

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

Argenti, P.A. (2012). *Corporate Communication* (6th ed.). New York: McGraw Hill.

Cutlip, S. M., Center, A.H., & Broom, G. M. (2006). *Effective Public Relations* (9th ed.), New Jersey: Pearson Prentice Hall.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches, Fifth Edition*. Los Angeles: SAGE.

Dijk, J. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford: Oxford University Press

Hill, L.A. (2003), *Becoming a Manager: How New Managers Master the Challenges of Leadership*, (2nd ed.), Boston: Harvard Business Press.

John, P., Shawn, M. (2015). *Converging Media 4th Edition*. New York: Oxford University Press.

Kurniadi, B.D. (2011). *Praktek Penelitian Kualitatif: Pengalaman dari UGM*. Yogyakarta: Research Centre for Politics and Government (PolGov).

Kehoe, D. (2001). *Effective Communication Skills*. Virginia: The Great Courses.

Karl E.R. (2000). *On Communication. Communication: An Introduction*. SAGE.

Lilleker, D.G. (2006). *Key Concepts in Political Communication*. London: SAGE Publications Ltd.

McQuail, D. (2009). *McQuail's Mass Communication Theory*. London: SAGE Publications.

Nickson, D., Siddons, S. (1996). *Business Communication. Made Simple*, London.

Scott, R. W. (2001). *Institutions and Organizations* (2nd ed.). Thousand Oaks: Sage.

Sherry, D.F., dkk. (2014). *Communication in Everyday Life: Personal and Professional Contexts*. Oxford: Oxford University Press.

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

Terry, J. F. (2008). *The Art of Asking: Ask Better Questions, Get Better Answers*. FT Press.

Van Riel, C.B.M., Fombrun, C. (2007). *Essentials of Corporate Communications*, New York: Routledge.

## **Jurnal**

Bruno, S., dkk (2020). Exploring the Role of Social Media Use Motives, Psychological Well-Being, Self-Esteem, and Affect in Problematic Social Media Use. *Frontiers*.

Badea, M. (2014). Social Media and Organizational Communication. *Social and Behavioral Sciences* 149. 70 – 75.

Baruah, T.D. (2012). Effectiveness Of Social Media As A Tool Of Communication And Its Potential For Technology Enabled Connections: A Micro-Level Study. *International Journal of Scientific and Research Publications*, Volume 2, Issue 5.

Forman, J., Argenti, P. A. (2005). *How Corporate Communication Influences Strategy Implementation, Reputation And The Corporate Brand: An Exploratory Qualitative Study*, *Corporate Reputation Review*, 8(3), 245-264.

Goodman, M. B. (2000). Corporate Communication: The American Picture, *Corporate Communications. An International Journal*, 5(2), 69-74.

Kaplan, R. S., Norton, D. P. (2000). *Having Trouble With Your Strategy? Then Map It*, *Harvard Business Review*, 78(5), 167-176.

Lasswell, H.D. 1927. "The Theory of Political Propaganda." *The American Political Science Review*, Vol. 21, No. 3, 627-631.

Nadia, F.A. 2020. "Reading in Communication Perspective." *Jurnal Komunikasi Indonesia*, Volume IX Issue 1, H. 49-56.

Obar, J.A., Wildman, S. (2015). Social Media Definition And The Governance Challenge: An Introduction To The Special Issue. *Telecommunications Policy*. 39 (9): 745-750.

Peters, J.D. (1986). "Institutional Sources of Intellectual Poverty in Communication Research". *Communication Research*. 13 (4): 527–559.

Prabavathi, R., Nagasubramani, P.C. (2018). Effective Oral And Written Communication. *Journal of Applied and Advanced Research*.

Pettit, J. D., Goris, J. R., Vaught, B. (1997). An Examination Of Organizational Communication As a Moderator Of The Relationship Between Job Performance And Job Satisfaction. *The Journal of Business Communication*, 34 (1), 81–98.

Putri, W.S.R, Nurwati, N., Santoso, M.B (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Remaja. In: *Prosiding Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat* 3 (1): 47-51.

Rosy, B. (2018). Schoology, Changing A Negative Thinking Pattern About Use of Social Media. *Indonesian Journal of Informatics Education*. 2 (1): 1-6.

Smeltzer, L.R., (1996), Communication Within The Manager's Context, *Management Communication Quarterly*, 5-26.

Schejter, A.M., Tirosh, N. (2015). Seek The Meek, Seek The Just: Social Media And Social Justice. *Telecommunications Policy* 39. 796–803.

Schivinski, B., dkk. (2020). Exploring the Role of Social Media Use Motives, Psychological Well-Being, Self-Esteem, and Affect in Problematic Social Media Use. *Frontiers in Psychology*. 11:3576.

Soliha, S.F. (2015), Tingkat Ketergantungan Pengguna Media Sosial dan Kecemasan Sosial. *Jurnal Interaksi* 4 (1): 1–10.

Suchan, J. (2006), Changing the Organizational Communication Practices and Norms: A Framework, *Journal of Business and Technical communication*, 20(1), 5-47.

