

Budaya Organisasi Harian Umum Fajar Cirebon

Witri Cahyati

Witri Cahyati

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Komunikasi dan Administrasi
Universitas Sangga Buana

Abstrak

Budaya organisasi menjadi pembahasan penting dalam komunikasi organisasi. Budaya organisasi menjadi pedoman bagi setiap anggota organisasi untuk bersikap dan berperilaku. Budaya organisasi juga memudahkan setiap anggota organisasinya untuk menyamakan persepsi diantara anggota organisasinya. Dan budaya organisasi dipandang efektif dalam membantu organisasi mencapai tujuannya. Dengan demikian budaya organisasi penting dimiliki oleh setiap organisasi. Ditengah-tengah daya saing yang begitu tinggi, setiap organisasi penting memiliki identitas dan nilai-nilai yang dianut.

Budaya organisasi Fajar Cirebon adalah **SIP** yang terdiri dari kata Santun, Intelektual, dan Profesional. Konsep SIP ini dijalankan oleh pimpinan dan seluruh karyawan Harian umum Fajar Cirebon. dengan konsep SIP ini, Harian Umum Fajar Cirebon optimis bisa menjadi media yang unggul dan mampu bersaing dengan media yang lainnya.

Harian umum Fajar Cirebon meski usianya baru 4 tahun, tetapi sudah memiliki banyak prestasi diantaranya Direktur Harian Umum fajar Cirebon Dea Angkasa Putri jadi pemenang Wirausaha Muda Mandiri pada Tahun 2013 kategori alumni tingkat nasional dalam Bidang Usaha Industri Perdagangan Jasa. Selain itu, Harian umum Fajar Cirebon telah memiliki omzet yang cukup besar pertahunnya. Budaya Santun, Intelektual dan Profesional membuat Harian Umum Fajar Cirebon dapat diterima dengan baik oleh masyarakat khususnya wilayah Cirebon, dan sekitarnya.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi.

Pendahuluan

Komunikasi terjadi dalam berbagai konteks kehidupan manusia termasuk dalam lingkup organisasi. Komunikasi dalam organisasi memiliki peran yang sangat penting. Dengan komunikasi, roda organisasi akan berjalan dengan baik dan komunikasi sebagai alat utama dalam mencapai tujuan dari sebuah organisasi. Komunikasi dalam organisasi merupakan kebutuhan pokok karena tanpa komunikasi, organisasi tidak akan berjalan.

Dalam buku materi pokok komunikasi organisasi, dalam aktivitas sebuah organisasi, komunikasi memiliki peranan yang sangat strategis. Artinya komunikasi merupakan motor penggerak segala aktivitas organisasi, bahkan ada yang mengatakan komunikasi sama halnya dengan oksigen yang merupakan kebutuhan pokok bagi kelangsungan hidup manusia.

Komunikasi organisasi merupakan salah satu dari bahasan konteks-konteks komunikasi. Dalam (Mulyana, 2007 : 83), komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Oleh karena itu organisasi dapat diartikan sebagai kelompok dari kelompok-kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik, komunikasi antarpribadi, dan ada kalanya komunikasi publik. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horisontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antar sejawat. Juga termasuk selentingan dan gosip.

Dalam pembahasan komunikasi organisasi, hal yang paling penting dibahas juga adalah mengenai budaya organisasi. Budaya organisasi penting dimiliki oleh suatu organisasi karena menjadi pedoman bagi sumber daya manusia suatu organisasi dalam melaksanakan pekerjaannya terutama dalam sikap dan perilaku. Budaya organisasi juga membantu dalam keberhasilan suatu organisasi.

Dalam tulisan ini akan mengkaji mengenai budaya organisasi. Dan yang menjadi objek penelitiannya adalah Harian Umum Fajar Cirebon. Budaya yang dimiliki Harian Umum Fajar Cirebon telah mengantarkan Harian Umum Fajar Cirebon menjadi media yang mampu bersaing dengan kompetitornya dan menghasilkan banyak prestasi.

