

---

**POLA KOMUNIKASI KOMUNITAS JARINGAN PENGUSAHA NASIONAL  
BANDUNG DALAM MEMPERTAHANKAN EKSISTENSINYA**

<sup>1)</sup>NAJMATUL FAUZIAH  
<sup>1.)</sup>Rajawali Citra Televisi Indonesia  
<sup>1)</sup> [najmatulfauziah7@gmail.com](mailto:najmatulfauziah7@gmail.com)

*ABSTRACT; Communities are generally formed because there are similarities, visions and missions shared by the people who join in it. Bandung City National Entrepreneur Network. Association of Entrepreneurs whose goal is to establish Japnas, to help the growth of the Indonesian economy, by defending our own products. Japnas Bandung was also established in 2018. This research is how the communication pattern of the Bandung National Entrepreneur Network community in maintaining its existence. This study uses a qualitative approach with a descriptive method. Data collection techniques using interviews, observation and documentation. In this study, the communication pattern used is one-way communication, namely the Japnas website, two-way WhatsApp group media, and multi-way communication occurs during face-to-face meetings such as annual events, Branch Deliberations, Annual Meetings, Break Fasting Together, Halal Bi Halal and Meetings. weekly/monthly. Communication activity in Japnas Bandung City uses descriptive communication, Prescriptive communication (Giving Instructions).*

*Keywords: Communication Pattern, Community, Japnas Bandung City*

**ABSTRAK; Komunitas pada umumnya terbentuk karena ada kesamaan, visi dan misi yang dimiliki para orang-orang yang bergabung didalamnya. Jaringan Pengusaha Nasional Kota Bandung. Perkumpulan Pengusaha yang Tujuan berdirinya Japnas, Membantu pertumbuhan perekonomian Indonesia, dengan Bela Beli Produk kita sendiri. Japnas kota Bandung pun berdiri pada tahun 2018. Penelitian ini Bagaimana pola komunikasi komunitas Jaringan Pengusaha Nasional kota Bandung dalam mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian menggunakan pola komunikasi yang digunakan adalah komunikasi satu arah yaitu *website* japnas , dua arah media *whatapps group*, dan komunikasi multi arah terjadi pada saat pertemuan tatap muka seperti acara tahunan, Musyawarah Cabang, Rapat Tahunan, Buka Puasa Bersama, halal bi halal dan Rapat mingguan/bulanan. Aktivitas komunikasi di Japnas Kota Bandung menggunakan komunikasi deskriptif, komunikasi Preskriptif (Memberi Petunjuk).**

*Kata kunci: Pola Komuniasi, Komunitas, Japnas Kota Bandung*

## Pendahuluan

Dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tidak komunikasi adalah bahagian dari kehidupan manusia. Tanpa kita sadari, Manusia sejak dilahirkan sudah berkomunikasi dengan lingkungannya. Komunikasi adalah hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok (Widjaja: 2008:1).

Menurut Mulyana (2010:108) mengatakan bahwa “*We Cannot not communicate*” yang artinya kita tidak dapat berkomunikasi. Setiap detik manusia melakukan kegiatan komunikasi. Cara berkomunikasi yang baik akan diperlukan dalam level komunikasi maupun, baik komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi massa dan lain sebagainya. Dilihat dari beberapa konteks komunikasi di atas, konteks komunikasi yang berhubungan atau sesuai dengan penelitian ini adalah komunikasi kelompok.

Komunikasi kelompok adalah sekumpulan orang yang memiliki tujuan Bersama, berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan Bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompoknya. (Mulyana:2008:74).

Komunikasi kelompok berfungsi dalam sejumlah hal yang akan menentukan atau memutuskan hasil-hasil yang dicapai kelompok. Seperti Komunitas dikota

Bandung Jaringan Pengusaha Nasional. Jaringan Pengusaha Nasional adalah penghimpun jaringan pengusaha nasional yang independen dan berkomitmen untuk memajukan serta mensejahterakan bangsa Indonesia. Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) meyakini perlu adanya perubahan paradigma ekonomi bangsa yang berbasis konsumsi menjadi bangsa berbasis produksi. Berangkat dari keyakinan tersebut, diperlukan sebuah jaringan atau komunitas pengusaha yang mampu bekerja sama meningkatkan daya saing, produksi dalam negeri serta mengelaborasi semua elemen kekuatan bangsa untuk bahu membahu menciptakan masyarakat yang mandiri berdaya saing tinggi dan bersama memperjuangkan kemakmuran Indonesia.

Komunitas/jaringan pengusaha Nasional berdiri pada 1 Mei 2015 dan mampu bekerja sama meningkatkan daya saing, produksi dalam negeri serta mengelaborasi semua elemen kekuatan bangsa untuk bahu membahu menciptakan masyarakat yang mandiri, berdaya saing tinggi dan bersama memperjuangkan kemakmuran Indonesia. ([www.Japnas.org](http://www.Japnas.org)) Diakses 10 Maret 2019. Jaringan Pengusaha Nasional memiliki cabang di seluruh Indonesia. Dan salah satunya Jaringan Pengusaha Nasional kota Bandung. Pada penelitian ini, peneliti akan meneliti Japnas kota Bandung baru berjalan pada awal 2018. Dalam

kelompok/komunitas banyak cara anggota untuk mempertahankan / menjaga eksistensinya (Kohesivitas kelompok).

Kohesi kelompok didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegah meninggalkan kelompok. Untuk menjaga eksistensinya Jaringan Pengusaha Nasional ini banyak melakukan kegiatan-kegiatan yang positif dan mengundang banyak orang diluar komunitas itu sendiri. Seperti saat pelaksanaan Musyawarah Cabang Japnas mengundang para media agar masyarakat/khalayak mengetahui keberadaan Japnas ini. Kegiatan lain yang dilakukan oleh Japnas yaitu mengadakan *workshop* atau seminar untuk pengusaha pemula atau UMKM. Tidak hanya itu, Japnas mengadakan kegiatan buka puasa Bersama anak yatim.

