

## POLA KOMUNIKASI PERTEMUAN OFFLINE KOMUNITAS INSTA NUSANTARA BANDUNG

**Intan Kurniawati, Roro Retno Wulan, dan Indra N. A Pamungkas**  
Universitas Telkom

### ABSTRAK

**Manusia** dilahirkan sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia perlu bergabung dengan komunitas agar dapat berbaur dengan manusia lainnya yang memiliki kesamaan latar belakang, hobi, minat, dan keahlian. Komunitas Insta Nusantara Bandung bertujuan untuk memperkenalkan dan turut melestarikan keindahan alam dan keanekaragaman budaya Indonesia melalui fotografi, serta sebagai tempat berkumpulnya manusia-manusia yang memiliki hobi yang sama, yaitu fotografi. Pada suatu komunitas tentu terdapat proses komunikasi di dalamnya. Penelitian ini meneliti pertemuan offline yang diadakan oleh Insta Nusantara Bandung. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui isi pesan yang dipertukarkan, arah aliran informasi, dan pola komunikasi pertemuan offline komunitas. Penelitian ini bersifat kualitatif yang diuraikan secara deskriptif. Berdasarkan hasil observasi dan wawancara mendalam, terdapat pertukaran isi pesan yang beragam. Terdapat pesan informatif dan pesan persuasif. Arah aliran informasi berupa komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, serta komunikasi informal, pribadi, atau selentingan. Pola komunikasi yang terbentuk saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah pola komunikasi bintang atau semua saluran (all channels). Pola komunikasi ini dapat mempererat hubungan interpersonal antar anggota komunitas.

**Kata-kata Kunci:** Isi pesan, arah aliran informasi, pola komunikasi, komunitas, fotografi

## *COMMUNICATION PATTERNS OF INSTA NUSANTARA BANDUNG COMMUNITY OFFLINE MEETING*

### *ABSTRACT*

*Humans are born as social beings who can not live alone. Humans need to join the community in order to mingle with other human beings who have the same background, hobbies, interests, and skills. Insta Nusantara Bandung aims to introduce and helped preserve the natural beauty and diversity of Indonesian culture through photography, and as a gathering place for human beings who have the same hobby, which is photography. In a community certainly there is a process of communication in it. This study examined the offline meeting that held by Insta Nusantara Bandung. The purpose of this study was to determine the content of messages exchanged, the direction of flow of information, and communication patterns of offline meeting Insta Nusantara Bandung. This is a qualitative study described descriptively. Based on the results of observation and in-depth interviews, there are diverse content of the message exchanged. There is an informative message and persuasive message. The direction of flow of information that occurred downward communication, upward communication, communication horizontally, and informal communication. Communication patterns are formed when an offline meeting Insta Nusantara Bandung is the communication patterns of stars or all channels. These communication patterns can strengthen interpersonal relationships between members of Insta Nusantara Bandung..*

**Keywords:** *Message content, direction of information flow, communication patterns, community, photography*

## PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri. Manusia pasti membutuhkan manusia lainnya dalam kehidupan sehari-hari. Tidak menutup kemungkinan manusia membuat suatu komunitas atau bergabung dengan komunitas agar dapat berbaur dengan manusia lainnya yang memiliki kesamaan latar belakang, hobi, minat, dan keahlian, untuk meningkatkan keahlian yang dimiliki, menyalurkan hobi, menunjang eksistensi diri, serta dapat memperluas pertemanan.

Banyaknya media sosial saat ini semakin mendorong manusia untuk menciptakan suatu komunitas di dunia maya karena media sosial memudahkan manusia untuk berkomunikasi, berinteraksi, memperoleh dan menyebarkan informasi, menunjukkan eksistensi diri, dan lain sebagainya. Salah satunya adalah Instagram.

Saat ini pengguna Instagram mencapai 400 juta pengguna dan telah melampaui pengguna Twitter yang berada di kisaran 316 juta pengguna (Rahman, 2015). Hal ini membuktikan bahwa Instagram merupakan media sosial yang jumlah penggunaannya terus meningkat setiap tahunnya, bahkan mengalahkan Twitter yang lebih dulu hadir.

Sebanyak 75% pengguna Instagram berada di luar Amerika Serikat. Lebih dari 100 juta pengguna baru Instagram tinggal di Eropa dan Asia. Indonesia termasuk pengguna Instagram terbesar ketiga di dunia, setelah Brazil dan Jepang (Noor, 2015).

Website resmi Instagram mengungkapkan bahwa lebih dari 80 juta foto maupun video yang diunggah pengguna melalui Instagram dalam sehari dan jumlah menyukai (like) foto maupun video sekitar 3,5 milyar per hari. Dari penjelasan tersebut, dapat dikatakan bahwa Instagram merupakan media sosial yang populer hingga saat ini dan diakses setiap hari oleh pengguna.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi (sharing) foto maupun video. Instagram juga memberi kemudahan pada pengguna untuk mengambil foto, mengedit foto yang akan diunggah, dan dapat dihubungkan dengan media sosial yang lain, seperti Facebook, Twitter, Tumblr, Flickr, dan Foursquare.

Hadirnya media sosial Instagram mendorong sekelompok orang yang ingin

memperluas pertemanan dan memiliki kesamaan latar belakang, hobi, minat, keahlian, untuk membuat suatu komunitas di dunia maya. Komunitas online ini juga memudahkan dalam menyampaikan dan menyebarkan informasi serta bertukar gagasan, tanpa harus saling bertemu secara langsung.

Instagram merupakan salah satu media sosial yang digunakan komunitas untuk menunjukkan eksistensi diri mereka. Para pecinta dunia fotografi senang akan kehadiran Instagram karena dapat memamerkan hasil jepretan kamera mereka di dunia maya sehingga karya mereka dapat dinikmati oleh siapapun. Mereka juga dapat melihat hasil karya dari fotografer Indonesia maupun mancanegara, serta dapat mengetahui tempat-tempat menarik yang dapat dikunjungi untuk hunting foto. Kemudahan Instagram dalam berbagi foto dan video, telah mempertemukan orang-orang yang memiliki ketertarikan pada bidang yang sama, yaitu fotografi. Pada akhirnya, sekumpulan orang tersebut menciptakan suatu komunitas fotografi.

Insta Nusantara merupakan komunitas yang terbentuk karena hadirnya Instagram yang memberi kemudahan pengguna untuk berbagi foto dan video. Insta Nusantara adalah komunitas yang bertujuan untuk memperkenalkan serta turut melestarikan keindahan alam dan keanekaragaman budaya Indonesia melalui fotografi. Insta Nusantara merupakan komunitas Indonesia terbesar di Instagram menurut Media Ponsel edisi 23 bulan Mei tahun 2014.