Pembahasan

Istilah budaya organisasi sudah lama dikenal. Namun budaya organisasi tren nya semakin meningkat seiring meningkatnya pula persaingan antar organisasi. Semua organisasi berusaha memiliki ciri khas nya masing-masing dalam rangka menarik minat masyarakat dan mampu bertahan dan memenangkan dalam persaingan tersebut.

Budaya organisasi menurut AB Susanto dalam buku materi pokok Komunikasi Organisasional hal 3.4 mengatakan bahwa budaya organisasi yang berlandaskan pada definisi-definisi budaya organisasi yaitu nilai-nilai yang menjadi pegangan sumber daya manusia dalam menjalankan kewajibannya dan juga perilakunya di dalam organisasi. Selanjutnya Susanto secara lebih operasional mengatakan bahwa budaya organisasi adalah suatu nilai-nilai yang menjadi pedoman sumber daya manusia untuk menghadapi permasalahan eksternal dan usaha penyesuaian integrasi ke dalam organisasi, sehingga masing-masing anggota organisasi harus bertindak dan berperilaku. Dari pengertian tersebut dapat dijadikan pedoman apakah suatu tindakan yang dilakukan anggota organisasi itu benar atau salah dan apakah suatu perilaku dianjurkan atau tidak. Sehingga nilai-nilai yang dianut tersebut berfungsi sebagai landasan untuk berperilaku.

Dalam buku materi pokok komunikasi organisasional hal 3.4 Secara etimologis (asal usul kata) budaya organisasi terdiri dari dua kata yaitu budaya dan organisasi, yang masing-masing memiliki makna. Arti organisasi adalah suatu sistem yang mapan dari sekumpulan orang yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama, melalui

suatu jenjang kepangkatan dan pembagian kerja. Sedangkan menurut Kasali (1994) yang mengutip pendapat Duncan, pengertian budaya adalah suatu set nilai, penuntun kepercayaan akan suatu hal, pengertian dan cara berpikir yang dipertemukan oleh para anggota organisasi dan diterima oleh anggota baru (Buku Materi Pokok Komunikasi Organisasional).

Tujuan budaya adalah melengkapi para anggota dengan rasa (identitas) organisasi dan menimbulkan komitmen terhadap nilai-nilai yang dianut organisasi. Dengan demikian budaya organisasi merupakan penerapan nilai-nilai dalam suatu masyarakat yang terkait bekerja di bawah naungan suatu organisasi.

Dalam buku materi pokok komunikasi organisasional hal 3.8 menurut (Robbins, 1990 : 480) karakteristik utama dari budaya organisasi yang perlu dipahamii sebagai landasan untuk lebih mengerti mengenai kepribadian suatu organisasi adalah :

1. Inisiatif individual. Meliputi tingkat tanggung jawab, kebebasan, dan independensi yang dipunyai setiap individu.
2. Toleransi terhadap tindakan beresiko. Sejauhmana para anggota dianjurkan untuk bertindak agresif, inovatif, dan mengambil resiko dalam menjalankan tugasnya.
3. Arah. Sejauhmana organisasi tersebut menciptakan dengan jelas sasaran dan harapan mengenai prestasi.
4. Integrasi. Tingkat sejauhmana unit-unit dalam organisasi di dorong untuk bekerja dengan cara yang terkoordinasi.
5. Dukungan dari manajemen. Tingkat sejauhmana para manajer memberikan komunikasi yang jelas, bantuan, serta dukungan terhadap bawahan.
6. Kontrol. Jumlah pengaturan dan pengawasan langsung yang digunakan untuk mengawasi dan mengendalikan perilaku anggota.
7. Identitas. Tingkat sejauhmana para anggota mengidentifikasi dirinya secara keseluruhan dengan organisasinya dibanding dengan

kelompok kerja tertentu atau dengan bidang keahlian profesional

8. Sistem imbalan. Tingkat sejauh mana alokasi imbalan (misalnya : kenaikan gaji, promosi) yang didasarkan atas kriteria prestasi pegawai sebagai kebalikan dari senioritas, sikap pilih kasih, dan sebagainya.
9. Toleransi terhadap konflik. Tingkat sejauhmana para anggota di dorong untuk mengemukakan konflik dan kritik secara terbuka.
10. Pola-pola komunikasi. Tingkat sejauhmana komunikasi organisasi dibatasi oleh hierarki kewenangan yang formal.