Organisasi atau komunitas memiliki pola komunikasi agar bisa mempertahankan eksistensinya seperti Japnas kota Bandung,. Pola Komunikasi adalah suatu bentuk arus penyampaian pesan yang biasanya telah menjadi sistem dalam sebuah kelompok atau organisasi yang dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kelompok atau organisasi tersebut. (Morissan, 2009:48) dalam Damayanti. Pola komunikasi memiliki jenis-jenisnya menurut Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss,

antara lain pola komunikasi satu arah, pola komunikasi dua arah dan pola komunikasi multi arah. Menurut Hammer, ada 2 pola komunikasi yang digunakan Japnas Kota Bandung yaitu Pola Roda yaitu untuk kegiatan Formal, sedangkan Pola komunikasi bintang untuk tidak formal. Untuk penelitian ini akan menguraikan bagaimana “Pola Komunikasi Komunitas Jaringan Pengusaha Kota Bandung dalam menjaga Eksistensinya”

### **Landasan Teori**

Sebagai suatu proses komunikasi mempunyai persamaan dengan bagaimana seseorang mengekspresikan perasaan, hal-hal yang berlawanan (kontradiktif) yang sama (selaras,serasi) serta meliputi proses menulis, mendengarkan, dan mempertukarkan informasi.

Menurut Bovee dan Thill dalam buku *Business Communication Today*, proses komunikasi terdiri atas enam tahap, yaitu: (Purwanto, 2010:12-13)

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan;Pengirim pesan harus menyiapkan ide atau gagasan apa yang ingin disampaikan kepada pihak lain atau audiens. Ide dapat diperoleh dari berbagai sumber yang terbentang luas di hadapan kita.
2. Pengirim Mengubah Ide Menjadi Suatu Pesan; Proses komunikasi, tidak semua ide dapat diterima atau

dimengerti dengan sempurna. Proses komunikasi dimulai dengan adanya ide dalam pikiran, yang lalu diubah ke dalam bentuk pesan-pesan dalam bentuk kata-kata, ekspresi wajah, dan sejenisnya. Agar ide dapat diterima dan dimengerti secara sempurna, pengirim pesan harus memperhatikan beberapa hal, subjek (apa yang disampaikan), maksud (tujuan), audiens, gaya personal, dan latar belakang budaya.

3. Pengirim Menyampaikan Pesan; Menyampaikan pesan melalui berbagai saluran yang ada kepada si penerima pesan. Saluran komunikasi yang digunakan untuk menyampaikan pesan terkadang relatif pendek, tetapi ada juga yang cukup panjang. Dalam menyampaikan suatu pesan, berbagai media komunikasi – media tulisan maupun lisan – dapat digunakan. Oleh karena itu, perlu diperhatikan jenis atau sifat pesan yang akan disampaikan.
4. Penerima Menerima Pesan; Komunikasi antara seseorang dengan orang lain akan terjadi, bila pengirim (komunikator) mengirimkan suatu pesan dan penerima (komunikan) menerima pesan tersebut.
5. Penerima Menafsirkan Pesan; Setelah penerima menerima pesan, tahap berikutnya adalah bagaimana ia dapat menafsirkan pesan. Suatu pesan yang

disampaikan pengirim harus mudah dimengerti dan tersimpan di dalam benak pikiran si penerima pesan.

6. Penerima member Tanggapan dan Umpan Balik ke Pengirim; Umpan balik (*feedback*) adalah penghubung akhir dalam suatu mata rantai komunikasi. Umpan balik tersebut merupakan tanggapan penerima pesan yang memungkinkan pengirim untuk menilai efektivitas suatu pesan. Setelah menerima pesan, komunikan akan member tanggapan dengan cara tertentu dan memberi sinyal terhadap pengirim pesan. Sinyal yang diberikan oleh penerima pesan beraneka macam, dapat berupa senyuman, tertawa, tanggapan dll.

Pola Komunikasi adalah suatu bentuk arus penyampaian pesan yang biasanya telah menjadi sistem dalam sebuah kelompok atau organisasi yang dapat berkembang sesuai dengan kebutuhan dan perkembangan kelompok atau organisasi tersebut. (Morissan, 2009:48) dalam Damayanti.

Menurut Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss tiga pola komunikasi dalam buku *Human Communication yang dikutip oleh Rohim* (2016,122).

1. Pola Komunikasi satu arah (oneway view of communication) adalah komunikator memberikan suatu rangsangan dan

komunikasikan melakukan tanggapan dan jawaban dengan tanpa mengadakan seleksi internal dan interpretasi.

2. Pola Komunikasi dua arah atau interaksional (two way traffic communication) yaitu proses komunikasi dimana penerima (receiver) melakukan seleksi, interpretasi dan memberikan tanggapan terhadap kiriman pesan dari pengirim pesan (sender). Komunikasi ini di pandang sebagai proses dua arah dimana setiap partisipan memiliki peran ganda pada saat berkomunikasi pada satu sisi seseorang bertindak sebagai komunikator namun pada saat yang sama ia juga menjadi seorang komunikasikan atau penerima pesan.
3. Pola Komunikasi multi arah yaitu proses komunikasi yang melihat peristiwa komunikasi sebagai proses pemahaman sebuah hubungan dalam konteks relationship diantara dua orang atau lebih. Pandangan ini menekankan bahwa semua perilaku adalah komunikatif dalam pengertian bahwa tidak ada satu peristiwa komunikasi yang tidak dapat dikomunikasikan.

Hammer mengatakan bahwa ada 5 pola komunikasi kelompok: (Indrawijaya, 2010: 71-72), yaitu ; (1). Pola Roda; Pada jaringan komunikasi model roda; seseorang biasanya pemimpin, menjadi focus perhatian. Ia dapat berhubungan dengan semua anggota kelompok, tetapi setiap anggota kelompok hanya bisa berhubungan

dengan pemimpinnya. Pola Roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang yang di posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya. (2). Pola Rantai; Pada jaringan komunikasi rantai; A dapat berkomunikasi dengan B, B dapat berkomunikasi dengan C, C dapat berkomunikasi dengan D. dan seperti itu seterusnya. (3). Pola Y; Pada Jaringan komunikasi Y, tiga orang anggota dapat berhubungan dengan orang-orang di sampingnya seperti pada pola rantai, tetapi ada dua orang yang hanya dapat berkomunikasi dengan hanya seseorang disampingnya. (4). Pola Lingkaran; Pada jaringan komunikasi lingkaran; setiap orang hanya dapat berkomunikasi dengan dua orang, di samping kiri dan kanannya. Dengan perkataan lain, dalam model ini tidak ada pemimpin. (5). Pola Bintang; Pada jaringan komunikasi bintang; disebut jaringan komunikasi semua saluran/all channel, setiap anggota sapat berkomunikasi dengan semua anggota kelompok yang lainnya.