Andi Afriansyah mendirikan Insta Nusantara pada 1 Maret 2012. Seiring dengan berjalannya waktu, Insta Nusantara berkembang menjadi komunitas yang memiliki perwakilan regional. Saat ini telah ada 17 regional, yaitu IN Jakarta, IN Bandung, IN Surabaya, IN Malang, IN DIY, IN Kuningan, IN Bali, IN Medan, IN Gorontalo, IN Semarang, IN Manado, IN Ambon, IN Banjar, IN Kepulauan Riau, IN Makassar, IN Palu, dan IN Palangka Raya.

Menurut Andi Afriansyah, komunitas Insta Nusantara tidak hanya berkomunikasi melalui aplikasi messenger maupun media sosial saja. Komunitas tersebut juga rutin mengadakan pertemuan secara langsung atau tatap muka di suatu tempat untuk sharing setiap minggunya. Jadi, dapat dikatakan komunitas ini bergerak secara online dan offline.

Dari berbagai regional Insta Nusantara,

peneliti tertarik untuk meneliti Insta Nusantara Bandung. Seperti yang dikatakan Andi Afriansyah bahwa komunitas ini rutin mengadakan pertemuan tatap muka setiap minggu. Ia mengatakan bahwa Insta Nusantara Bandung terbilang aktif mengadakan pertemuan tatap muka dan kegiatan hunting foto bersama. Pernyataan tersebut diindahkan oleh ketua Insta Nusantara Bandung, Lanang Andhyka. Insta Nusantara Bandung memang rutin mengadakan pertemuan tatap muka setiap hari Jumat pukul 19.00 di Angkringan Mas Djo yang berlokasi di Jl. Gelap Nyawang (seberang MBA ITB).

Dalam penelitian ini, peneliti akan meneliti kegiatan pertemuan tatap muka yang diadakan oleh komunitas online atau biasa disebut dengan pertemuan offline yang dilaksanakan oleh Insta Nusantara Bandung karena mereka lebih sering berinteraksi dalam kehidupan nyata daripada di dunia maya. Dalam dunia maya hanya sekedar mengunggah foto di Instagram dan menyebarkan informasi mengenai pertemuan tatap muka melalui aplikasi messenger. Jika ada kegiatan yang akan dilaksanakan oleh Insta Nusantara Bandung, mereka membicarakannya pada saat pertemuan tatap muka berlangsung. Penelitian ini meneliti pertukaran isi pesan yang terjadi di balik layar Insta Nusantara Bandung. Pembicaraan yang terjadi dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung dapat dimunculkan dalam ranah online-nya, yaitu akun instagram @instanusantarabandung.

Dapat dikatakan Insta Nusantara Bandung merupakan komunitas yang terorganisir karena memiliki AD/ART yang menjadi acuan dalam melaksanakan kegiatan komunitas dan harus dipatuhi oleh seluruh anggota. Masing-masing regional juga memiliki struktur organisasi agar pembagian tugas lebih jelas demi mencapai tujuan komunitas. Insta Nusantara juga telah tergabung dalam badan hukum di Indonesia. Hingga saat ini, Insta Nusantara Bandung memiliki 96 anggota. Dari penjelasan tersebut, dapat terlihat bahwa komunikasi yang terjadi dalam Insta Nusantara Bandung adalah komunikasi organisasi.

Dalam pertemuan offline yang dilaksanakan Insta Nusantara Bandung akan terlihat bentuk komunikasi organisasinya melalui bagaimana pertukaran isi pesan antara ketua dengan anggota maupun antar sesama anggota, bagaimana arah aliran informasi yang terjadi, apakah komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah,

komunikasi horizontal, maupun komunikasi informal, pribadi, dan selentingan, kemudian pertukaran isi pesan dan arah aliran informasi akan membentuk suatu pola komunikasi pada Insta Nusantara Bandung. Adapun yang menjadi fokus penelitian ini adalah: (1) Bagaimana isi pesan yang dipertukarkan saat pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung?, (2) Bagaimana arah aliran informasi pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung?, (3) Bagaimana pola komunikasi pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung?

Menurut Mulyana (2007: 83), komunikasi organisasi terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Dalam Bungin (2006: 274), suatu organisasi sebenarnya memiliki karakter yang hampir sama dengan kelompok, perbedaannya adalah pada jumlah anggota yang lebih banyak dan struktur yang lebih rumit, maka norma-norma organisasi juga lebih kompleks. Organisasi memiliki suatu jenjang jabatan ataupun kedudukan yang memungkinkan semua individu dalam organisasi tersebut memiliki perbedaan posisi yang sangat jelas. Masing-masing orang dalam posisi tersebut memiliki tanggung jawab terhadap pekerjaannya. Dengan demikian, komunikasi organisasi adalah komunikasi antarmanusia yang terjadi dalam konteks organisasi, di mana terjadi jaringan-jaringan pesan satu sama lain yang saling bergantung satu sama lain.

Komunikasi merupakan penyampaian suatu pesan dari komunikator kepada komunikan. Oleh karena itu, fokus penelitian ini meneliti pertukaran isi pesan yang terjadi saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung. Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang akan disampaikan oleh pengirim atau diterima oleh penerima. Pada umumnya, pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda, atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan direspons oleh penerima (Suryanto, 2015: 175). Terdapat dua bentuk pesan dalam Suryanto (2015: 182), yaitu sebagai berikut: Informatif, yaitu untuk memberikan keterangan fakta dan data kemudian komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri. Dalam situasi tertentu, pesan informatif lebih berhasil dibandingkan pesan persuasif. Persuasif, yaitu bujukan, artinya membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan

akan mengubah sikap penerima pesan. Perubahan ini dilakukan atas kehendak sendiri. Perubahan seperti ini, bukan dipaksakan, melainkan diterima dengan keterbukaan dari penerima.

Arah aliran informasi organisasi adalah informasi yang berpindah dari seseorang yang kedudukannya lebih tinggi kepada orang lain yang kedudukannya lebih rendah, dan informasi yang bergerak dari suatu jabatan yang kedudukannya lebih rendah kepada jabatan yang lebih tinggi, serta informasi yang bergerak di antara orang-orang dalam jabatan atau tingkatan yang sama, dan tidak ketinggalan informasi yang bergerak diantara orang-orang yang tidak menjadi atasan atau bawahan satu sama lainnya. Sehingga menurut Pace dan Faules (2006: 183), arah aliran informasi adalah komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi informal, pribadi, atau selentingan.