Karakteristik budaya organisasi tersebut mencakup dimensi struktur maupun perilaku, artinya budaya organisasi bukan hanya sekedar referensi sikap anggota serta kepribadiannya. Sebagian besar budaya organisasi dapat dilacak langsung melalui variabel-variabel yang berhubungan secara struktural. Dan karakteristik ini menjadi ukuran kekuatan dari setiap organisasi untuk mencapai tujuannya.

Budaya organisasi bisa mempengaruhi keberhasilan dan keefektifan aktivitas organisasi. Sehingga dalam sebuah organisasi perlu memiliki budaya yang kuat dimana memiliki ciri adanya nilai inti, menyentuinya dan merasa terikat, maka makin kuat budaya organisasi.

Ada dua faktor yang menjadikan budaya organisasi kuat, yaitu : penyebaran nilai-nilai budaya dan tingkat komitmen anggota organisasi terhadap inti dari nilai-nilai yang ada. Pada hakikatnya penyebaran nilai-nilai budaya ini dimaksudkan agar seluruh sumber daya manusia yang ada di organisasi mengetahui secara jelas apa nilai-nilai yang terkandung di dalam budaya organisasinya.

Melalui pemahaman budaya organisasi khususnya bagi individu yang ada di dalam organisasi, mereka akan tahu arah atau memiliki pedoman dalam berperilaku di organisasi. Sebab setiap anggota yang dinyatakan sebagai anggota sebuah organisasi tidak boleh bertindak semena-

mena. Mereka harus menyesuaikan diri dengan siapapun, apa pun dan dimana pun mereka berada. Selanjutnya dengan budaya organisasi dipastikan adanya kesamaan langkah dan visi di dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab masing-masing. Selain itu juga mendorong anggota untuk mencapai prestasi kerja atau produktivitas yang lebih baik.

Selain manfaat yang diperoleh secara individu, budaya organisasi juga memiliki kontribusi bagi organisasinya sendiri, di antaranya adalah:

- a. Sebagai pedoman dalam menentukan kebijakan yang berkaitan dengan ruang lingkup kegiatan intern organisasi, seperti tata tertib, administrasi, hubungan antar bagian, penghargaan terhadap prestasi anggota, penilaian kerja, dan lain sebagainya.
- b. Untuk menunjukan pada pihak eksternal mengenai keberadaan organisasi dari ciri khas yang dimiliki, di tengah-tengah organisasi yang ada di masyarakat.
- c. Sebagai acuan dalam menyusun perencanaan organisasi
- d. Dapat membuat program-program pengembangan usaha dan pengembangan para anggota (sumber daya manusia yang ada) dengan dukungan penuh dari seluruh anggota organisasi.

Dengan melihat manfaat dari budaya organisasi tersebut, maka budaya organisasi menjadi penting bagi seluruh pihak yang terlibat dalam aktivitas organisasi. Dan pada gilirannya, manfaat ini penting bagi kesuksesan sebuah organisasi.

Dalam perjalanan, budaya organisasi kemudian mungkin mengalami perubahan-perubahan sesuai dengan karakteristik orang-orang di dalam perusahaan. dibangun oleh tujuan, keyakinan, serta nilai-nilai para pendirinya. Budaya organisasi terdiri dari berbagai aspek dan aspek yang paling penting dan dalam adalah nilai. Sesuatu yang dipercayai sebagai suatu kebenaran. Namun untuk menangkap nuansa budaya suatu organisasi, kita dapat melihat indikator-indikator yang kasat mata.

Lebih dalam dari indikator-indikator yang kasat mata, memang keyakinan dan nilai yang menjadi bagian terdalam dari budaya bukan kebudayaan suatu organisasi. Manajemen senior sangat bertanggungjawab untuk menciptakan budaya organisasi yang sesuai dengan kebutuhan bisnis dan memberikan pesan yang kuat pada pihak-pihak eksternal. Nilai-nilai yang dipandang sangat penting perlu ditanamkan dalam bentuk memberikan contoh-contoh.