Menurut kamus Bahasa Indonesia Eksistensi adalah keberadaan, kehadiran yang mengandung unsur bertahan. Sedangkan menurut Abidin Zaenal

(2007:16) Eksistensi adalah: dalam (Norfaidah, 2018:9)

“Eksistensi adalah suatu proses yang dinamis, suatu, menjadi atau mengada. Ini sesuai dengan asal kata eksistensi itu sendiri. Yakni *existeretidak* bersifat kaku dan terhenti, melainkan lentur atau kenyal dan mengalami perkembangan atau sebaliknya kemunduran, tergantung pada kemampuan dalam mengaktualisasikan potensi-potensinya.

Perumpamaan Eksistensi hampir sama dengan Kohesi kelompok yang didefinisikan sebagai kekuatan yang mendorong anggota kelompok untuk tetap tinggal dalam kelompok, dan mencegah meninggalkan kelompok. McDavid dan Harari (dalam Jalaluddin Rakmat, 2004) menyarankan bahwa kohesi diukur dari beberapa faktor sebagai berikut: (Ngalimun, 2017: 80-81), yaitu ; (1). Ketertarikan anggota pada kegiatan dan fungsi kelompok. (2). Sejauh mana anggota tertarik pada kelompok sebagai alat untuk memuaskan kebutuhan personal.

Kohesi kelompok erat hubungannya dengan kepuasan anggota kelompok, makin kohesif kelompok makin besar tingkat kepuasan anggota kelompok. Dalam kelompok kohesif, anggota merasa aman dan terlindungi, sehingga komunikasi menjadi bebas, lebih terbuka, dan lebih sering. Pada kelompok yang kohesifnya tinggi, para anggota terikat kuat dengan

kelompoknya. Makin kohesif kelompok, makin mudah anggota-anggotanya tunduk pada norma kelompok, dan makin tidak toleran pada anggota yang devian.

Komunitas adalah istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari pada berbagai kalangan. Seperti halnya kebanyakan istilah yang populer, maknanya pun bisa beragam bergantung pada konteks kalimatnya. (Iriantara, 2007:21) dalam Damayanti.

Menurut Montagu dan Matson dalam Kusumastuti 6-7 terdapat Sembilan konsep komunitas yang baik yakni:

- a. Setiap anggota komunitas berinteraksi berdasar hubungan pribadi dan hubungan kelompok;
- b. Komunitas memiliki kewenangan dan kemampuan mengelola kepentingannya secara bertanggungjawab;
- c. Memiliki vialibitas, yaitu kemampuan memecahkan masalah sendiri;
- d. Pemerataan distribusi kekuasaan;
- e. Setiap anggota memiliki kesempatan yang sama untuk berpartisipasi demi kepentingan bersama;
- f. Komunitas memberi makna pada anggota;
- g. Adanya heterogenitas dan beda pendapat;
- h. Pelayanan masyarakat ditempatkan sedekat dan secepat kepada yang berkepentingan;
- i. Adanya konflik dan managing conflict. Sedang untuk melengkapi sebuah komunitas yang baik.

## Metode Riset

Paradigma menurut Bogdan dan Biklen dalam Moleong (2009:49), adalah kumpulan longgar dari sejumlah asumsi yang dipegang bersama, konsep atau proporsi yang mengarahkan cara berpikir dan penelitian.

Berdasarkan definisi Kuhn tersebut, Harmon (1970) dalam Moleong (2009:49-50) mendefinisikan “Paradigma” sebagai cara mendasar untuk mempersepsi, berpikir, menilai dan melakukan yang berkaitan dengan sesuatu secara khusus tentang visi realitas.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan Paradigma Konstruktivis Menurut Ardianto dalam Dahmayanti (2018:36), Paradigma konstruktivis adalah pandangan bahwa bahasa tidak hanya dilihat sebagai alat untuk memahami realitas objektif belaka dan dipisahkan dari subjek sebagai faktor sentral dalam kegiatan komunikasi serta hubungan-hubungan sosialnya.

Penulis menggunakan metode Deskriptif. Dengan jenis pendekatan Kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Creswell (2008) dalam (Semiawan, 2017:7) suatu pendekatan atau penelusuran untuk mengeksplorasi dan memahami suatu gejala *sentral*. Gejala sentral ini peneliti mewawancarai peserta penelitian atau partisipan dengan mengajukan pertanyaan. Informasi yang disampaikan oleh partisipan

dikumpulkan, Data yang di dapat dianalisis. Hasil analisis berupa penggambaran atau deskripsi atau deskriptif. Menggunakan metode 4kualitatif dengan Jenis deskriptif dijelaskan bahwa suatu metode meneliti status sekelompok manusia, suatu objek, suatu set kondisi, suatu sistem pemikiran, ataupun suatu kelas peristiwa pada masa sekarang. Penelitian deskriptif hanya memaparkan suatu situasi atau peristiwa.

Subjek penelitian adalah sesuatu, baik orang ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaanya akan diteliti. Dengan kata lain subjek penelitian adalah sesuatu yang didalam dirinya melekat atau terkandung objek penelitian.

Pemilihan Informan pada penelitian ini menggunakan metode NonProbabilitas. Nonprobalitas adalah sampel tidak melalui teknik random (acak). Di sini semua anggota populasi belum tentu memiliki peluang yang sama untuk dipilih menjadi sampel, disebabkan pertimbangan-pertimbangan tertentu oleh periset. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan *Purposive Sampling*. Teknik ini mencakup orang-orang yang diseleksi atas dasar kriteria-kriteria tertentu yang dibuat periset berdasarkan tujuan riset. Sedangkan orang-orang dalam populasi yang tidak sesuai dengan kriteria tersebut tidak dijadikan sampel. (Kriyantono, 2010: 158)

Pada pendekatan kualitatif ini, penulis menggunakan Teknik

pengumpulan data untuk melakukan penelitian Pola Komunikasi Japnas Kota Bandung ini. Data Primer ini berupa teks hasil wawancara dan diperoleh melalui wawancara dengan informan yang sedang dijadikan sampel dalam penelitian.