Arah aliran informasi yang dibentuk oleh Insta Nusantara Bandung membantu pimpinan komunitas dalam memberi instruksi tugas, informasi, balikan, dan sebagainya. Juga, membantu bawahan dalam mengajukan pertanyaan, menyampaikan ide atau gagasan kepada atasan, dan memberi saran. Pada komunikasi horizontal akan membantu anggota Insta Nusantara Bandung dalam mengkoordinasikan tugas-tugas, penyampaian informasi dan memecahkan masalah antar anggota yang memiliki kedudukan yang sama, serta mengembangkan hubungan interpersonal satu dengan yang lain. Dalam suatu organisasi, khususnya Insta Nusantara Bandung, komunikasi yang terjadi tidak selalu formal, seperti komunikasi ke atas, komunikasi ke bawah, komunikasi horizontal, namun dapat terjadi juga komunikasi informal atau bisa disebut sebagai komunikasi selentingan. Salah satu tantangan besar dalam komunikasi organisasi adalah bagaimana menyampaikan informasi ke seluruh bagian organisasi dan bagaimana menerima informasi dari seluruh bagian organisasi (Pace dan Faules 2006: 170). Organisasi yang dapat menyampaikan informasi dan menerima informasi dari seluruh bagian organisasi dengan baik, tentu akan bertahan. Oleh karena itu, peneliti ingin meneliti bagaimana arah aliran informasi yang terbentuk dalam Insta Nusantara Bandung sehingga komunitas tersebut tetap bertahan hingga saat

ini.

Pola komunikasi dapat dipahami sebagai bentuk atau hubungan antara dua orang atau lebih, dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Menurut Ruliana (2014: 80), pola komunikasi dalam suatu organisasi adalah bagaimana suatu pesan, termasuk arus informasi dan instruksi disampaikan secara rinci. Terdapat lima jenis pola komunikasi organisasi dalam Ruliana (2014: 80-81), yaitu pola komunikasi roda, pola komunikasi rantai, pola komunikasi Y, pola komunikasi lingkaran, dan pola komunikasi bintang/semua saluran (all channels).

Pola Komunikasi Roda yaitu semua laporan, instruksi, perintah kerja dan pengawasan terpusat pada satu orang yang memimpin empat bawahan atau lebih. Antara bawahan tidak dapat terjadi interaksi, mereka hanya dapat berkomunikasi dengan pemimpin saja. Pola Komunikasi Rantai yaitu terdapat lima tingkatan dalam jenjang hierarkinya dan hanya dikenal dengan komunikasi ke atas atau komunikasi ke bawah. Pola Komunikasi Y yaitu tidak jauh berbeda dengan pola komunikasi rantai, yaitu terdapat empat level jenjang hierarkinya. Satu supervisor mempunyai dua bawahan atau atasan yang dapat berbeda divisi. Pola Komunikasi Lingkaran yaitu semua anggota bisa terjadi interaksi pada setiap tiga tingkatan hierarkinya, tetapi tanpa ada kelanjutannya pada tingkatan yang lebih tinggi dan hanya terbatas pada setiap level. Pola Komunikasi Bintang/Semua Saluran (All Channels) yaitu dari semua tiga tingkatan tersebut dapat melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya. Semua saluran komunikasi antar tingkatan jenjang hierarkinya tidak dibatasi dan setiap anggota bebas melakukan interaksi pimpinan atau sebaliknya.

Pola komunikasi juga berhubungan dengan prestasi suatu organisasi. Organisasi yang dapat menyelesaikan permasalahan dengan cermat dan tepat berarti telah membangun pola komunikasi yang baik. Pada penelitian ini, peneliti ingin mengetahui pola komunikasi yang dibangun oleh komunitas Insta Nusantara Bandung sehingga terciptanya kekompakan. Pola komunikasi yang dibangun juga membantu dalam menyelesaikan permasalahan dan mencapai tujuan organisasi.

## METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif. Moleong (2014: 6) mendefinisikan penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll., secara holistik atau menyeluruh, dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Pengertian deskriptif menurut Kriyantono (2009: 67) adalah penelitian dengan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan observasi, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

Penelitian ini tidak bermaksud mencari hubungan atau sebab akibat dari variabel. Oleh karena itu pada penelitian ini tidak menggunakan hipotesis penelitian, tetapi menggunakannya dalam kegiatan pengumpulan data merupakan suatu keharusan (Bungin dalam Komariah 2013: 175).

Objek penelitian dalam penelitian ini adalah pola komunikasi pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung. Peneliti memfokuskan pada isi pesan, arah aliran informasi, dan pola komunikasi dalam Insta Nusantara Bandung yang akan membentuk pola komunikasi organisasi.

Penelitian ini menggunakan teknik Snowball Sampling, yaitu teknik penentuan sampel yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian membesar (Sugiyono, 2014: 157). Pada awalnya, peneliti menambahkan akun Line resmi Insta Nusantara, lalu peneliti menemukan user ID ketua Insta Nusantara dan melakukan pendekatan dengan ketua umum Insta Nusantara, yaitu Andi Afriansyah. Ia memberitahu bahwa Insta Nusantara rutin mengadakan pertemuan offline setiap minggunya. Ia menambahkan bahwa Insta Nusantara Bandung terbilang aktif mengadakan pertemuan offline. Andi Afriansyah memberikan kontak Line ketua Insta Nusantara Bandung kepada peneliti. Peneliti langsung menghubungi ketua Insta Nusantara Bandung, yaitu Lanang Andhyka, mengenai penyusunan skripsi yang berjudul Pola Komunikasi Pertemuan Offline Komunitas Insta Nusantara

Bandung. Lanang Andhyka memberikan saran mengenai anggotanya yang dapat membantu peneliti dalam memperoleh data. Selain Lanang Andhyka, peneliti mendapatkan dua tim admin dan dua anggota Insta Nusantara Bandung yang bersedia menjadi informan penelitian.