Budaya organisasi dilestarikan dengan berbagai cara. Misalnya melalui seleksi dan rekrutmen, sosialisasi pada karyawan baru, pola pembinaan bawahan, serta perilaku dan pola interaksi orang-orang di perusahaan. Budaya organisasi dapat digambarkan seperti sebuah botol yang di dalamnya berisi benda-benda dengan berbagai bentuk. Seluruh benda masuk ke dalam botol dan menempati posisinya.

Dalam Faules (2006 : 105) peranan komunikasi dalam budaya organisasi dapat dilihat secara berlainan bergantung pada bagaimana budaya dikonsepsikan. Bila budaya dianggap sebagai suatu artifak simbolik yang dikomunikasikan kepada anggota organisasi untuk pengendalian organisasi, maka komunikasi dapat diartikan sebagai sebuah sarana yang memungkinkan perolehan hasilnya. Bila budaya ditafsirkan sebagai pembentukan pemahaman, proses komunikasi itu sendiri menjadi pusat perhatian utama karena proses inilah yang merupakan pembentukan makna tersebut.

Penelitian komunikasi organisasi dari sudut pandang budaya mencakup lebih daripada sekedar penelaahan pertukaran resmi pegawai antara orang-orang terpilih yang memiliki status. Percakapan sehari-hari mengungkapkan pemahaman organisasi dan jaringan-jaringan makna bersama yang mungkin ada. Perilaku sebagaimana adanya yang memungkinkan adanya rutinitas dan pengorganisasian melekat dalam komunikasi.

Cara pesan diinterpretasikan bergantung pada konteks yang dibangun secara simbolik dan dalam konteks inilah

pesan tersebut muncul. Perkiraan reaksi atas pesan-pesan tidak akan cermat tanpa adanya pengetahuan mengenai konteks organisasi. Orang tidak adapat peka pada budaya yang berbeda tanpa peka pada bahasanya. Hal yang sama berlaku pula bagi budaya organisasi. Kita perlu mengetahui dan mampu menafsirkan bagaimana organisasi menggunakan bahasa.

Dalam perubahan organisasi harus mengenali dan berurusan dengan budaya organisasi. Dari perspektif pemahaman, ini berarti mengetahui bagaimana sebuah organisasi berkomunikasi. Mengetahui budaya organisasi berarti mengerti apa yang mungkin diperoleh dari budaya tersebut bagi para anggotanya.

Berikut ini adalah selayang pandang mengenai Harian Umum Fajar Cirebon. Harian Umum Fajar Cirebon lahir pada Hari Rabu 2 Mei 2012 yang beralamat di Jalan Pangeran Cakrabuana No 3 Talun Cirebon. Kelahiran Harian Umum Fajar Cirebon didasarkan atas niat dan itikad hati yang lurus, teguh serta baik: menjadikan dirinya sebagai media dengan fungsi pemberi informasi, kritik sosial dan sosial kritik, menyujuguhkan hiburan dan menjadi wahana pembelajaran wahana bangsa secara holistik.

Harian umum Fajar Cirebon bertekad sepeenuh hati menjadikan dirinya berada teguh pada posisi sebagai pilar keempat dalam konstruksi negara yang menguasai demokrasi. Itulah itikad dan niat baik dari Harian Umum Fajar Cirebon.

Pers yang baik adalah mereka yang : Pertama, menyebarkan informasi secara faktual, akurat, netral, seimbang, dan adil (fair). Kedua, menyuarakan pihak-pihak yang lemah, kritis terhadap mereka yang berkuasa. Ketiga, skeptis dan selalu menguji kebijakan yang dibuat penyelenggara kekuasaan. Keempat memberikan pandangan, analisa, dan interpretasi terhadap masalah-masalah sosial, politik, dan ekonomi yang rumit. Kelima, mengembangkan minat kultural dan intelektual dikalangan masyarakat. Keenam, memperkenalkan gagsan, ide, dan kecenderungan baru dalam masyarakat.

Dan ketujuh, menegakan dan mematuhi etika jurnalisme.

Pers profesional adalah peringkat sangat tinggi dalam dirama penegakan pilar keempat demokrasi, khususnya diindonesia. Harian Umum Fajar Cirebon berada ditengah idealisme pers seperti itu.

Harian Umum Fajar Cirebon hadir dengan kehendak besar membangun masyarakat berkebutuhan informasi yang cerdas dan bertanggung jawab. Langkah panjang dan kuat telah ditunjukkan oleh Harian Umum Fajar Cirebon melalui perannya sebagai pemberi informasi secara dialektis antara masyarakat dan pemerintah, dan sebaliknya. Harian Umum Fajar Cirebon masih memiliki sangat banyak langkah besar dan panjang didepan untuk mewujudkan niat baik dan tekad menjadi penyuplai informasi dengan karakter pers yang santun, intelektual, dan profesional (SIP).

Konsep SIP inilah yang dijadikan sebagai Budaya Organisasi Harian Umum Fajar Cirebon. Konsep SIP terdiri dari kata Santun, Intelektual, dan Profesional.

Santun :

1. Santun bukan berarti tidak berani
2. Menghargai dan menghormati sesama rekan kerja, pimpinan, narasumber, dan pihak-pihak lainnya.

Intelektual :

1. Karyawan Harian Umum Fajar Cirebon memiliki wawasan dan ilmu pengetahuan yang luas, terutama di bidang pers
2. Karyawan Harian Umum fajar Cirebon diwajibkan terus memperdalam ilmu pengetahuan dalam bidang kerjanya dan memperkaya diri dengan berbagai ilmu pengetahuan lainnya

Profesional :

1. Karyawan Harian Umum Fajar Cirebon mengetahui dan patuh terhadap peraturan perusahaan
2. Karyawan Harian Umum Fajar Cirebon memiliki disiplin, integritas dan rasa kebersamaan yang tinggi.

Budaya SIP yang dimiliki oleh Harian Umum Fajar Cirebon telah diaplikasikan dengan baik oleh anggota organisasinya.

Hal ini terlihat saat kami dari Universitas Sangga Buana YPKP berkunjung ke Harian Umum Fajar Cirebon. Perilaku yang ditampilkan begitu santun dalam menerima tamu dari pihak luar. Sikap saling menghargai juga terlihat diantara sesama anggota organisasi Harian Umum Fajar Cirebon.

Karyawan Harian Umum Fajar Cirebon juga sangat taat terhadap segala peraturan terutama kode etik jurnalistik. Dan yang paling menarik, mereka memiliki komisi disiplin yang bertugas mengawasi para wartawan supaya dalam melaksanakan tugasnya senantiasa mentaati etika jurnalistik.

Dalam Fajarnews.com, Harian Umum Fajar Cirebon terus berkomitmen menciptakan budaya kerja yang santun, intelektual dan profesional (SIP) bagi seluruh karyawannya. Upaya itu diwujudkan melalui penandatanganan fakta integritas yang dilakukan di akhir kegiatan rapat kerja tahun 2015 di Hotel Grage Sangkanhurip Kuningan.

Direktur Harian Umum Fajar Cirebon, Dea Angkasa Putri Supardi menegaskan, penandatanganan Fakta integritas itu merupakan titik tolak seluruh karyawan untuk mewujudkan impian Fajar Cirebon.

Ditempat yang sama, Pemimpin Redaksi Harian Umum Fajar Cirebon, H Diding Karyadi, mengatakan, fakta integritas itu merupakan wujud komitmen Harian Umum Fajar Cirebon untuk menjadi media yang menjunjung tinggi kode etik jurnalistik. Melalui penandatanganan fakta integritas ini, sesuai dengan kode etik jurnalistik wartawan dan karyawan Harian Umum Fajar Cirebon, tidak boleh menerima imbalan dari narasumber. Harus taat pada aturan dan yang melanggar akan diberi sanksi tegas.

Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon telah mengantarkan organisasinya memiliki banyak prestasi. Meski usia Harian Umum Fajar Cirebon baru 4 tahun, tetapi jumlah pembaca dari media cetak ini perharinya sudah mencapai 10.000-12.000 pembaca dan omzet per tahun nya 2,5 Milyar. Ini membuktikan bahwa Harian

Umum Fajar Cirebon memiliki kualitas yang baik dan diterima oleh masyarakat Cirebon dan sekitarnya.

Selain itu, Direktur Harian Umum Fajar Cirebon Dea Angkasa Putri jadi pemenang Wirausaha Muda Mandiri pada Tahun 2013 kategori alumni tingkat nasional dalam Bidang Usaha Industri Perdagangan Jasa. Pada kompetisi tersebut, Dea mengangkat usahanya yaitu Koran Harian Umum Fajar Cirebon. Dalam menjalankan wirausahanya, direktur harian Umum Fajar Cirebon ini senantiasa menekankan 3 hal yaitu Santun, Intelektual, dan Profesional (SIP).

Berbagai kegiatan juga dilaksanakan oleh Harian Umum Fajar Cirebon seperti :

- Pelatihan Jurnalistik untuk SMA Negeri 1 Juntinyuat Kabupaten Indramayu
- Menerima kunjungan dari komunitas menulis PENA dari Institut Agama Islam Bunga Bangsa Cirebon
- Sharing pengalaman berwirausaha oleh Direktur Fajar Cirebon dengan mahasiswa baru IAIN Syekh Nurjati
- Pelatihan Jurnalistik bagi peserta Raimuna Cabang II Gerakan Pramuka Kabupaten Kuningan

Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon menjadi pedoman dalam menentukan kebijakan organisasinya. Seperti hubungan antara pimpinan dan karyawan, hubungan antar bagian, penilaian kinerja wartawan, dan lain sebagainya.

Direktur Harian Umum Fajar Cirebon dilihat dari usianya masih tergolong sangat muda dan jajaran yang ada di bawahnya beberapa sudah menjadi wartawan senior. Tetapi dengan konsep SIP, roda organisasi Harian Umum Fajar Cirebon terus berjalan bahkan terus mengalami perkembangan yang baik dan melahirkan banyak prestasi.

Harian umum Fajar Cirebon juga banyak melaksanakan berbagai kegiatan yang memberikan manfaat bagi masyarakat sekitarnya bukan hanya wilayah Cirebon tetapi juga daerah Indramayu, Kuningan, dan Majalengka. Sehingga begitu dirasakan keberadaannya. Sesuai dengan slogannya “Lebih Dekat Lebih Dalam”.

Budaya organisasi yang dimiliki Harian Umum Fajar Cirebon juga dijadikan sebagai untuk pengembangan organisasinya. Harian Umum Fajar Cirebon ke depan berencana untuk membuat kantor cabang di berbagai wilayah, bahkan tidak hanya dalam media cetak tetapi juga ingin membuka dalam bidang Radio, televisi, dan media online.

Ini menunjukkan bahwa budaya organisasi sangat penting dimiliki oleh setiap organisasi. Budaya organisasi pada akhirnya akan mempengaruhi perusahaan memperoleh keuntungan dan sekaligus meraih citra yang positif di mata publiknya. Sebagaimana Harian Umum Fajar Cirebon yang usianya masih sangat muda akan tetapi omzet sudah besar dan memiliki citra yang baik.

Kesimpulan

- Budaya organisasi memiliki peran dalam mencapai keberhasilan sebuah organisasi dan komunikasi organisasi merupakan alat untuk tercapainya tujuan sebuah organisasi.
- Budaya organisasi sangat membantu dalam pembentukan citra positif sebuah organisasi
- Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon adalah SIP yaitu Santun, Intelektual, dan Profesional.
- Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon diaplikasikan oleh pimpinan dan karyawan Harian Umum Fajar Cirebon.
- Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon telah mengantarkan Harian Umum Fajar Cirebon menjadi media yang memiliki berbagai prestasi.
- Budaya organisasi Harian Umum Fajar Cirebon dijadikan sebagai acuan untuk pengembangan Harian Umum Fajar Cirebon

Daftar Pustaka

R.Wayne Pace- Don F Faules. (2006).
Komunikasi Organisasi Strategi

*Meningkatkan Kinerja
Perusahaan.* Bandung : PT
Remaja Rosda Karya.

Mulyana, Deddy. (2007). Pengantar Ilmu
Komunikasi. Bandung : PT
Remaja Rosda Karya.

Buku Materi Pokok Komunikasi
Organisasional. (2003). Pusat
Penerbitan UT.

Company Profile Harian Umum Fajar
Cirebon. Fajar.news.com