Observasi adalah melakukan pengamatan, pencatatan secara sistematis kejadian-kejadian, perilaku, obyek-obyek yang dilihat dan hal lain yang diperlukan dalam mendukung penelitian yang sedang dilakukan.

Teknik pengumpulan dalam penelitian kualitatif dengan menggunakan observasi digunakan untuk mengumpulkan informasi atau data yang berhubungan dengan ruang (tempat), pelaku, kegiatan, objek, perbuatan, kejadian atau peristiwa, waktu, dan perasaan. Salah satu peranan pokok dalam melakukan observasi adalah untuk menemukan interaksi yang kompleks dengan latar belakang sosial yang alami. (Iskandar, 2009: 121-122)

Wawancara adalah teknik pengumpulan data kualitatif dengan menggunakan instrument yaitu pedoman wawancara. Wawancara dengan mendalam dilakukan dalam konteks observasi partisipasi dimana peneliti terlibat secara intensif dengan setting penelitian terutama keterlibatan dengan subjek penelitian. Mc Milan & Schumacher (2001) dalam Satori (2009) wawancara mendalam merupakan Tanya jawab yang terbuka untuk

memperoleh data tentang maksud hati partisipan yang bagaimana menggambarkan kejadian-kejadian, atau fenomena-fenomena yang berhubungan dengan setting penelitian. Dengan cara dialog antara peneliti sebagai pewawancara dengan informan. (Iskandar, 2009:129-130)

Melakukan wawancara dengan mendalam dengan Key Informan Komunitas Japnas tentang Pola Komunikasi Komunitas Japnas Kota Bandung dalam Menjaga Eksistensinya.

Data sekunder berupa data-data yang sudah tersedia dan dapat diperoleh oleh peneliti dengan cara membaca, melihat atau mendengarkan. Termasuk dalam kategori data tersebut adalah: (Iskandar,2009:119), yaitu (1). Data dalam bentuk teks: Dokumen, pengumuman, surat-surat. (2). Data bentuk gambar: Foto atau video (3). Data Statistik

Analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil pengamatan (observasi), wawancara, catatan lapangan, dan studi dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data kesintesis, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan mana yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. (Iskandar, 138-142)

Dalam menganalisis data penelitian ini, peneliti menggunakan Analisis Model Miles dan Huberman, yaitu (1). Reduksi Data; Proses pengumpulan data penelitian, seorang peneliti dapat menemukan kapan saja waktu untuk mendapatkan data yang banyak, apabila peneliti mampu menerapkan metode observasi, wawancara atau dari berbagai dokumen yang berhubungan dengan subjek yang diteliti. Selama proses reduksi data peneliti dapat meringkas, mengkode, menemukan tema, reduksi data langsung saat terjadinya di lapangan. Reduksi data juga analisis yang menajamkan untuk mengorganisasikan data, dengan itu kesimpulannya dapat diverifikasi untuk dijadikan temuan penelitian terhadap masalah yang diteliti. (2). Display Data atau Penyajian Data; Penyajian data kepada yang telah diperoleh ke dalam sejumlah matriks atau daftar kategori setiap data yang di dapat, penyajian data biasanya digunakan berbentuk teks naratif. (3). Kesimpulan/Verifikasi; Kesimpulan merupakan analisis lanjutan dari reduksi data, dan display data sehingga data dapat disimpulkan, dan peneliti masih berpeluang untuk menerima masukan. Setelah hasil penelitian telah diuji kebenarannya, maka peneliti dapat menarik kesimpulan dalam bentuk deskriptif sebagai laporan penelitian.

Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan yaitu teknik triangulasi sumber. Menurut Denzin (1978) dalam (Tohirin, 2013: 73) menjelaskan ada 4 macam triangulasi dalam penelitian kualitatif. Pada penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber memiliki caranya antara lain:

1. Membandingkan data hasil pengamatan dengan data hasil wawancara
2. Membandingkan apa yang dikatakan orang di depan umum dengan apa yang dikatakannya secara pribadi.
3. Membandingkan apa yang dikatakan orang tentang situasi penelitian dengan apa yang dikatakannya sepanjang waktu.
4. Membandingkan keadaan dan perspektif seseorang dengan berbagai pendapat dan pandangan orang seperti rakyat biasa, orang yang berpendidikan rendah, menengah dan tinggi.
5. Membandingkan hasil wawancara dengan isi suatu dokumen yang berkaitan.

### **Hasil Penelitian Dan Pembahasan**

Penelitian terhadap komunitas Jaringan Pengusaha Nasional (Japnas) kota Bandung dilakukan dari bulan Maret sampai Juli 2018 dengan melakukan riset-riset pada situs resmi (*website*), jejaring sosial (*social media*), dokumentasi pribadi dan para anggota dan juga mewawancarai

beberapa narasumber dari komunitas Japnas ini. Jaringan Nasional pengusaha atau Japnas adalah penghimpunan jaringan pengusaha nasional yang independen dan berkomitmen untuk memajukan serta mensejahterakan bangsa Indonesia. Japnas didirikan pertama kali pada tahun 2018 khususnya kota Bandung. Japnas meyakini perlu adanya perubahan paradigma ekonomi bangsa yang berbasis konsumsi menjadi bangsa berbasis produksi. Berangkat dari keyakinan tersebut, diperlukan sebuah jaringan pengusaha yang mampu bekerjasama meningkatkan daya saing, produksi dalam negeri serta mengelaborasi semua elemen kekuatan bangsa untuk bahu membahu menciptakan masyarakat yang mandiri, berdaya saing tinggi dan bersama memperjuangkan kemakmuran Indonesia.

Dalam menjalankan kegiatan yang ada dalam komunitas. Pengurus dan anggota japnas memanfaatkan teknologi yang saat ini sudah canggih. Untuk membahas sesuatu tidak harus dengan tatap muka. Website dan media sosial sangat bermanfaat dan membantu komunitas ini untuk berkomunikasi.