Untuk mendapatkan hasil yang maksimal dalam mencari tahu tentang pola komunikasi pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung, peneliti menentukan anggota Insta Nusantara Bandung yang dapat memberitahu mengenai penyampaian dan penyebaran pesan atau informasi dalam komunitas tersebut. Informan dalam penelitian ini harus yang aktif mengikuti pertemuan tatap muka komunitas Insta Nusantara Bandung sehingga dapat memberi informasi yang jelas, lengkap, dan akurat.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan triangulasi teknik. Triangulasi teknik adalah penggunaan beragam teknik pengungkapan data yang dilakukan kepada sumber data. Menguji kredibilitas data dengan triangulasi teknik, yaitu mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Dalam penelitian ini, peneliti mengungkapkan data tentang pola komunikasi pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung dengan teknik wawancara, lalu dicek melalui teknik observasi dengan hadir pada saat pertemuan tatap muka atau pertemuan offline berlangsung, kemudian dengan dokumentasi. Jika ternyata diperoleh situasi yang berbeda, maka peneliti perlu melakukan diskusi lebih lanjut dengan sumber data untuk memastikan data yang dianggap benar.

Penelitian ini menggunakan analisis data Model Miles dan Huberman (Satori & Komariah, 2013: 218) yang terdiri atas reduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), dan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*), yang dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya mencapai jenuh.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunitas Insta Nusantara Bandung merupakan suatu organisasi karena anggota Insta Nusantara Bandung berjumlah 96 orang. Komunitas tersebut juga memiliki struktur organisasi yang dibuat untuk memperjelas pembagian tugas masing-masing individu. Selain itu, komunitas tersebut juga memiliki

AD/ART yang harus dipatuhi seluruh anggota. Dengan adanya struktur organisasi dan AD/ART, seluruh anggota Insta Nusantara Bandung akan lebih terorganisir dalam mencapai tujuan organisasi. Jabatan tertinggi dipegang oleh Lanang Andhyka, sebagai ketua Insta Nusantara Bandung. Ia memiliki sekretaris, bendahara, penanggung jawab event, kurator, dan editor.

Fokus penelitian ini meneliti pertukaran isi pesan yang terjadi saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung. Isi pesan yang ditemui adalah tentang fotografi, yaitu teknik fotografi, hunting bersama, instagram, aplikasi edit foto, diskon alat-alat fotografi, dan event yang diadakan oleh Insta Nusantara Bandung maupun event dari luar komunitas.

Dalam pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung, tentu terdapat pesan informatif yang memberikan informasi berupa fakta atau data. Pesan informatif tersebut bisa diberikan oleh ketua maupun anggota. Pesan informatif yang disampaikan ketua maupun anggota pada saat pertemuan offline berlangsung adalah event Insta Nusantara Bandung maupun event luar komunitas, e-magazine, tawaran kerjasama, dan seragam komunitas.

Selain pesan informatif, terdapat pula pesan persuasif yang bertujuan untuk membujuk, mengajak, bahkan membangkitkan semangat para anggota Insta Nusantara Bandung agar berkontribusi dalam kegiatan komunitas. Pesan persuasif yang disampaikan ketua kepada anggotanya pada saat pertemuan offline berlangsung adalah menyampaikan ide kepada anggota, mengadakan event, penentuan tema, dan mengingatkan anggotanya untuk berkontribusi dalam kegiatan Insta Nusantara Bandung.

Komunikasi ke bawah memungkinkan seseorang dengan otoritas jabatan yang lebih tinggi memberikan informasi atau pesan kepada seseorang dengan otoritas jabatan yang lebih rendah. Komunikasi ke bawah dalam suatu organisasi dapat berupa instruksi tugas maupun penyampaian informasi atau pesan dari ketua kepada anggotanya. Menurut Lanang Andhyka selaku ketua Insta Nusantara Bandung, tidak ada komunikasi ke bawah dalam pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung karena ia tidak pernah memberi instruksi tugas kepada anggotanya.

Komunikasi yang mengalir dalam komunitas Insta Nusantara Bandung tidak

hanya berasal dari ketua saja, namun juga terjadi pergerakan informasi atau pesan dari otoritas jabatan yang lebih rendah, yaitu para anggota kepada ketuanya. Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung terdapat komunikasi ke atas berupa pertanyaan mengenai teknik fotografi serta ide dan saran mengenai suatu event, hunting bersama, dan tema untuk upload bersama setiap hari Minggu.

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang memiliki tingkat jabatan yang sama atau setara. Komunikasi horizontal dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung bertujuan untuk mengembangkan hubungan interpersonal. Interaksi antar sesama anggota dapat memperkuat hubungan dan menumbuhkan kekompakan. Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung terdapat komunikasi horizontal yang berupa saling memberikan informasi, seperti perlombaan foto dan diskon alat-alat fotografi.

Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung tidak hanya terdapat komunikasi yang formal, namun juga terdapat komunikasi informal, pribadi, dan selentingan. Terdapat komunikasi informal, pribadi, dan selentingan dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung yang berupa rumor dan gosip mengenai pengikut (*followers*) akun instagram Insta Nusantara, anggota Insta Nusantara Bandung maupun regional lain, dan komunitas yang memplagiat Insta Nusantara.

Insta Nusantara Bandung memiliki struktur organisasi agar pembagian tugas lebih jelas dan telah memiliki AD/ART yang menjadi acuan komunitas dalam melaksanakan kegiatannya. Insta Nusantara juga telah bergabung dengan badan hukum yang membuat komunitas ini lebih terorganisir dalam menjalankan kegiatan. Jabatan tertinggi dipegang oleh Lanang Andhyka, sebagai ketua Insta Nusantara Bandung. Ia memiliki sekretaris, bendahara, penanggung jawab event, kurator, dan editor. Kurator dan editor termasuk dalam tim admin.

Kurator merupakan bagian khusus untuk memilih foto terbaik yang akan diunggah melalui akun instagram @instanusantarabandung, sedangkan editor adalah bagian yang khusus untuk membuat caption foto. Kang Lanang menginginkan editor tidak menjiplak caption dari sumber lain, seperti Wikipedia. Kang Lanang memperbolehkan editor melihat sumber

lain sebagai referensi, namun editor tetap harus membuat caption dengan menggunakan kata-katanya sendiri. Hal tersebut juga dapat mengasah kreativitas para editor dalam merangkai kata untuk dijadikan caption foto. Kepada tim admin lah Kang Lanang menyampaikan informasi penting dari Insta Nusantara pusat yang berada di Malang. Setelah didiskusikan pada tim admin, maka tim admin akan mengemas informasi atau pesan tersebut agar dapat dipahami oleh seluruh anggota Insta Nusantara Bandung.