Watie, E.D.S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial (Communications and Social Media). *The Messenger*, Volume III, Nomor 1.

Zerfass, A., Bentele, G., Schwalbach, J., Sherzada, M. (2014). Corporate Communications from the Top and from the Center: Comparing Experiences and Expectations of CEOs and Communicators. *International Journal of Strategic Communication*, 8(1), 1–18.

### **Wawancara**

Wawancara dengan Ibu Eko Heriyanti Hastuti

Wawancara dengan Ibu Sri Prima Kusdianti

Wawancara dengan bapak Yobby Billy

### **Website**

IGI Global.com. <https://www.igi-global.com/dictionary/web-1-0/32191>.

Merriam-Webster.com.

<https://www.merriamwebster.com/dictionary/social%20media>

Online Etymology Dictionary. <https://www.etymonline.com>



## LAMPIRAN

### Lampiran 1 TRANSKIP WAWANCARA

KEY INFORMAN	Eko Heriyanti Hastuti Manager HRGA PT. Epson	
JABATAN	Indonesia	
HASIL WAWANCARA	<p>1. Menurut anda bagaimana kebutuhan untuk berkomunikasi dengan jelas terhadap semua pegawai?</p> <p>2. Mengapa WA Group dijadikan media untuk berkomunikasi dengan seluruh karyawan?</p> <p>3. Apakah dengan majunya teknologi informasi seperti wa group dapat membantu anda dalam berkomunikasi?</p> <p>4. Apa yang anda harapkan dengan komunikasi?</p> <p>5. Apa yang anda harapkan dari penggunaan WA GROUP</p>	<p><i>“Kita sebagai bagian dari manajemen, sangat berperan penting dalam pembentukan dan pelaksanaan komunikasi di dalam perusahaan. Maka dari itu, manajemen berhak dan bertanggungjawab secara penuh untuk memberikan informasi-informasi kepada pihak-pihak terkait dalam rangka menjalankan perusahaan dengan baik.”</i></p> <p><i>“Tujuan kita dalam berkomunikasi dengan seluruh pegawai adalah membagikan informasi-informasi, yang dimana informasi tersebut bertujuan untuk menghasilkan sebuah perubahan di dalam perusahaan, dan hasil perubahan tersebut bertujuan untuk memenuhi segala macam kebutuhan perusahaan seperti pelaksanaan instruksi dengan baik oleh para pegawai.”</i></p> <p><i>“Informasi-informasi yang diberikan kepada para seluruh pegawai dibawah wewenang kita, biasanya kita</i></p>

		<p><i>beritahukan dalam rapat-rapat dan pemberitahuan secara tertulis, tetapi kita juga sering memberikan informasi formal melalui Whatsap Group per bidang kerja agar semua pegawai dapat informasinya.”</i></p> <p><i>“Dengan berkaca kepada kebutuhan pola dan media komunikasi yang efisien, maka kita membangun pola dan menggunakan Whatsap Group sebagai media komunikasi dengan berbagai macam pihak seperti dengan para officer, karyawan, dan pihak-pihak diluar perusahaan yang memiliki kepentingan.”</i></p> <p><i>“Dengan hadirnya Whatsap, segala macam kebutuhan untuk berkomunikasi dengan banyak orang menjadi mudah tanpa terbatas oleh waktu dan jarak. Kaya gitu kan sesuai banget sama dunia bisnis yang nuntut serba cepat dan tepat.”</i></p> <p><i>“Kita sebagai pimpinan di perusahaan, menginginkan betul agar instruksi dan arahan-arahan yang kita berikan kepada para pegawai itu dipahami dan dilaksanakan dengan baik. Maka dari itu, penggunaan media</i></p>
--	---	--

		<p><i>kita dalam menyampaikan informasi tersebut harus tepat.”</i></p> <p><i>“Saya harap sih kalau pake wa grup itu makin efisien dalam kita ngasih arahan atau instruksi kepada semua pegawai ya. Terus juga saya harap ngga ada lagi tuh miskomunikasi soal instruksi atau arahan yang bikin kacau.”</i></p>
--	--	--



KEY INFORMAN	Sri Prima Kusdianti Supervisor HR Dept. PT. Epson Indonesia	
JABATAN		
HASIL WAWANCARA	<p>1. Menurut anda bagaimana kebutuhan untuk berkomunikasi dengan jelas terhadap pegawai?</p> <p>2. Mengapa WA Group dijadikan media untuk berkomunikasi dengan karyawan?</p> <p>3. Apakah dengan majunya teknologi informasi seperti wa group dapat membantu anda dalam berkomunikasi?</p> <p>4. Apa yang anda harapkan dengan komunikasi?</p> <p>5. Apa yang anda harapkan dari penggunaan WA Group</p>	<p><i>“Kita sebagai perwakilan manajemen, sangat membutuhkan pola dan media komunikasi yang efisien dengan manajemen dan juga dengan para karyawan. Kalau komunikasi kita berantakan kan jadi pusing kita jalanin arahan manajemen ke karyawan, terus juga nanti kalau ada apa apa dari karyawan kita juga susah laporan ke manajemennya gimana. Makanya pola sama media komunikasi di perusahaan tuh penting banget buat kita.”</i></p> <p><i>“Supervisor seperti saya ini kan sebetulnya kaki tangan dari pihak manajemen ya, jadi kita itu terbebani banget sebenarnya karena harus jadi pen jembatan antara manajemen dengan karyawan, belum lagi sama pihak luar seperti vendor-vendor. Kalau komunikasinya ngga cepet sama raphi nanti kita sama pihak lain yang jadi kewalahan.”</i></p> <p><i>“Dengan adanya WA Group itu bikin gampang dan cepet aja kalau kita mau nyampein dan nerima arahan dari</i></p>