*Website* Japnas, membuat informasi mengenai sejarah berdirinya komunitas, data dan kegiatan-kegiatan yang sudah dilakukan dan akan dilakukan. Untuk Japnas pusat sudah menggunakan

pendaftaran secara online untuk menjadi anggota, namun untuk kota Bandung sendiri masih melalui manual.

1. Media Sosial yang digunakan adalah Instagram dengan nama Japnas Bandung dengan memiliki 941 pengikut. diakses pada 02 Agustus 2019;
  - Selain Website dan media sosial, komunitas Japnas juga mengandalkan Whatapps Group sebagai tempat atau wadah untuk berkomunikasi antar anggota dan pengurus juga. Dalam komunitas Japnas kota bandung memiliki 3 group, yaitu (1). Anggota Japnas Kota Bandung. (2). Pengurus Japnas. (3). Japnas Bisnis Center (JBC)

Kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas dibagi menjadi dua kategori rutin dan non rutin. Untuk kegiatan rutin ada Musyawarah Cabang, Rapat Kerja, Buka Puasa dan Halal Bi Halal. Untuk non rutin biasanya anggota melakukan kopi darat atau acara silaturahmi bagi yang bisa menghadiri.

Komunitas ini juga terbentuk kelompok kecil yang terencana yaitu Japnas Bisnis Center. Dan untuk kedepannya rencana Japnas akan dibentuk koperasi yang bertujuan membantu pengusaha-pengusaha local berada dalam satu aplikasi dan bias menjual produk dengan aplikasi tersebut. namun itu belum terlaksanan tapi sedang dibicarakan.

Setiap orang yang menjadi anggota komunitas Japnas ini memiliki proses yang berbeda dan akhirnya menjadi anggota komunitas ini. Ada yang terdaftar dari awal dibentuknya komunitas dan ada yang melalui registrasi setelah beberapa lama komunitas Japnas ini berjalan.

Pada awal berdirinya Japnas dikota Bandung pada tahun 2018, Bapak Dendi selaku Ketua menghimbau para anggota yang sudah di tetapkan menjadi pengurus Japnas pada acara Muscab (Musyawarah Cabang).

Melalui penelitian yang dilakukan, diketahui bahwa Ketua komunitas Japnas Bapak Dendy adalah sosok sukses dibentuknya Japnas di Kota Bandung.

Bapak Dendy A Buldanyah memiliki pengalaman yang baik dalam dunia bisnis atau lingkungan pengusaha. Beliau mendalami bisnis Industri Kontraktor dari tahun 2013. Atas pengalaman tersebut, beliau ditunjuk oleh Kadin menjadi ketua Japnas, yang kemudian mengajak beberapa teman-teman pengusahanya untuk bergabung di komunitas Japnas Kota Bandung ini.

Melalui Komunikasi tatap muka dan melalui media sosial, komunikasi terjalin antara sesama pengurus dan para anggota Japnas Kota Bandung. Adanya wadah komunitas ini sangat membantu silaturahmi

dan saling membantu para pengusaha yang ada di Bandung.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan bahwa sarana komunikasi yang digunakan adalah melalui media social seperti Whatsapp (WA), Instagram (IG).

Fungsi Instagram sendiri adalah memberikan informasi atau kegiatan kegiatan Japnas saat ini. Namun untuk komunikasi intens seperti ada rapat mingguan, atau membahas ada undangan dari komunitas lain siapa yang bias mewakili itu melalui whatapps. Ibu lina mengatakan untuk hambatan komunikasi ada, hambatan fisik, tidak semua bisa hadir saat terjadi tatap muka, dan absen melalui whatapps group. Selain itu di dalam group tidak semua yang respon kadang kita kita chat secara personal.

Pada komunitas ini, komunikasi tatap muka biasanya dilakukan pada waktu pertemuan kegiatan yang sedang dilakukan, kegiatan rutin ataupun kegiatan non rutin. Kopdar adalah salah satu kegiatan non rutin pada Japnas kegiatan ini tidak terjadwal dan informal, karena hanya melibatkan sedikit anggota yang hadir.

Komunitas ini terbentuk karena sesama pembisnis atau pengusaha lokal bandung yang bertujuan ingin membangun dan memajukan ekonomi lokal. Salah

satunya mengubah pola paradigma ekonomi yang konsumsi menjadi produksi.

Kopi Darat atau sering disebut kopdar sering menjadi ajang ngumpul-ngumpul untuk beberapa anggota jpnas kota bandung

Pada komunitas Jpnas ini melakukan beberapa pertemuan rutin komunikasi tatap muka. Jpnas melakukan tatap muka rutin mingguan dan bulanan.

Setiap komunitas pasti memiliki macam-macam kegiatan atau program yang dijalankan, seperti kegiatan rutin atau non-rutin. Kegiatan Jpnas ini dilakukan dengan komunikasi tatap muka. Berikut adalah kegiatan-kegiatan yang dilakukan oleh komunitas Jpnas:

Kegiatan rutin adalah kegiatan yang selalu diadakan atau diselenggarakan oleh komunitas jpnas ini. Biasanya kegiatan rutin dilaksanakan dengan waktu dan momennya. Menurut Bapak Adderi ada beberapa kegiatan yang rutin di laksanakan yaitu Musyawarah Cabang, Rapat Kerja, Buka Puasa dan Halal Bihalal.

a. Musyawarah Cabang; Musyawarah Cabang kota Bandung adalah forum tertinggi yang diselenggarakan oleh pengurus cabang. Muscab ini diselenggarakan setiap 5 tahun sekali. Biasanya Muscab dihadiri oleh

anggota komunitas atau perkumpulan cabang. Hal-hal yang diputuskan dalam musyawarah cabang ini penetapan ketua umum untuk cabang dan penetapan peraturan internal cabang kota Bandung. Tata cara pemilihan ketua umum pengurus cabang dilaksanakan melalui proses uji kelayakan.