Dalam pertemuan offline setiap komunitas, pasti terjadi pertukaran isi pesan antara ketua dengan anggota maupun antar sesama anggota, tak terkecuali komunitas Insta Nusantara Bandung. Selain itu, salah satu tantangan dalam komunitas adalah bagaimana menyampaikan informasi atau pesan ke seluruh bagian komunitas dan bagaimana menerima informasi atau pesan dari seluruh bagian komunitas. Hal tersebut berkaitan erat dengan arah aliran informasi dalam suatu komunitas yang dapat berupa komunikasi formal dan komunikasi informal.

Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung telah terjadi pertukaran isi pesan antara ketua dengan anggota maupun antar sesama anggota. Dalam Suryanto (2015: 175), pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang akan disampaikan oleh pengirim atau diterima oleh penerima. Oleh karena itu, pesan harus disampaikan dengan bahasa yang dimengerti, kata-kata yang sederhana, dan mudah dicerna oleh komunikan.

Pesan yang dipertukarkan saat pertemuan offline pun tidak jauh-jauh dari dunia fotografi, mengingat Insta Nusantara Bandung merupakan komunitas yang bertujuan untuk memperkenalkan serta turut melestarikan keindahan alam dan keanekaragaman budaya Indonesia melalui fotografi. Salah satu pesan yang kerap dipertukarkan adalah mengenai teknik fotografi. Anggota bebas bertanya maupun berbagi pengetahuannya mengenai teknik fotografi. Berbagi mengenai teknik fotografi dirasa perlu karena anggota butuh pengetahuan yang lebih dalam mengenai teknik fotografi agar dapat mengoperasikan kamera, lensa, lightning, dan lain sebagainya dengan baik agar dapat menghasilkan foto yang bagus dan menakjubkan. Diskon alat-alat fotografi juga menjadi topik yang dibahas saat pertemuan offline.

Para informan juga mengungkapkan bahwa saat pertemuan offline berlangsung, pesan yang sering dilontarkan adalah mengenai hunting bersama atau mereka biasa menyebutnya dengan photowalk. Anggota biasanya dengan spontan mengajak anggota lainnya untuk pergi hunting foto ke suatu tempat pada akhir pekan. Dapat dikatakan bahwa Insta Nusantara Bandung mengadakan hunting bersama secara mendadak karena tidak direncanakan dari jauh-jauh hari.

Instagram beserta perkembangan dan fitur-fiturnya pun tidak luput dari topik pembahasan saat pertemuan offline berlangsung karena Insta Nusantara Bandung menggunakan instagram untuk memamerkan foto-foto hasil karya mereka dan untuk kegiatan upload bersama. Bagi sebagian anggota Insta Nusantara Bandung, foto yang akan diunggah ke instagram perlu diedit terlebih dahulu agar lebih menarik. Oleh karena itu, aplikasi edit foto di smartphone dan *personal computer* (PC) juga perlu dibahas saat pertemuan offline.

Pertukaran pesan mengenai event yang sedang atau akan diadakan oleh Insta Nusantara Bandung juga menjadi bahan obrolan saat pertemuan offline berlangsung. Tidak hanya event Insta Nusantara Bandung saja, event dari luar komunitas pun kerap dibicarakan. Pesan sendiri memiliki dua bentuk. Menurut Suryanto (2015: 182), terdapat dua bentuk pesan, yaitu informatif dan persuasif.

Pesan informatif berarti memberi keterangan fakta atau data kepada komunikan (Suryanto, 2015: 182). Pesan informatif dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung berupa informasi mengenai event yang akan diadakan oleh Insta Nusantara Bandung. Contohnya, kegiatan yang akan datang adalah pameran foto, maka kegiatan tersebut akan dibahas saat pertemuan offline dan anggota bebas menyampaikan ide dan saran demi kelancaran pameran foto. Event dari luar komunitas pun kerap jadi bahasan saat pertemuan offline, seperti perlombaan foto yang diadakan oleh universitas-universitas di Bandung. Anggota yang mengikuti perlombaan foto tersebut dapat terasah kreativitasnya karena tiap perlombaan foto memiliki tema foto yang berbeda-beda.

E-magazine merupakan suatu terobosan baru yang akan diluncurkan oleh Insta Nusantara. Informasi tersebut disampaikan oleh Lanang Andhyka, selaku ketua Insta Nusantara Bandung saat pertemuan offline berlangsung.

E-magazine dibuat karena Insta Nusantara ingin sesuatu yang berbeda dari komunitas lain. E-magazine Insta Nusantara sedang dalam tahap perancangan dan akan segera dirilis bulan depan. Ketua Insta Nusantara Bandung juga memberitahu anggotanya bahwa ada rencana untuk membuat seragam komunitas yang dapat menunjukkan identitas diri mereka sebagai anggota Insta Nusantara Bandung sehingga mereka dapat dikenali oleh masyarakat ketika sedang mengadakan kegiatan.

Kang Lanang juga kerap memberi informasi mengenai tawaran kerjasama dari pihak lain. Hal tersebut harus dibicarakan terlebih dahulu kepada anggotanya. Mereka harus tahu mengenai mekanisme kegiatan tersebut terlebih dahulu, apakah Insta Nusantara Bandung sebagai tamu atau penyelenggara. Dari pesan-pesan informatif yang disampaikan ketua Insta Nusantara Bandung, anggota dapat mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri, apakah mereka tertarik untuk mengikuti perlombaan foto, membuat seragam komunitas, dan menerima tawaran kerjasama dari pihak lain. Selaras dengan pernyataan Suryanto (2015: 182) bahwa pesan informatif yang disampaikan akan membuat komunikan mengambil kesimpulan dan keputusan sendiri.

Pesan persuasif, yaitu bujukan, artinya membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa yang disampaikan akan mengubah sikap penerima pesan (Suryanto, 2015: 182). Dalam pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung, Lanang Andhyka, selaku ketua, memancing anggotanya untuk berkontribusi dalam kegiatan Insta Nusantara Bandung dengan menyampaikan ide-ide yang ada dalam benaknya. Ide yang sering dilontarkannya adalah ingin mengadakan event. Pameran foto adalah event Insta Nusantara Bandung yang akan datang. Kang Lanang menginginkan para anggotanya menikmati seluruh proses kreatifnya, yang berarti para anggota diharapkan berkontribusi demi kelancaran pameran foto.