		<p><i>pimpinan, terus kita juga gampang ngasih tau ke staf-staf dibawah kita ga mesti pake surat gitu-gitu yang makan banget waktu.”</i></p> <p><i>“Selain hemat waktu juga bisa share informasi pake gambar, video atau suara gitu biar jelas apa nih arahannya terus juga giman gitu detail teknisnya.”</i></p> <p><i>“Yang diharapkan dari komunikasi di tempat kerja tuh ya kalau ada informasi apa apa gitu bisa kita tau dengan cepet dan ga salah juga informasinya.”</i></p> <p><i>“Kalau dari saya sih ya dengan adanya wa itu jadi mudahin kita share informasi apa apa tanpa dibatasin waktu, jarak sama biaya. Terus juga diharapkan bisa ngurangin beban kerja kita ga mesti cape cape jelasin arahan ke staf atau ngasih info ke atasan.”</i></p>
--	---	---

INFORMAN	Yobby Bil Sarade Staf HR Dept. PT. Epson Indonesia	
JABATAN		
HASIL WAWANCARA	<p>1. Menurut anda bagaimana kebutuhan untuk berkomunikasi dengan jelas terhadap atasan?</p> <p>2. Mengapa WA Group dijadikan media untuk berkomunikasi dengan atasan?</p> <p>3. Apakah dengan majunya teknologi informasi seperti wa group dapat membantu anda dalam berkomunikasi?</p> <p>4. Apa yang anda harapkan dari penggunaan WA Group</p>	<p><i>“Kita sebagai staf yang punya atasan kan bertugas sebagai pelaksana ya, dlm kerja kita bergantung banget sama instruksi atasan kita, terus juga gimana kita nerapin apa yang diperintahin sama atasan kita. Itu semua kan butuh koordinasi yang bagus banget. Makanya itu proses komunikasi itu penting banget.”</i></p> <p><i>“Menurut saya sih adanya w gitu ngebantu kita ya jadi informasi yang ada tuh bis akita pahami langsung lewat hp ga perlu nunggu surat atau rapat-rapat yang makan waktu lama.”</i></p> <p><i>“Saya harap dari komunikasi di tempat kerja yang baik sih y akita sebagai staf bisa ngerti dengan jelas gitu apa yang atasan mau untuk kita kerjain, terus juga kita sebagai staf bawahan enak buat laporan atau nyampein sesuatu ke atasan dengan jelas.”</i></p> <p><i>“Kita sebagai karyawan kan kalau dapet instruksi atau informasi di perusahaan dari manajemen mau gamau</i></p>

		<i>harus nurut dan jalanin kan. Ga sekedar respon iya-iya aja tapi ngga ada actionnya.”</i>
--	--	---



**Lampiran 2 Dokumentasi Wawancara**

**Lampiran 2. 1 Dokumentasi dengan Key Informan 1**



**Lampiran 2. 2 Dokumentasi dengan Key Informan 2**



**Lampiran 2. 3 Dokumentasi dengan Informan 1**





**Lampiran 2. 4 Dokumentasi dengan Informan 2**



## Lampiran 3 Hasil Uji Turnitin

tahap 2

ORIGINALITY REPORT

**18%**  
SIMILARITY INDEX

**18%**  
INTERNET SOURCES

**5%**  
PUBLICATIONS

**%**  
STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	123dok.com Internet Source	3%
2	content.sciendo.com Internet Source	1%
3	repository.ar-raniry.ac.id Internet Source	1%
4	id.adidamseattle.org Internet Source	1%
5	library.binus.ac.id Internet Source	1%
6	repository.unas.ac.id Internet Source	1%
7	www.researchgate.net Internet Source	1%
8	lib.ui.ac.id Internet Source	1%
9	repository.um-surabaya.ac.id Internet Source	1%
10	www.kompasiana.com Internet Source	<1%
11	kumparan.com Internet Source	<1%
12	en.wikipedia.org Internet Source	<1%
13	repository.radenintan.ac.id Internet Source	<1%
14	dergipark.org.tr Internet Source	<1%
15	etd.repository.ugm.ac.id Internet Source	<1%
16	karyatulisku.com Internet Source	<1%