- b. Rapat kerja ; Rapat kerja diselenggarakan satu tahun sekali. Rapat kerja ini sebagai bentuk pertemuan rutin dan juga sekalian silaturahmi.
- c. Buka Puasa Bersama  
Mengadakan buka puasa bersama hal biasa dilakukan oleh suatu kelompok dan komunitas, acara ini seperti ajang reuni ataupun silaturahmi antar sesama anggota. Begitupun juga Jpnas kota Bandung melakukan buka puasa bersama setiap tahunnya Buka Puasa bersama akan rutin di adakan setiap tahunnya.
- d. Halal Bi Halal ; Halal Bi Halal momentum silaturahmi tahunan yang diselenggarakan sesudah Hari Raya Idul Fitri. Kegiatan ini bertujuan untuk silaturahmi dan bermaaf-maafan sesama para anggota Jpnas Kota Bandung.

Kegiatan non-rutin adalah kegiatan yang dilakukan tanpa memiliki jadwal khusus. Biasanya kegiatan ini muncul sesuai dengan situasi dan koordinasi disekitar, atau faktor lain. Kegiatan ini juga dilakukan dengan komunikasi tatap muka. misalnya seperti beberapa contoh, misalnya Kopi Darat ; Merupakan menjalin silaturahmi dan juga berbagi pengalaman sesama anggota jpnas. Banyak manfaat yang bisa di ambil anggota jpnas saat berkumpul, walaupun terlihat sekedar ngumpul-ngumpul, tapi ada informasi-informasi baru.

Kelompok kecil didalam kelompok besar biasanya dapat terjadi dengan di sengaja atau secara alamiah. Namun di dalam komunitas Jpnas ini kelompok kecil sengaja dibentuk untuk menjalankan salah satu rencana tugas jpnas sendiri yaitu Jpnas Bisnis Center.

Proses komunikasi Jpnas dalam kelompok kecil: (1). Adanya ide-ide untuk membentuk kegiatan dari JBC ini. (2). Dilakukan komunikasi tatap muka untuk musyawarah tentang ide-ide tersebut. (3). Ketua Jpnas menyampaikan ide-ide teman-teman dan di rangkum menjadi muncul ide seperti workshop, seminar dll (4). Para anggota menerima pesan atau informasi tersebut dan disupport. (5). JBC wadah untuk membantu para pengusaha baru atau muda (6). Feedback, banyak

masyarakat yang mengikuti event atau workshop yang di adakan oleh Jpnas.

Jpnas Bisnis center adalah tempat atau wadah untuk mengembangkan atau membesarkan bisnis para anggota jpnas yang bergabung maupun yang mau bergabung. JBC ini sebagai Inkubator bisnis dimana proses dukungan yang dilakukan untuk membantu keberhasilan pengembangan starup atau para calon pengusaha. Maka dari itu JBC melalukan event-event,workshop atau seminar kepada masyarakat yang membutuhkan ilmu bisnis dan pengalaman dari para pengusaha-pengusaha yang sukses di Jpnas Kota Bandung.

### **Pembahasan**

Menurut Bovee dan Thill dalam buku Business Communication Today, proses komunikasi ada enam tahap yaitu:

1. Pengirim mempunyai suatu ide atau gagasan; Setelah berdirinya Jpnas Kota Bandung, Banyak anggota yang memiliki ide-ide unik untuk mengembangkan Jpnas Bandung.
2. Pengirim Mengubah Ide menjadi suatu pesan; Komunikasi tatap muka yang dilakukan, membahas ide-ide yang creative dan unik untuk Jpnas.
3. Pengirim menyampaikan pesan; Pada saat pertemuan tatap muka, Ide muncul dari ketua dan bermunculan banyak hal

yang akan dilakukan jpnas dengan tujuan menjalankan tujuan “Bela beli produk lokal” yang memiliki nilai unik di komunitas ini.

4. Penerima Menerima Pesan; Dari beberapa kali dilakukan pertemuan oleh Pengurus dan anggota. Hal positif yang akan dilakukan yang memiliki tujuan yang baik untuk perekonomian kota bandung adalah Jpnas Bisnis Center dan Koperasi.
5. Penerima Menafsirkan Pesan; Terpilihnya ide Jpnas Bisnis Center dan Koperasi, lalu di jelaskan manfaat, tujuan dan target dari Jpnas Bisnis Center dan Koperasi tersebut.
6. Penerima Member tanggapan dan umpan balik ke pengirim; Tanggapan dari anggota setuju. JBC melakukan beberapa event atau workshop untuk kalangan pengusaha muda dan starup.

Dalam berkomunikasi, para anggota Jpnas kota Bandung menggunakan pola komunikasi menurut , Stewart L Tubbs dan Sylvia Moss yang terdiri dari:

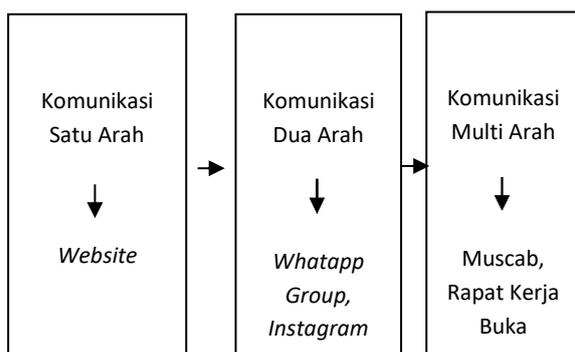
1. Pola komunikasi satu arah; pola ini, para pengurus Jpnas Kota Bandung menggunakan media sosial dalam memberikan informasi seputar kegiatan-kegiatan yang akan dilaksanakan melalui *Website*. Komunikasi ini bersifat satu arah

karena tidak ada feedback yang bisa dilakukan oleh penerima. Hanya menerima informasi saja.

