara (PLN) Persero Area Pelayanan Di Samarinda. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 5(4), 260–274.
- Astuti, D. I. (2022). Pola Komunikasi Organisasi Dalam Kecamatan Long Itam Kabupaten Kutai Barat. *EJournal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 52–66.
- Deshinta, O., Br Brahmana, A., & Sitepu, E. (2020). Pola Komunikasi Organisasi Dalam Peningkatan Kinerja Pegawai Di Kantor Lurah Gung Leto Kecamatan Kabanjahe. *Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 5, 96–104.
- Jeklin, A. (2019). Pengertian Dan Pola Komunikasi 2. July, 1–23.
- Klasinki, T., & Aw, S. (2022). Pola Komunikasi Organisasi Di Pt. Marcopolo Shipyard Batam. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(4). <https://doi.org/10.21831/lektur.v4i4.18540>
- Sidiq, U., & Choiri, M. M. (2019). Metode Penelitian Kualitatif di Bidang Pendidikan. *CV Nata Karya*.
- Subandi. (2011). Qualitative Description as one Method in Performing Arts Study. *Harmonia*, 19, 173–179.
- Sukmadinata. (2012). Mutiara Sharaswati, 2014 Peranan Orang Tua Dalam Mengarahkan Bakat Anak Tunarungu Jenjang SDLB di SLB Negeri Cicendo Bandung Universitas Pendidikan Indonesia | repository.upi.edu | perpustakaan.upi.edu. 220.
- SUNARDI, U. K., Sururuddin, S., Saputra, M. B., Fay, D. L., Harian, D. I., Manado, K., Fakhruddin, N. A. S., Tangkudung, J. P. M., & Lotulung, L. J. H. (2019). POLA KOMUNIKASI PEMIMPIN ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN MOTIVASI KERJA ANGGOTA DI LPM (LEMBAGA PERS MAHASISWA) INOVASI UNSRAT. *Jurnal Acta Diurna Komunikasi*, 8(3), 1–14. <http://repository.uinjambi.ac.id/2995/>