Penentuan tema untuk kegiatan upload bersama Insta Nusantara Bandung setiap hari Minggu juga termasuk pesan persuasif yang diberikan ketua kepada anggota saat pertemuan offline berlangsung. Ketua membangkitkan semangat para anggotanya dengan membebaskan anggotanya untuk menyampaikan ide atau saran mengenai tema yang akan digunakan untuk

minggu berikutnya. Penentuan tema ini juga bertujuan untuk mengasah kreativitas anggota Insta Nusantara Bandung karena dengan adanya tema tersebut, anggota akan berusaha memotret objek dengan sudut pandang yang berbeda sehingga akan menghasilkan foto yang bagus dan menakjubkan. Ketua juga tidak lupa mengingatkan para anggotanya untuk upload bersama Insta Nusantara Bandung setiap hari Minggu.

Pesan-pesan persuasif yang disampaikan Kang Lanang saat pertemuan offline dapat mengubah sikap penerima pesan, yaitu anggotanya. Anggota yang dulunya jarang berkontribusi dalam kegiatan Insta Nusantara Bandung dapat berubah menjadi anggota yang lebih baik. Anggota mulai berkontribusi dalam menyumbangkan ide atau saran untuk event maupun tema foto. Anggota yang dulunya jarang mengikuti upload bersama Insta Nusantara Bandung setiap hari Minggu, jadi mulai aktif mengikuti upload bersama. Perubahan dari anggota tersebut dilakukan karena kehendak sendiri. Selaras dengan pernyataan Suryanto (2015: 182) bahwa pesan persuasif akan mengubah sikap penerima pesan. Perubahan seperti ini, bukan dipaksakan, melainkan diterima dengan keterbukaan dari penerima.

Arah aliran informasi menurut Pace dan Faules (2006: 183) adalah informasi yang berpindah dari seseorang yang kedudukannya lebih tinggi kepada seseorang yang kedudukannya lebih rendah, informasi yang bergerak dari seseorang yang kedudukannya lebih rendah kepada seseorang yang kedudukannya lebih tinggi, informasi yang bergerak di antara orang-orang yang memiliki tingkat kedudukan yang sama atau setara, informasi yang bergerak melalui jalur informal, pribadi, dan selentingan. Arah aliran informasi dalam komunitas Insta Nusantara Bandung dapat berupa komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal, dan komunikasi informal, pribadi, dan selentingan.

Berdasarkan hasil penelitian melalui teknik wawancara kepada lima informan, mereka mengatakan bahwa tidak terdapat komunikasi ke bawah dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung. Mereka menganggap bahwa komunikasi ke bawah adalah komunikasi yang berisi instruksi tugas atau perintah dari ketua kepada anggota. Saat pertemuan offline berlangsung, tidak ada informasi dari ketua, yaitu

Lanang Andhyka, yang dapat dikategorikan sebagai instruksi tugas atau perintah.

Menurut analisa peneliti di lapangan yang didasari dengan teknik observasi dan didukung oleh penjelasan teori dari para ahli, dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung terdapat komunikasi ke bawah.

Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung, komunikasi ke bawah terjadi ketika Kang Lanang mengatakan bahwa ada tawaran kerjasama dengan pihak lain. Saat itu, Kang Lanang menjelaskan bahwa mendapat tawaran kerjasama dari pihak luar. Kang Lanang tidak langsung menerima tawaran tersebut. Ia harus memberitahu anggotanya dan mendiskusikannya bersama-sama saat pertemuan offline berlangsung. Pada saat pertemuan offline tersebut, Kang Lanang membentuk pemahaman para anggotanya mengenai tawaran kerjasama tersebut, apakah Insta Nusantara Bandung sebagai tamu atau bertindak sebagai penyelenggara suatu event.

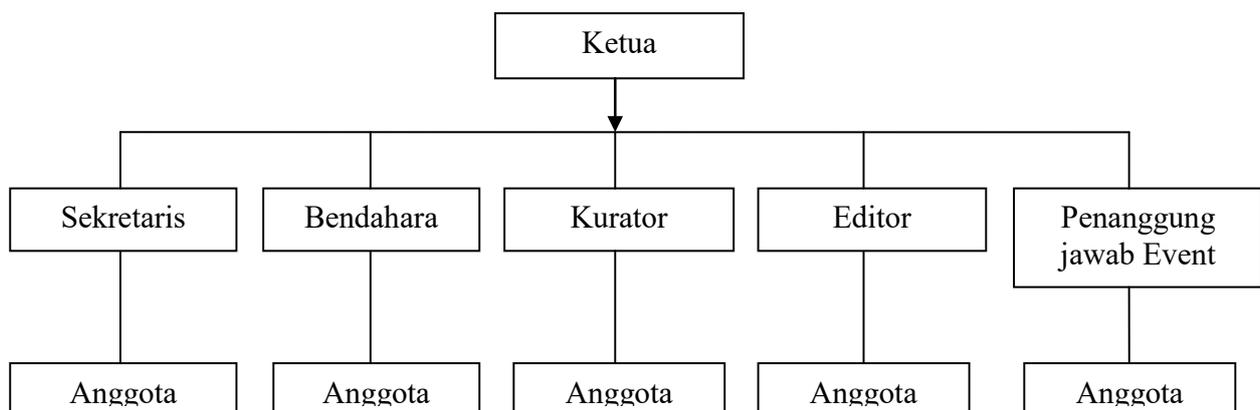
Membentuk pemahaman para anggotanya termasuk dalam komunikasi ke bawah dengan tipe rasional kerja. Selaras dengan pernyataan Pace dan Faules (2006: 184) bahwa rasional pekerjaan adalah pesan yang menjelaskan mengenai tujuan aktivitas dan bagaimana kaitan aktivitas tersebut dalam organisasi.

Komunikasi yang mengalir saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung tidak hanya berasal dari ketua kepada para anggotanya,

namun juga terjadi pergerakan informasi dari para anggota kepada ketua. Selaras dengan yang dipaparkan oleh Pace dan Faules (2006: 189) bahwa komunikasi ke atas berarti informasi atau pesan mengalir dari tingkat yang lebih rendah ke tingkat yang lebih tinggi.