2. Pola komunikasi dua arah ; Komunikasi yang dilakukan pengurus sebagai komunikator memberikan informasi-informasi yang ada. Informasi biasanya disampaikan melalui group *whatsapp* atau *instagram*. Dimana melalui media sosial ini pengurus mendapatkan feedback dari anggota umum Jpnas ini. Khusus group *whatsapp* informasi ada yang formal maupun informal. Seperti promo usaha-usaha anggota, bantuan sosial, ataupun informasi diluar pembahasan jpnas. Diskusi yang dilakukan dan sehingga mendapatkan hasil dengan nada nya komunikasi dua arah atau bisa terjadi *feedback*.
3. Pola komunikasi multi arah; Komunikasi disini terjadi antar anggota pada saat tatap muka, seperti Musyawarah cabang, Rapat kerja, Buka Puasa bersama ataupun Halal bi Halal. Yakni mengemukakan pendapat mengenai kegiatan-kegiatan yang sudah dan akan dijalankan, yang tertulis di AD/ART Jpnas kota bandung. Komunikasi multi arah yang paling di lakukan, karena kalau membahas sesuatu langsung

bertatap dengan orang, sehingga mengurangi adanya kesalahpahaman dalam berkomunikasi.

Berikut adalah bagan pola komunikasi yang dilakukan oleh komunitas Japnas Kota Bandung.



Di sisi lain, pola komunikasi yang digunakan oleh Japnas Kota Bandung yaitu: (1). Pola Komunikasi Roda; Pola komunikasi roda digunakan pada saat kegiatan tatap muka yang bersifat formal dan juga struktural dimana adanya pemimpin yang jelas dan anggota yang jelas. Seperti kegiatan rutin yang dilakukan jelas dan terarah. Musyawarah Cabang, Rapat Tahunan, Buka Puasa Bersama. Namun media sosial Instagram bisa berlaku pada pola roda juga, Hal itu dikarenakan dalam proses penyampaian informasi untuk media sosial *Instagram* dikoordinasikan oleh pemimpin atau ketua Japnas sendiri. Informasi yang disampaikan berupa pengumuman kegiatan atau event-event. (2). Pola Komunikasi Bintang; Pola Komunikasi bintang digunakan saat

kegiatan informal atau tidak resmi. Keadaan yang berlaku pada saat pola ini adalah saat santai dan tidak memandang struktur dalam komunitas. Biasanya kegiatan yang dilakukan Japnas yaitu Kopi darat. Saling silaturahmi antar anggota, tanpa adanya pembahasan yang secara structural tentang komunitas. Kopi darat waktunya menborol santai. Selain itu, kopi darat dilakukan saat anggota Japnas ada yang buka stand usahanya atau *launching* produk. Disitu ajang pertemuan santai terjadi.

Media komunikasi yang digunakan : (1). Tatap Muka; Japnas atau Jaringan Pengusaha Nasional Kota Bandung sering mengadakan tatap muka langsung atau **face to face**. Dengan bertemu langsung merupakan cara untuk menjalin silaturahmi dan rasa persaudaraan antar anggota. Apalagi kalau akan ada kegiatan seperti Rapat tahunan, buka puasa Bersama. Pertemuan tatap muka pun akan lebih sering atau *intens*. (2). Whatapps Group; Untuk komunikasi melalui media whatapps group sering juga dilakukan, Dari pembahasan yang penting untuk kebutuhan komunitas japnas sendiri sampai kebutuhan pribadi. Maksudnya, beberapa anggota menggunakan group sebagai tempat atau wadah berbagi informasi diluar kepentingan japnas promosi usaha atau

mengadakan event diluar jpnas itu sendiri. (3). Media Sosial ; Media Sosial seperti Instagram adalah media yang bisa di akses oleh semua orang. Untuk Instagram Jpnas kota bandung berisikan informasi dan *quote-quote* tentang suksesnya menjadi pengusaha. Untuk membangun eksistensinya melalui media social jpnas juga berperan penting agar di ketahui oleh khalayak. (4). Spanduk; Untuk media spanduk digunakan oleh Jpnas saat akan melakukan event atau kegiatan yang besar. Seperti Musyawarah Cabang, *Event* atau *workshop* yang di adakan oleh Jpnas untuk Masyarakat atau starup pengusaha.

Suatu komunitas dapat membentuk dan mempertahankan eksistensinya dengan melakukan komunikasi yang baik kepada pengurus dan anggota komunitas. Menurut McDavid dan Harari menjelaskan ada beberapa faktor yang bisa mempertahankan eksistensi suatu komunitas, disajikan pada table berikut ini :

Jenis Faktor	Deskripsi
1. Ketertarikan Kegiatan	Dengan melakukan kegiatan seperti workshop,seminar atau event-event yang bermanfaat untuk pengusaha yang sudah bergabung dan para calon pengusaha.

	Membuat mereka di anggap ada dan di hargai dalam komunitas ini. Sehingga mereka aktif dengan adanya event yang di adakan oleh Jpnas.
2.Kepuasan Tersendiri	Saat adanya acara atau <i>event</i> pengurus menunjuk beberapa anggota bertanggung jawab dalam acara tersebut. Seperti bapak Bonn Memiliki latar belakang usaha event organaizer. Dia diberi amanah oleh pengurus untuk mencari panti asuhan yang akan di undang pada acara buka puasa pada bulan mei 2019 yang lalu.

Beberapa faktor yang bisa mempertahankan Eksistensi Jpnas: (1). Ketertarikan kegiatan; Dengan membentuk sebuah komunitas atau kelompok, pasti ada tujuannya bagi para anggota nya nanti dan masyarakat. Untuk membuat komunitas ini berkembang dan aktif tidak hanya pengurus tetapi juga dengan anggota akan membuat

terobosan-terobosan baru agar anggota tetap bertahan, nyaman dalam sebuah komunitas dan juga dikenal sama masyarakat. Japnas kota Bandung memiliki anggota-anggota yang sudah profesional dalam bidang masing-masing, banyak sekali ide yang bermunculan untuk tetap eksis di lingkungan komunitas-komunitas yang bagus di kota Bandung. Seperti mengadakan workshop dan seminar untuk para pengusaha starup dan baru memulai usaha. Japnas membuka tempat saat event itu berlangsung untuk belajar dan konsultasi tentang bisnis dan usaha. Selain itu tidak kalah juga, para anggota juga di buka forum silaturahmi yang formal dan non formal untuk tetap *keep contact* dengan sesama anggota. (2). Kepuasan Tersendiri; Japnas kota Bandung sering mengadakan event-event untuk calon pengusaha dan pengusaha yang sudah tergabung dengan Japnas. Dengan berbagai latar belakang pengusaha, Japnas sangat terbantu saat ada acara internal dilakukan seperti Rapat kerja tahunan, buka puasa bersama dll.

