

Meningkatkan Pola Komunikasi Organisasi Player Di Team NHS E-Sport Sidoarjo Untuk Mendapatkan Prestasi

Improving Player Organizational Communication Patterns in the Sidoarjo NHS E-Sport Team to Get Achievements

Deotama Aditya¹⁾ Didik Hariyanto²⁾

1) Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Bisnis, Hukum dan Sosial

2) Program Studi Ilmu Komunikasi. Fakultas Bisnis, Hukum dan Sosial

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

Email : didikhariyanto@umsida.ac.id

Abstract. *This journal aims to develop organizational communication patterns in the NHS E-SPORT Sidoarjo team to get achievements. Communication is also needed in every organization, communication patterns are very important to grow information from owners to players in each division. Avoid the miss communication that must happen to everyone. Differences of opinion greatly affect the performance of the NHS E-SPORT team, something must happen without a single principle in common. Performance can be built neatly if there is a pattern of organizational communication formed, maximum results and solid solidarity. There have been many achievements in the regional competitive scene, with the development of communication patterns in the team, the goals that have been set will definitely be achieved. The approach between CEO, management, coach, gameplay analysis and players has made the NHS E-SPORT team grow and gain achievements in the advanced digital era. The type of research used is qualitative research. Communication patterns are forms of communication to influence through signals or symbols that are sent by inviting gradually or all at once, the communication patterns here will have more meaning when associated with the principles of communication in realizing this form of communication. This study uses three organizational communication patterns, namely the star pattern, the chain pattern, and the wheel pattern.*

Keywords – *E-SPORT, Organizational Communication Patterns, Achievement.*

Abstrak. *Jurnal ini bertujuan untuk mengembangkan pola komunikasi organisasi di team NHS E-SPORT Sidoarjo untuk mendapatkan prestasi. Komunikasi di perlukan juga di setiap organisasi, pola komunikasi sangatlah penting untuk menumbuhkan informasi dari owner hingga player di masing-masing divisi. Menghindar dari miss komunikasi yang pasti terjadi di setiap orang. Perbedaan pendapat sangat berpengaruh ke performa team NHS E-SPORT, sesuatu pasti terjadi tanpa adanya satu prinsip yang sama. Kinerja dapat dibangun rapi jika terdapat pola komunikasi organisasi terbentuk, hasil maksimal dan solidaritas yang kokoh. Prestasi yang didapatkan sangat banyak di scene kompetitif daerah, dengan adanya perkembangan pola komunikasi di team pasti tujuan yang sudah disusun pasti tercapai. Pendekatan antara CEO, manajemen, coach, analisis gameplay dan players membuat team NHS E-SPORT semakin berkembang dan mendapatkan prestasi di era digital yang sudah maju. Jenis ipenelitian iyang idigunakan iadalah ipenelitian ikualitatif. Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus, pola komunikasi di sini akan lebih mempunyai arti jauh ketika dikaitkan dengan prinsipprinsip komunikasi dalam merealisasikan bentuk komunikasi. Penelitian ini menggunakan tiga pola komunikasi organisasi yaitu pola bintang, pola rantai, pola roda.*

Kata Kunci – *E-SPORT, Pola Komunikasi Organisasi, Prestasi.*

I. Pendahuluan

Belakangan ini *E-SPORT* (Electronic Sport) mendapatkan perhatian dari pemerintah dengan dimasukkannya *E-SPORT* sebagai salah satu cabang olahraga di ajang SEA GAMES (South East Asean Games) 2018. Dengan adanya industri ini dapat memunculkan peluang terhadap ekonomi di Indonesia seperti potensi devisa bagi negara dapat memunculkan peluang baru bagi generasi muda di era digital ini, serta dapat menambah tenaga kerja di bidang *E-SPORT* ini. Jenis pekerjaan di bidang *E-SPORT* sebagai Atlet, Brand Ambassador, Southcaster, konten creator (Youtube, Facebook, Instagram, dan lain - lain) dan profesi lainnya sesuai talent.

Menjadi atlet *E-SPORT* butuh kegigihan, niat, dan mental yang kuat, berbeda dengan *gaming* biasa yang mereka lakukan hanya untuk mengisi waktu luang saja. *E-SPORT* memerlukan kerja sama tim yang kuat serta mental yang kuat tahan akan hinaan dan cacian dari orang lain untuk selalu belajar lebih baik lagi sehingga menjadi sempurna dalam bermain. Dalam turnamen utama biasanya atlet menghabiskan waktu 16 jam sehari untuk berlatih, ditambah lagi dengan strategi keterampilan tertentu yang harus dimiliki dalam tim untuk mengecoh pola permainan lawan. Setelah tahu perbedaannya, menjadi atlet *E-SPORT*. Meskipun masih terbilang jarang di Indonesia, tapi profesi ini cukup terbilang sangat menjanjikan. Keberadaan *E-SPORT* masuk kedalam kategori cabang olahraga baru juga menunjukkan bahwa olahraga hiburan ini memiliki peluang untuk menjadi pilihan profesi menjanjikan di masa yang akan datang.

Seperti salah satu team atau organisasi game online di Sidoarjo yaitu NHS *E-SPORT* yang membuka peluang baru untuk para pecinta game online agar bisa berkembang. Organisasi ini terbentuk dari tahun 2019 yang didirikan oleh Hafiedh Ihza Mahendra sebagai CEO. Dengan berdirinya NHS *E-SPORT*, para gamer muda di Sidoarjo dapat mengembangkan hobi mereka menjadi profesional player dan lain-lain. Terbentuknya team NHS *E-Sport* di Sidoarjo akan bersaing dengan team-team lain yang sudah berkembang dengan sdm yang terlatih. Mengikuti berbagai macam kompetitif besar dengan prizepool yang besar juga.

Banyak achivement yang di dapat, namun tidak hanya itu saja karena masih ada berkembang lagi untuk semua player. Kompetitif nasional adalah tujuan saat ini. Kemampuan pemain muda NHS *E-SPORT* menumbuhkan bibit professional player dan ikut serta di ESI Sidoarjo dan Surabaya, mewakili kompetitif di kota-kota besar. Banyak definisi komunikasi organisasi menurut para ahli, salah satunya *Wayne Pace* dan *Don F Faules*, menurut mereka Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Fokus komunikasi organisasi adalah anggota-anggota dalam organisasi. Proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara dan mengubah organisasi. Komunikasi lebih dari sekedar alat, ia adalah cara berpikir. Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian (*Mutual Understanding*). Pendek kata agar terjadi penyetaraan dalam kerangka referensi (*Frame of References*) maupun bidang pengalaman (*Field of Experiences*).

Dunia *E-SPORT* pasti ada komunikasi disetiap organisasi/teamnya, antara players dan coach. Sistem ini selalu di terapkan disetiap team karena membantu jalannya *chemistry* setiap player agar mendapatkan hasil gameplay yang maksimal. Lontaran-lontaran ide maupun motivasi sering terselip disetiap kata para gamers, hal ini sangat efektif disaat salah satu teman team sedang kondisi mental down. Penelitian ini tidak lepas dari penelitian terdahulu dimana penelitian terdahulu digunakan sebagai alat pembanding peneliti dengan penelitian yang sudah ada sebelumnya mengenai pembahasan yang relevan terkait topik pembahasan, ini bertujuan untuk memaksimalkan hasil penelitian terdahulu. Peneliti menemukan beberapa penelitian yang relevan dengan tema yang peneliti kaji

[1]Moh. Syahrul Maula menyimpulkan bahwa komunitas *E-SPORT* merupakan komunitas non-fisik, dalam dunia game yang menaungi para pecinta game online sehingga mereka dapat mengekspresikan hobinya menuju suatu hal positif. Selain itu mereka juga memiliki tujuan masing-masing seperti ingin menjadi player internasional, menjadi youtuber, menjadi profesional player dan menjuarai tournament-tournament tingkat nasional hingga internasional. Penelitian yang dilakukan oleh Moh. Syahrul Maula

berbeda dengan penelitian ini. Untuk penelitian ini lebih mengembangkan organisasi E-SPORT di wilayah Sidoarjo untuk lebih berkembang dan memanfaatkan game menjadi sector bisnis dan usaha yang meraup keuntungan bagi pecinta game online. [2]Agung Salim menyimpulkan bahwa perilaku belajar mahasiswa mampu mengimbangi antara bermain game online dan belajar. Ketika waktu belajar digunakan untuk belajar dan waktu luang matkul mereka gunakan untuk bermain game online dan kegiatan yang positif lainnya. Penelitian ini hampir sesuai dengan penelitian saya bahwa bermain game online diperbolehkan asal bisa membagi waktu. Apalagi di dunia E-SPORT rata-rata pemain game online berusia muda minimal dari usia 16 tahun dan masih berstatus pelajar. [3]Faidillah Kurniawan jurusan Pendidikan Kepelatihan Olahraga Fakultas Keolahragaan Universitas Negeri Yogyakarta dengan judul “E-SPORT dalam Fenomena Olahraga Kekinian” menyimpulkan bahwa belum banyak khalayak masyarakat khususnya di Indonesia belum sepenuhnya dapat memahami dan memaknai salah satu olahraga kekinian ini. Untuk jurnal dari Faidillah Kurniawan membahas secara meluas dari pada saya, tujuan yang sama namun alokasi saya di organisasi daerah Sidoarjo.

[4]A.Anditha Sari dan Jahid Syaifullah dari Prodi Komunikasi Massa, Poltek Indonesia, Surakarta, 2019 dengan judul “Perilaku Komunikasi Organisasi dalam Sosialisasi Program Kerja di Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar” menyimpulkan bahwa bersosialisasi terhadap organisasi sangatlah berpengaruh demi kepentingan bersama agar tidak terjadi *miss communication* secara sepihak. Menghargai pendapat orang lain juga menurunkan ego dapat menjaga keharmonisan organisasi itu sendiri, apa lagi di dunia E-SPORT yang di dominasi anak remaja di era milenial ini. [5]Lucy Pujasari Supratman menyimpulkan menyatukan pola komunikasi organisasi untuk memajukan sebuah organisasi dan meningkatkan kinerja yang solid antara manager divisi dan staff. [6]Indriyanti memberikan kesimpulan bahwa mengkonsep organisasi secara menyeluruh untuk memberikan informasi di berbagai struktur organisasi agar penyampaian informasi tidak terhambat. [7]Didik Sugeng Widianto menyimpulkan penyampaian pesan dari atasan ke bawahan dapat mempengaruhi kinerja dari bawahan bila tidak memenuhi harapan para bawahan, menurunnya motivasi kerja bawahan sangat berpengaruh pada kinerja dan produktivitas bawahan.

[8]Komunikasi organisasi adalah proses komunikasi di dalam latar kepentingan organisasi. Organisasi adalah kegiatan-kegiatan sejumlah orang yang di koordinasi kearah pencapaian tujuan bersama, yang merupakan kekuatan social yang khas dari masyarakat industry dan panca-industry. Organisasi tidak akan eksis tanpa adanya komunikasi. Tidak akan memungkinkan terjadinya koordinasi kerja yang diharapkan, kerja sama yang baik antara pimpinan dan bawahan tidak mungkin tercipta sebab mereka tidak berkomunikasi secara kebutuhan dan perasaanya satu sama lain.

[9]Strategi komunikasi adalah suatu perencanaan komunikasi untuk mencapai suatu tujuan. Untuk menyusun strategi komunikasi, ada banyak faktor pendukung yang harus dipertimbangkan. Pace, R. Wayne & Faules 2006. Menurut Effendy pola komunikasi organisasi adalah suatu proses yang dirancang untuk mewakili kenyataan keterpautannya unsur-unsur yang dicakup beserta keberlangsungannya secara sistematis dan logis. Artinya, bahwa komunikasi itu tergantung pada kekuatan-kekuatan yang bekerja dalam organisasi tersebut, yang ditunjukkan oleh mereka yang melakukan pengiriman dan penerimaan pesan.

Definisi fungsional komunikasi organisasi yaitu sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Sedangkan definisi interpretif komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi.

II. Metode

[10]Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah suatu proses inkuiri (pertanyaan/investigasi) mengenai pemahaman suatu hal untuk mendapatkan data, informasi, teks pandangan-pandangan responden yang menggunakan beragam metodologi dalam suatu masalah atau fenomena sosial atau kemanusiaan. Observasi merupakan teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian untuk melakukan pengamatan secara langsung dilapangan dengan cara mengamati, mencatat dan menganalisa objek yang akan diteliti. Teknik ini digunakan untuk mengamati bagaimana proses komunikasi organisasi di Gaming House NHS *E-Sport* Sidoarjo. Wawancara salah satu metode yang dipakai di kualitatif untuk mendapatkan informasi penelitian langsung dari narasumber secara akurat. Dengan ini penyampaian secara face to face menjadi sangat konkret demi kemajuan pola komunikasi organisasi di NHS *E-Sport* Sidoarjo. Grounded adalah metode penelitian yang dilaksanakan dengan mengadakan data yang ada di lapangan, baik dalam perumusan masalah, membangun hipotesis, maupun penarikan simpulan penelitian. Oleh karena itu penelitian ini sangat bergantung pada pengalaman dan kredibilitas peneliti.

Menurut Sugiyono teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data.

1. Teknik wawancara. Menurut Esterber dalam wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui Tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu.
2. Studi Dokumen. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber non insani. Sumber itu terdiri dari dokumen dan rekaman. Lincoln dan Guba, mengartikan rekaman sebagai setiap tulisan atau pernyataan yang dipersiapkan oleh atau untuk individual atau organisasi dengan tujuan membuktikan adanya suatu peristiwa. Studi dokumen merupakan pelengkap dari penggunaan metode observasi dan wawancara dalam penelitian kualitatif.

Pola komunikasi merupakan bentuk-bentuk komunikasi untuk mempengaruhi melalui sinyal atau simbol yang dikirimkan dengan cara mengajak secara bertahap maupun sekaligus, pola komunikasi di sini akan lebih mempunyai arti jauh ketika dikaitkan dengan prinsip-prinsip komunikasi dalam merealisasikan bentuk komunikasi. Komunikasi berdasarkan bentuknya, dibagi kepada:

1. Komunikasi Antar Personal atau yang lebih dikenal dengan Interpersonal: komunikasi yang terjadi antar komunikator dengan komunikan secara langsung dengan cara berhadapan muka atau tidak. Komunikasi seperti ini lebih efektif karena kedua belah pihak saling melancarkan komunikasinya dan dengan feedback keduanya melaksanakan fungsi masing - masing.
2. Komunikasi Kelompok: adalah komunikasi yang terjadi antara seseorang dan kelompok tertentu. Komunikasi kelompok dapat dipetakan menjadi 3 kelompok komunikasi :David Krech dalam Miftah Thoha yaitu;
 - a. Small group (kelompok yang berjumlah sedikit) Kelompok kecil merupakan komunikasi yang melibatkan sejumlah orang dalam interaksi satu dengan yang lain dalam suatu pertemuan yang bersifat berhadapan.
 - b. Medium group (agak banyak) Komunikasi dalam kelompok sedang lebih mudah karena dapat diorganisir dengan baik dan terarah, misalnya komunikasi antara satu bidang dengan bidang yang lain dalam organisasi atau perusahaan.
 - c. Large group (jumlah banyak) Kelompok besar merupakan komunikasi yang melibatkan interaksi antara kelompok dengan individu, individu dengan kelompok, kelompok dengan kelompok. Komunikasinya lebih sulit dibandingkan dengan dua kelompok di atas karena tanggapan yang diberikan komunikan lebih bersifat emosional.
3. Komunikasi Massa: adalah komunikasi yang menggunakan media sebagai alat atau sarana bantu, biasanya menggunakan media elektronik seperti Televisi, Radio, Surat kabar, Majalah dan lain - lain.

[11]Pola komunikasi adalah sebuah bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam porses pengiriman pesan dengan cara yang tepat agar pesan dapat dengna mudah dipahami.

[12]Dari pemaparan yang ada tentang pola dan bentuk komunikasi maka ditarik kesimpulan bahwa unsur-unsur komunikasi harus mampu menjadi sebuah pemahaman yang berarti ketika kita mencoba untuk berkomunikasi baik antar pribadi, kelompok atau massa, yang harus diperhatikan dalam menjalankan pola komunikasi harus menggunakan prinsip-prinsip komunikasi sebagai kajian terhadap kondisi psikologi komunikan yang dihadapi.

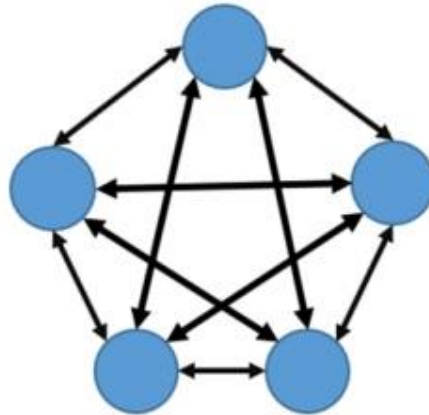
III. Hasil dan Pembahasan

Setelah tahap pra-lapangan selesai, peneliti menggali informasi secara langsung dari narasumber. Tahap pra-lapangan sendiri berupa permintaan izin kepada informan dan mengonfirmasi serta menyusun semua persyaratan untuk proses observasi dan wawancara. Setelah tahap itu, peneliti melakukan langkah – langkah antara lain mewawancarai informan secara mendalam untuk mengumpulkan data atau informasi terkait dengan pola komunikasi organisasi. Langkah selanjutnya adalah observasi langsung ke lokasi GH (Gaming House) NHS E-SPORT di pusat kota Sidoarjo untuk mengetahui langsung pola komunikasi organisasi mereka. Dan juga dokumentasi juga menjadi bukti bahwa peneliti sudah melakukan penelitiannya dengan informan.

[13] Dalam penelitian tentang pola komunikasi organisasi ini, data peneliti digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian. Selama melakukan penelitian, team NHS E-SPORT menggunakan [14] 3 pola komunikasi, yaitu :

1. Pola Bintang (Pola Menyeluruh)

Pola bintang yaitu seluruh anggota dan pemimpin memiliki kesempatan yang sama untuk menyampaikan pesan atau informasi sebagai bentuk komunikasi yang dilakukan. Pola komunikasi seperti ini biasanya terjadi dalam momen – momen seperti rapat, diskusi, atau juga dalam sebuah kelompok yang bersifat partisipasi. Kelebihan dari pola ini adalah informasi akan diterminalkan karena setiap orang mendapatkan informasi dari seluruh anggota organisasi.



Gambar 3.1 Pola Komunikasi Bintang (Pola Menyeluruh)

Sumber : Gamal Thabroni (2022)

Pola ini dilakukan secara alami oleh NHS E-SPORT saat melakukan briefing, diskusi pengambilan tujuan secara musyawarah, dan evaluasi setelah latihan atau kompetitif. Sering sekali melakukan pengembangan strategi didalam game. Contoh halnya coach menyampaikan informasi kepada informan lainnya.pnngurus

2. Pola Bersambung (Pola Rantai)

Pola bersambung atau rantai adalah pola yang menawarkan aliran informasi yang lebih seimbang antar anggota meski dua individu (yang berada di kedua ujung rantai) hanya berinteraksi dengan satu orang lain. Pola komunikasi ini menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan pemimpin kepada bawahan sangat tinggi atau bahkan pemimpin benar – benar memberikan kewenangan kepada anggotanya.

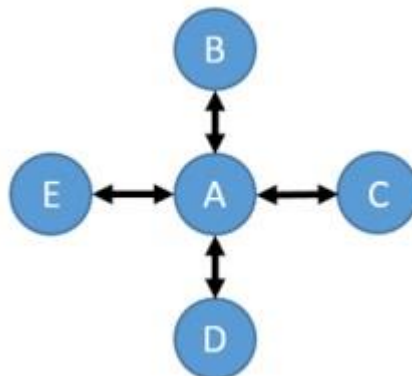


Gambar 3.2 Pola Komunikasi Bersambung (Rantai)
 Sumber : Gamal Thabroni (2022)

Pola komunikasi organisasi ini digunakan dalam kompetitif, karena tata letak *stage* (panggung) dan tempat duduk lebih sering sejajar. Jadi komunikasi yang di terapkan saling bertukar oleh informan di sampingnya. Coach sudah mempercayai semua anggota organisasi.

3. Pola Roda

[15]Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak, informasi dan memecahkan masalah dengan persetujuan anggota lainnya. Pola roda adalah jaringan yang paling tersentralisasi dengan satu orang berada di posisi tengahnya.



Gambar 3.3 Pola Komunikasi Roda
 Sumber : Gamal Thabroni (2022)

Pola roda selalu keluar secara alami pada moment evaluasi setelah event/kompetitif. Karena sentral tertuju oleh kapten squad/team, coach dan lainnya yang kedudukannya tinggi secara structural.

Hasil wawancara dengan Hafiedh Ihza Mahendra selaku CEO dan para player dari team NHS E-SPORT sendiri mendapatkan komentar yang positif bagi team yang sudah di bangunnya. Sangat bangga dengan bibit professional player yang beliau asuh. Ada juga hasil wawancara dengan pelatih-pelatih di berbagai divisi NHS E-SPORT, attitude yang baik dan sudah di kembangkan dari pola komunikasi organisasi para player sangat memahami sebuah informasi yang di sampiakan dari coach mereka masing-masing. Instruksi dari coach mudah mereka pahami.

IV. Simpulan

Baik pelaksanaan maupun hasil dari kegiatan penelitian yang sudah dilaksanakan memiliki perubahan dari yang sebelumnya. NHS E-SPORT Sidoarjo semakin maju dan mendapatkan berbagai macam prestasi yang khususnya di dunia games, kelancaran informasi yang sudah di pola dalam organisasi atau team ini untuk tidak toxic atau miss komunikasi. Awal dari terbentuknya pola komunikasi organisasi dalam team akan membuat semangat berkompetitif, menjadi prestasi di luar lingkup sekolah, membanggakan nama kota juga dan solidaritas yang kuat.

Esports bukan lagi sekadar suatu permainan *video game* untuk kesenangan belaka melainkan adalah jenis olahraga yang memberi manfaat positif baik kepada individu, kolektif individu atau institusi maupun negara. Bagi negara Indonesia manfaat esports berpotensi menjadi sumber *soft power*, terutama bila mendapat dukungan dari kalangan anak muda sebagai generasi penerus yang akan membangun dan menikmati hasilnya kelak.

Perubahan pola komunikasi organisasi di dalam NHS E-SPORT membuat karir serta team meraih prestasi yang gemilang. Penyampaian informasi dapat diterima dengan optimal. Feedback antar anggota team juga salah satu dari pola komunikasi organisasi untuk kemajuan bersama. Menurunkan ego adalah hal yang utama.

Ucapan Terima Kasih

Terima kasih kepada pihak-pihak yang telah membantu pelaksanaan penelitian ini, dosen pembimbing Didik Hariyanto, S.Sos., M.Si, Dr. yang telah mendukung dengan adanya sarana prasarana penelitian. Universitas Muhammadiyah Sidoarjo yang telah membimbing dan membantu dalam pelaksanaan penelitian ini. NHS E-SPORT Sidoarjo sebagai narasumber dalam penelitian ini.

References

- [1] M. S. Maula, "Trend E-Sport Pada Komunitas UINSA E-Sport UIN Sunan Ampel Surabaya," *Trend E-Sport Pada Komunitas UINSA E-Sport UIN Sunan Ampel Surabaya*, 3 Februari 2021.
- [2] A. Salim, "Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tabiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar," *Pengaruh Game Online Terhadap Perilaku Belajar Mahasiswa Jurusan Pendidikan Agama Islam Fakultas Tabiyah dan Keguruan UIN Alauddin Makassar*, 17 November 2016.
- [3] F. Kurniawan, "E-Sport Dalam Fenomena Olahraga Kekinian," *E-Sport Dalam Fenomena Olahraga Kekinian*, 2019.
- [4] A. A. d. Jahid, "Perilaku Komunikasi Organisasi Dalam Sosialisasi Program Kerja di Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar," *Perilaku Komunikasi Organisasi Dalam Sosialisasi Program Kerja di Desa Wonorejo Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar*, 2019.
- [5] L. Pujasari, "Pola Komunikasi Organisasi Kepemimpinan Strategis di PT Telkomsel," *Pola Komunikasi Organisasi Kepemimpinan Strategis di PT Telkomsel*, 2018.
- [6] Indriyanti, "Pola Komunikasi Organisasi di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar," *Pola Komunikasi Organisasi di Kantor Kecamatan Tallo Kota Makassar*, 2018.
- [7] D. S. W., "Pola Komunikasi Organisasi : Komunikasi Vertikal Pada CV. Kios Cetak Utama Surabaya," *Pola Komunikasi Organisasi : Komunikasi Vertikal Pada CV. Kios Cetak Utama Surabaya*, 1 Maret 2018.
- [8] J. T. d. G. J. W. Gracia Febriana, "Pola Komunikasi Pimpinan Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota Di LPM (Lembaga Pers Mahasiswa)," *Pola Komunikasi Pimpinan Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Anggota Di LPM (Lembaga Pers Mahasiswa)*, 2017.
- [9] Y. C. W. N., "Pola Komunikasi Kelompok Squad AIZEN ASANO Game Mobile Legend di Semarang," *Pola Komunikasi Kelompok Squad AIZEN ASANO Game Mobile Legend di Semarang*, 22 Desember 2022.
- [10] I. W. Amanda, "Pola Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Bener Meriah (HIMABEM) Di Kota Medan Dalam Meningkatkan Solidaritas Keanggotaan," *Pola Komunikasi Organisasi Himpunan Mahasiswa Bener Meriah (HIMABEM) Di Kota Medan Dalam Meningkatkan Solidaritas Keanggotaan*, 22 Desember 2022.

- [11] M. Riadi, "Pengertian, Jenis dan Bentuk Pola Komunikasi," *Pengertian, Jenis dan Bentuk Pola Komunikasi*, 16 Januari 2023.
- [12] A. M. d. M. R. Hambali, "Pola Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi," *Pola Komunikasi Organisasi Dalam Pengembangan Program Studi Ilmu Komunikasi*, 2 Desember 2018.
- [13] C. C. S., "Pola Komunikasi Virtual Dalam Percakapan Tim Game Online Valorant Dalam Menyusun Strategi.," *Pola Komunikasi Virtual Dalam Percakapan Tim Game Online Valorant Dalam Menyusun Strategi.*, 20 Juli 2022.
- [14] G. Thablioni, "Bentuk Pola Komunikasi, Pengertian dan Contohnya," *Bentuk Pola Komunikasi, Pengertian dan Contohnya*, 2021.
- [15] Y. D. Restiana, "Pola Komunikasi Komunitas Game Online COC (Clash Of Clans) Salatiga Cover-Cover Dalam Mempertahankan Identitas," *Pola Komunikasi Komunitas Game Online COC (Clash Of Clans) Salatiga Cover-Cover Dalam Mempertahankan Identitas*, 31 Agustus 2016.