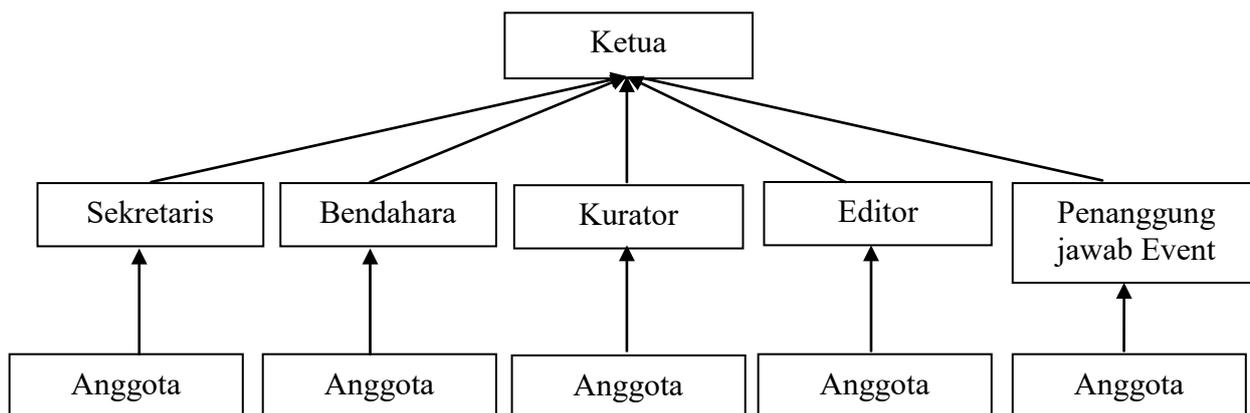
Komunikasi ke atas saat pertemuan offline berlangsung adalah anggota bebas mengajukan pertanyaan. Pertanyaan yang sering dilontarkan anggota kepada ketua adalah mengenai teknik fotografi. Kemudian, anggota juga sering memberi ide dan saran kepada ketua saat pertemuan offline berlangsung. Selaras dengan pernyataan Pace dan Faules (2006: 189) bahwa komunikasi ke atas memperkuat apresiasi dan loyalitas bawahan terhadap organisasi dengan cara memberikan kesempatan pada bawahan untuk mengajukan pertanyaan, mengajukan ide-ide, dan saran-saran tentang jalannya organisasi.

Ide yang paling sering diutarakan para anggota kepada ketua adalah mengenai hunting bersama. Para anggota memberi saran tempat yang harus dikunjungi untuk hunting foto. Ide mengenai tema foto untuk upload bersama setiap hari Minggu juga sering disampaikan kepada ketua. Mereka memberi ide tema dengan objek yang tidak sulit, yang mudah ditemui saja. Mereka juga memberi saran untuk event yang sedang atau akan diadakan oleh Insta Nusantara Bandung, seperti lokasi dan waktu, serta konsep acara.



Sumber: Olahan Penulis (2016)

**Gambar 1 Komunikasi ke Bawah**



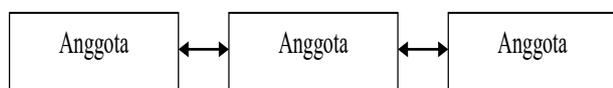
Sumber: Olahan Penulis (2016)

**Gambar 2 Komunikasi ke Atas**

Dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung juga terdapat informasi yang bergerak di antara orang-orang yang memiliki tingkat kedudukan yang sama atau setara. Selaras dengan pemaparan Pace dan Faules (2006: 195) bahwa komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan di antara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya.

Komunikasi horizontal yang terdapat pada pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah saling memberikan informasi. Selaras dengan yang diungkapkan oleh Pace dan Faules (2006: 195) bahwa fungsi komunikasi horizontal adalah saling berbagi informasi untuk perencanaan dan aktivitas-aktivitas.

Antar sesama anggota saling berbagi informasi mengenai perlombaan foto dan diskon alat-alat fotografi. Informasi perlombaan foto dari luar komunitas perlu disampaikan, mengingat para anggota Insta Nusantara Bandung memiliki kemampuan fotografi yang mumpuni sehingga anggota memiliki peluang untuk menang. Para anggota Insta Nusantara Bandung memang sejak awal hobi fotografi. Mereka akan menyediakan budget khusus untuk membeli alat-alat fotografi. Oleh karena itu, berbagi informasi mengenai diskon alat-alat fotografi adalah hal yang sering disampaikan saat pertemuan offline.



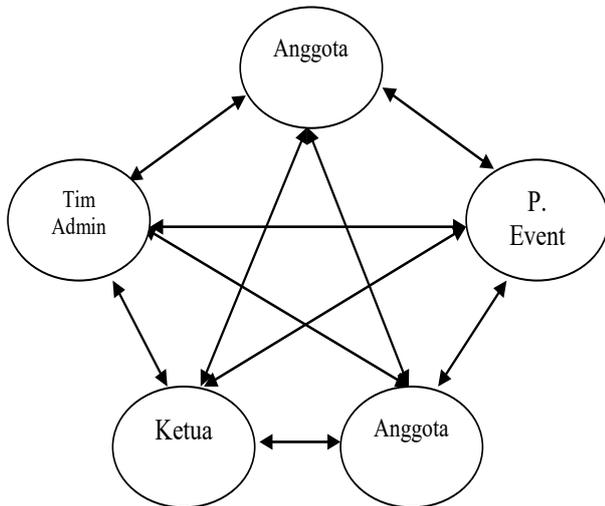
Sumber: Olahan Penulis (2016)

**Gambar 3 Komunikasi Horizontal**

Tidak hanya komunikasi formal, seperti komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, yang terdapat dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung, namun juga terdapat komunikasi informal, pribadi, dan selentingan. Dalam Pace dan Faules (2006: 200), selentingan digambarkan sebagai metode penyampaian laporan rahasia dari seseorang ke orang lainnya yang tidak dapat diperoleh melalui saluran formal. Informasi yang diperoleh melalui selentingan lebih memperhatikan apa yang dikatakan atau didengar oleh seseorang, bukan apa yang diumumkan oleh yang berkuasa/atasan. Komunikasi informal, pribadi, dan selentingan dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah berupa rumor dan gosip mengenai pengikut (*followers*) akun instagram Insta Nusantara, anggota Insta Nusantara Bandung maupun regional lain, dan komunitas yang memplagiat Insta Nusantara.

Setelah mengetahui arah aliran informasi komunitas Insta Nusantara Bandung pada pertemuan offline berlangsung, maka peneliti akan menggambarkan komunikasi organisasi yang terjadi ke dalam pola komunikasi. Pola komunikasi berguna untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai proses komunikasi dalam pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung. Berdasarkan hasil penelitian peneliti di lapangan dengan menggunakan teknik observasi dan didukung oleh teori yang dipaparkan para ahli, maka pola komunikasi saat pertemuan offline komunitas Insta Nusantara Bandung adalah pola komunikasi bintang atau semua saluran (*all channels*).

Peneliti mengamati dengan saksama bahwa saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung, komunikasi berlangsung secara terbuka dan bebas, di mana seluruh anggota dapat berinteraksi dengan siapapun, tanpa memperhatikan posisi mereka dan jabatan lawan bicaranya dalam struktur organisasi sehingga anggota dapat secara bebas dan terbuka dalam memberikan umpan balik.



Sumber: Olahan Penulis (2016)

**Gambar 4 Pola Komunikasi Bintang/Semua Saluran (*All Channels*)**

Antara ketua dan anggota terlihat sangat akrab, tidak menunjukkan adanya jarak antara ketua dengan anggota. Ketua dan anggota terlihat seperti teman baik. Saat pertemuan offline, ketua dapat secara langsung menyampaikan informasi atau pesan kepada anggotanya dan tingkatan yang lain. Begitu pun sebaliknya, semua anggota bebas mengajukan pertanyaan, menyampaikan pendapat, tanggapan, ide dan saran kepada ketua serta tingkatan yang lain. Mereka menganggap komunitas ini adalah rumah beserta keluarga mereka sehingga jika ingin ada yang disampaikan, maka mereka tidak sungkan untuk segera mengutarakannya saat pertemuan offline.

Hal ini selaras dengan pernyataan mengenai pola komunikasi bintang atau semua saluran (*all channels*) dalam Ruliana (2014: 81) adalah pola yang menggambarkan tentang tiga tingkatan atau lebih yang ada dalam organisasi, di mana semua tingkatan dapat berkomunikasi antara satu dengan lainnya. Berarti pola komunikasi bintang atau semua saluran (*all channels*) mengizinkan semua anggota dapat secara aktif melakukan komunikasi, tanpa

menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya. Ciri khas dari pola komunikasi bintang atau semua saluran (*all channels*) adalah komunikasi terjadi secara dua arah, di mana seluruh pihak terlibat dalam proses komunikasi, komunikasi bersifat informatif dan persuasif sehingga memerlukan umpan balik dari pihak-pihak yang terlibat.

## SIMPULAN

Isi pesan yang dipertukarkan saat pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah tentang fotografi, seperti teknik fotografi, hunting bersama, instagram, aplikasi edit foto, diskon alat-alat fotografi, dan event yang diadakan oleh Insta Nusantara Bandung maupun event dari luar komunitas. Pesan informatif dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah event Insta Nusantara Bandung maupun event luar komunitas, e-magazine, tawaran kerjasama, dan seragam komunitas, sedangkan pesan persuasif dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah menyampaikan ide kepada anggota, mengadakan event, penentuan tema, dan mengingatkan anggotanya untuk mengikuti kegiatan Insta Nusantara Bandung. Arah aliran informasi yang terjadi dalam pertemuan offline Insta Nusantara Bandung berupa komunikasi formal dan komunikasi informal. Komunikasi ke bawah berupa rasio kerja. Komunikasi ke atas berupa pertanyaan mengenai teknik fotografi serta ide dan saran mengenai suatu event, hunting bersama, dan tema untuk upload bersama setiap hari Minggu. Komunikasi horizontal berupa saling memberikan informasi, seperti perlombaan foto dan diskon alat-alat fotografi. Komunikasi informal, pribadi, dan selentingan berupa rumor mengenai pengikut (*followers*) akun instagram Insta Nusantara, anggota Insta Nusantara Bandung maupun regional lain, dan komunitas yang memplagiat Insta Nusantara. Pola komunikasi yang terbentuk pada pertemuan offline Insta Nusantara Bandung adalah pola komunikasi bintang atau semua saluran (*all channels*), di mana terjadi pertukaran pesan ke seluruh anggota. Komunikasi berlangsung secara terbuka dan bebas. Seluruh anggota dapat berinteraksi dengan siapapun, tanpa memperhatikan posisi mereka dan jabatan lawan bicaranya dalam struktur organisasi. Implikasi dari pola komunikasi ini dapat mempererat

hubungan interpersonal antar sesama anggota.

Dalam penelitian ini, peneliti bertujuan untuk mengetahui bagaimana proses komunikasi organisasi berdasarkan isi pesan dan arah aliran informasi pada pertemuan offline Insta Nusantara Bandung. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan dapat melakukan penelitian pada suatu kegiatan tertentu yang ada dalam komunitas Insta Nusantara Bandung atau organisasi lain karena proses komunikasi organisasi akan lebih bervariasi dengan isi pesan yang bervariasi pula. Untuk penelitian selanjutnya, diharapkan tidak hanya meneliti proses komunikasi yang berdasarkan arah aliran komunikasi dan pola komunikasinya saja, namun aspek komunikasi yang lain juga dapat diteliti. Antar sesama anggota jangan berkumpul dengan anggota yang dianggap paling dekat saja, namun juga harus berbaur dengan anggota yang lain agar saling mengenal satu dengan lainnya sehingga komunitas Insta Nusantara Bandung dapat kompak dan maksimal dalam melaksanakan kegiatan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Bungin, B. (2006). *Sosiologi komunikasi: teori, paradigma, dan diskursus teknologi komunikasi di masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Komariah, K. (2013). Pola komunikasi kesehatan dalam pelayanan dan pemberian informasi mengenai penyakit TBC pada puskesmas di Kabupaten Bogor. *Jurnal Kajian Komunikasi*. Bandung: Universitas Padjadjaran.
- Kriyantono, R. (2009). *Teknik praktis riset komunikasi: disertai contoh praktis riset media, public relations, advertising, komunikasi organisasi, komunikasi pemasaran*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Moleong, L J. (2014). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Mulyana, D. (2007). *Ilmu komunikasi: suatu pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Noor, R. (2015). *Wow... pertumbuhan pengguna instagram indonesia terbesar ketiga di dunia*. Diakses dari <http://www.jpnn.com/news/wow-pertumbuhan-pengguna-instagram-indonesia-terbesar-ketiga-di-dunia>, pada 9 November 2015.
- Pace, R. W., & Faules, D F. (2006). *Komunikasi organisasi: strategi meningkatkan kinerja perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Ruliana, P. (2014). *Komunikasi organisasi: teori dan studi kasus*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Rahman, A. (2015). *Pengguna instagram tembus 400 juta, Indonesia terbanyak*. Diakses dari <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3026275/pengguna-instagram-tembus-400-juta-indonesia-terbanyak>, pada 9 November 2015.
- Satori, D., & Komariah, A. (2013). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian manajemen*. Bandung: Alfabeta.
- Suryanto. (2015). *Pengantar ilmu komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.