## Simpulan Dan Saran

### Simpulan

Sebagai tahap akhir dalam penyusunan skripsi tentang “Pola Komunikasi Jaringan Pengusaha Nasional (JAPNAS) kota Bandung dalam mempertahankan eksistensinya. Peneliti membuat beberapa kesimpulan terhadap hal-hal yang telah diteliti pada komunitas Japnas Kota Bandung, yaitu:

1. Komunitas Japnas terbentuk atas sesama pengusaha kota bandung.
2. Tujuan dibentuknya komunitas ini adalah Bela beli produk lokal. Memajukan ekonomi lokal.
3. Proses Komunikasi di komunitas ini, beberapa anggota memiliki ide pengembangan Japnas Kota Bandung, lalu melakukan musyawarah, penyampaian pesan. Pesan di terima, terbentuk lah sebuah kelompok kecil yaitu Japnas Bisnis center dan koperasi yang akan di jalankan. Dengan tujuan “Bela Beli Produk Lokal”.
4. Pola Komunikasi yang dilakukan pengurus dan anggotanya, yaitu komunikasi satu arah, komunikasi dua arah dan multi arah dengan menggunakan media social dan tatap muka juga. Komunikasi yang efektif digunakan adalah komunikasi multi arah. Yaitu saat terjadinya pertemuan

seperti meeting , sehingga disana tidak ada terjadi *miss* komunikasi, kalau adapun langsung dikonformasi saat itu juga.

5. Bentuk komunikasi yang digunakan oleh para anggota, yaitu yaitu dekriptif dan preskriptif. Wadah informasi yang digunakan adalah website resmi Japnas, dan untuk komunikasi menggunakan media social: Whatapps (WA), dan Instagram. Peluang besar untuk komunikasi intens atau rutin, komunitas Japnas menggunakan WA Grup yang di bagi kedala beberapa bagian, yakni Japnas Bisnis Center (JBC), Anggota Japnas Bandung.
6. Untuk mempertahankan eksistensinya Japnas support satu sama lain komunitas yang ada di Bandung, melakukan event-event seperti workshop dan seminar untuk para calon pengusaha dan pengusaha starup.

#### **Saran-saran**

Peneliti memberikan saran, yaitu: (1). Bagi mahasiswa fakultas Ilmu Komunikasi, khususnya dibidang Public Relations, penelitian ini adalah sebagai upaya untuk melihat pola komunikasi yang ada didalam komunitas. Serta melihat bagaimana keberhasilan didalam komunikasi tersebut melalui pengaruh seorang pemimpin. (2). Seorang pemimpin

harus mempunyai dasar komunikasi yang kuat dan baik sehingga dapat memberikan pengaruh yang positif kepada para anggotanya. (3). Media social yang digunakan lebih baik di tambah seperti facebook atau twitter. Dan untuk media social yang digunakan saat ini Instagram dan digunakan lebih aktif lagi. Agar menarik para pengusaha baru untuk bergabung dengan komunitas ini. (4). Dapat mempertahankan komunitas ini dengan silaturahmi, mengadakan acara untuk mempererat kebersamaan antara anggota japnas. Walaupun memiliki kesibukan masing-masing. (5). Pola komunikasi yang efektif adalah pola komunikasi multi arah, bertatap muka langsung, dan dapat hasilnya. Dan mengurangi *miss* komunikasi satu sama lain. Namun, ada beberapa hambatan fisik saat terjadinya tatap muka, karena semua memiliki kesibukan, namun sebaiknya para anggota bisa membedakan waktu komunitas dengan pekerjaan. Harus konsisten kalua sudah bergabung dalam sebuah komunitas.

**DAFTAR PUSTAKA**

- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Daryanto. 2016. *Teori Komunikasi*, Yogyakarta: Gava Media
- Gunawan, Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif. Teori dan praktik*. Jakarta: Bumi Aksara
- Indrawijaya, Adam, Ibrahim. 2010. *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*, Bandung: Refika Aditama.
- Iriantara, Yosral. 2007. *Community Relation Konsep dan Aplikasinya*, Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Iskandar. 2009. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Jakarta: Gaung Persada
- Kriyantono, Rachmat. 2014. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Kristanto, Vigih, Hery. 2018. *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta: Budi Utama.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Morissan. 2009. *Teori Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya. Edisi Revisi.
- Mulyana, Deddy. 2001. *Komunikasi Organisasi*, Bandung: Remaja Rosdakarya
- Ngalimun. 2017. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Praktis*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Rohim, Syaiful. 2016. *Teori Komunikasi Perspektif Ragam dan Aplikasi*, Jakarta: Rineka Cipta.
- Timothy A, Stephen P, Robbins. 2015 *Judge Perilaku Organisasi*, Jakarta: Salemba empat.
- Tohirin. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif dalam pendidikan dan bimbingan konseling*, Jakarta: Rajagrafindo Persada.
- Widjaja, H.A.W. 2008. *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara

**Sumber-sumber Skripsi:**

- Damayanti, Ranti. 2018. *Pola Komunikasi Komunitas Paguyuban Asep Dunia (PAD) dalam melestarikan budaya sunda*. Skripsi. Jakarta. Universitas Mercubuana.
- Kusumastuti, Ambar. 2014. *Peran Komunitas dalam Interaksi sosial remaja di Komunitas Angklung Yogyakarta*. Skripsi Yogyakarta. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Norfaidah. 2018. Eksistensi Lembaga Perkreditan Desa (LDP) yang di Bentuk Oleh Masyarakat Hukum Adat Dalam Perspektif Hukum. Skripsi Universitas Muhammadiyah Malang.
- Paramitha, Annisa, Dyah. 2016. *Pola Komunikasi Komunitas Save Street Child Surabaya dalam menarik minat anak jalanan untuk terlibat sebagai anak didik pada program pengajar keren*. Skripsi: Universitas Brawijaya
- Rinukti, Lintang Arum 2017. *Pengaruh Frekuensi Komunikasi Antarbudaya terhadap frekuensi konflik di PT. Ciba Visioon Batam*. Skripsi. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang.