SOCIAL CLIMBING SEBAGAI AKTUALISASI DIRI KAUM MARJINAL (STUDI DESKRIPTIF DI KALANGAN REMAJA JAKARTA SELATAN)

Jaduk Gilang Pembayun
Universitas Tidar
Jalan Kapten Suparman 39, Potrobangsan, Magelang
E-mail : jadukgilangp@gmail.com

Abtract: *This research was conducted to examine and analyze the ways of communicating in a "social climber" group while in their social environment at Apartments Kalibata City, South Jakarta. This study uses qualitative methods with the type of discourse analysis research. The method used by researchers is a case study with observation and interviews as a method of data collection. In the end this study aims to provide an overview and understanding of the phenomenon of "social climber" and various reasons behind it. The results of the study showed that in their interactions, the Climber group used the media to convey their messages, in the form of verbal messages and non-verbal messages. Each message is chosen according to what they want to convey to group members and their social environment by showing their roles and impressions, namely being in the middle to upper social class. they aim to be "seen" coming from the upper middle class and they can be accepted by group members and the public in their social environment*

Keywords: social_climbing, descriptive, lifestyle, social status_, social acceptance.

Abstrak*: Penelitian ini dilakukan untuk meneliti dan menganalisa cara berkomunikasi dalam kelompok "social climber" pada saat berada dalam lingkungan pergaulan mereka di Apartemen Kalibata City, Jakarta Selatan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan jenis penelitian analisis wacana. Metode yang digunakan oleh peneliti adalah studi kasus dengan observasi serta wawancara sebagai metode pengumpulan data. Pada akhirnya penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran serta pemahaman terhadap fenomena "social climber" dan berbagai alasan yang melatarbelakanginya. Hasil penelitian menunjukkan dalam komunikasinya, kelompok Climber menggunakan media untuk menyampaikan pesan mereka, berupa pesan verbal serta pesan non verbal. Setiap pesan dipilih sesuai dengan apa yang ingin mereka sampaikan kepada anggota kelompok dan lingkungan pergaulan mereka dengan cara menunjukkan peran dan kesan mereka yaitu berada di dalam kelas sosial menengah keatas. mereka bertujuan untuk "dipandang" berasal dari kalangan menengah ke atas dan mereka dapat diterima oleh anggota kelompok maupun publik dalam lingkungan pergaulannya*

Kata kunci : social_climbing, deskriptif, *lifestyle, status_sosial, penerimaan_sosial*.

Pendahuluan

Dalam kelompok hierarki sosial, secara vertikal individu akan berupaya lebih dalam rangka meraih atau sekadar mempertahankan status pribadi mereka di mata khalayak sosial karena kebutuhan akan mendapatkan penghargaan, aktualisasi diri mereka lebih besar porsinya. Hal ini menuntut seseorang yang ada dalam hierarki vertikal untuk bisa mengkomunikasikan status sosial yang ideal sesuai dengan kebutuhannya. Fenomena yang belakangan terjadi adalah adanya usaha khusus tertentu yang dilakukan seseorang untuk bisa mendapatkan "tiket" yang dimaksudkan upaya pendakian sosial yang sengaja dilakukan. Fenomena ini dinamakan *"Social Climbing".*

Dalam ilmu komunikasi, *social climbing* adalah hal yang dapat diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam sebuah partisipasi baik secara individual maupun grup. Hal tersebut diungkapkan Bierstedt (2002:93) dalam bukunya *Communication Mozaics "Social climbing is the process of trying to increase personal status in a group by winning the approval of high status member".* Fenomena *social climbing* dapat terjadi di dalam berbagai budaya, termasuk dalam budaya yang ada di Indonesia. Konstruksi pemikiran mereka terbentuk karena setiap orang memiliki motif sosiogenis yang berarti bahwa karena adanya lingkungan sosial, muncul kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat mempertahankan hubungan dengan orang lain dan lingkungan sosialnya. Jakarta, ibukota negara Indonesia dengan segala kompleksitas dan liberalnya pergaulan membawa dampak yang signifikan terhadap pola pergaulan remaja. Para remaja yang memiliki kontak dengan kebudayaan/pergaulan yang lebih tinggi tingkatannya akan mempengaruhi pola pikir individu. Selain beradaptasi individu sendiri mulai membandingkan dan menginginkan hal yang tidak didapatkannya dari situasi mereka sebelumnya.

Subjek dalam penelitian ini memiliki konstruksi realitas sendiri, mereka adalah "aktor kehidupan" yang memiliki hasrat, harapan, dan kehidupan yang unik. Pandangan subjektif seperti ini diperlukan untuk mengimbangi pandangan sebelumnya yang objektif yang melihat *social climber* sebagai korban kehidupan bukan sebagai entitas masyarakat yang memiliki pemikiran dan pengalaman hidup yang mereka rasakan dan alami sendiri.

Terdapat pengaruh yang kuat dalam kaitannya dengan pergaulan di

kawasan Jakarta Selatan. Banyak Mall besar secara tidak langsung mempengaruhi apa mereka pikirkan, mereka rasakan, dan mereka lakukan. Hal ini sesuai dengan pernyatan Edward T. Hall (dalam Hall, 1989:83), "*Communication is Culture and Culture is Communication"* Hall mengingatkan bahwa budaya dan komunikasi memiliki hubungan timbal balik. Manusia mengorganisasikan hidup (yang disebut budaya) sebagai perwujudan perilaku komunikasi manusia dalam suatu jaringan tertentu, dan komunikasi ditentukan dan dikembangkan menurut karateristik budayanya. Oleh karena itu, menurutnya sekumpulan orang yang berinteraksi harus dipandang dalam dua sisi, yaitu sebagai mikromos budaya dan aktivitas manusia berkomunikasi. Dalam kaitannya dengan *social climber* yang terikat dan berinteraksi dengan sesamanya dapat menunjukkan karakteristik yang unik, mereka dapat menciptakan dunianya sendiri, struktur sosialnya sendiri termasuk simbol dan proses komunikasinya (DeVito, 2007:49).

Menurut Hall (1989:67) komunikasi selalu dipahami orang hanya sebagai sebuah proses transmisi pesan dari komunikator kepada komunikan. Hai ini terjadi karena orang menganggap komunikasi sebagai sebuah perpindahan pesan dari komunikator kepada komunikan. Komunikasi sebagai sebuah transmisi selalu didefinisikan sebagai mengirim, memindah, atau memberi informasi kepada orang Lain". Hall (1989:72) mulai mengkritisi model "transmisi" memberikan pandangan alternatif yaitu model ritual. *"In a ritual definition, communication is linked to terms such as "sharing," "participation," "association," "fellowship," and "the possession of a common faith."* Hal ini berarti, dalam perspektif ritual, komunikasi berkaitan dengan berbagi, partisipasi, perkumpulan/asosiasi, persahabatan, dan kepemilikan akan keyakinan iman yang sama, selanjutnya ditambahkan Carey dalam pandangan Ritual, komunikasi tidak secara langsung diarahkan untuk menyebarluaskan pesan dalam suatu ruang, namun lebih kepada pemeliharaan suatu komunitas dalam suatu waktu. Sehingga dapat disimpulkan bahwa komunikasi yang dibangun juga bukanlah sebagai tindakan untuk memberikan/ mengimpartasikan informasi melainkan untuk merepresentasi atau menghadirkan kembali kepercayaan-kepercayaan bersama. Pola komunikasi yang dibangun dalam pandangan ritual adalah *sacred ceremony* (upacara sakral/suci) dimana setiap orang secara bersama-sama bersekutu dan berkumpul (*fellowship and commonality*). Perspektif

ini kemudian memahami komunikasi sebagai suatu proses melalui mana budaya bersama diciptakan, diubah dan diganti.

Suatu kehidupan yang unik dan dapat menjadi suatu budaya yang khas dapat ditinjau dari proses interaksi simbolik di antara mereka (Riggins, 2011:52). Pendekatan interaksionisme simbolik sebagai suatu pendekatan komunikasi dapat digunakan untuk menjelaskan bagaimana fenomena *social climber* berinteraksi dengan target idealnya. Apa yang ditampilkan oleh *social climber* untuk mendorong target idealnya bisa menerima dan memberikan respon yang diinginkannya, melalui bahasa verbal atau non verbal apa dan bagaimana proses komunikasi terjadi di dalam kehidupan seorang *social climber*, penuh simbol – simbol khas.

Seperti sebuah komunitas lainnya, kehidupan seorang *social climber* memiliki budaya yang mereka ciptakan semdiri yang meliputi seluruh perangkat tata nilai dan perilaku mereka yang unik. Mereka dapat menunjukkan atribut mereka melalui bahasa verbal, maupun non verbal, atau simbol – simbol tertentu. Dari sisi seorang *social climber* motivasi atau upaya yang dilakukan dalam memerankan diri mereka sebagai seorang yang memiliki kontruksi identitas dan perilaku yang baru menjadi menarik untuk diteliti. Selain karena standar sosial yang mereka miliki, upaya *social climbing* juga dimaknai bisa membantu mereka untuk mendapatkan posisi dan penerimaan yang lebih baik dalam dunia kerja. Adanya keyakinan bahwa status sosial adalah suatu pandangan natural yang membuat mereka lebih diyakini dan dipertimbangkan dalam segala hal memperkuat motivasi seseorang untuk mengusahakan mendapat status sosial yang lebih tinggi (Riggins, 2011:62).

Untuk mencapai tujuan, manusia akan mengembangkan perilaku-perilaku yang mendukung perannya. Identitas manusia tidak stabil dan indentitas merupakan bagian dari kejiwaan psikhologi mandiri. Identitas dapat berubah tergantung interaksi dengan orang lain. Hal senada juga diserukan oleh Mulyana (2016:112) bahwa Goffman mengasumsikan bahwa ketika orang-orang berinteraksi, mereka ingin menyajikan suatu gambaran diri yang akan diterima orang lain. Upaya ini disebut sebagai pengelolaan kesan *(impression management)*, yaitu teknik yang digunakan aktor untuk memupuk kesan-kesan tertentu dalam situasi tertentu untuk mencapai tujuan tertentu. Seorang *social climber* menciptakan atau merepresentasikan diri sedemikian rupa

sehingga para target ideal bisa menerima dan memberikan respon yang diharapkannya.

Berdasarkan sejumlah permasalahan yang telah dibahas terlebih dahulu pada bagian sebelumnya maka peneliti tertarik untuk mengajukan pertanyaan mendasar mengenai fenomena tersebut, Bagaimana hubungan gaya hidup, status sosial, dan interaksi sosial terhadap penerimaan di masyarakat?

Peneliti menganggap hal tersebut penting karena bisa menjadi sebuah dasar dan gambaran mengenai fenomena yang sedang marak di masyarakat tersebut. Sekaligus menjadi bahan masukan untuk para orang tua agar bisa lebih peka dan intens dalam mengawasi anak mereka karena tidak sedikit para remaja ini yang berasal dari keluarga kurang mampu sehingga secara tidak langsung, *Social Climbing* ini sedikit banyak akan mempengaruhi interaksi mereka baik di lingkungan sekitar, maupun dalam keluarga.

Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh (Hirokawa, 2003:6). Komunikasi kelompok (*group communication*) berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang.

Menurut Hirokawa (2003:18) komunikasi kelompok adalah sekumpulan individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain, dan berkomunikasi tatap muka. Komunikasi kelompok dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

1. Komunikasi Kelompok Kecil (*micro group*)- kelompok komunikasi yang dalam situasi terdapat kesempatan untuk memberi tanggapan secara verbal atau dalam komunikator dapat melakukan komunikasi antar pribadi dengan salah seorang anggota kelompok, seperti yang terjadi pada acara diskusi, kelompok belajar, seminar, dan lain-lain. Umpan balik yang diterima dalam komunikasi kelompok kecil ini biasanya bersifat rasional, serta diantara anggota yang terkait dapat menjaga perasaan masing-masing dan norma-norma yang ada. Dengan kata lain, anatara

komunikator dengan setiap komunikan dapat terjadi dialog atau tanya jawab. Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti dan dapat menyanggal jika tidak setuju dan lain sebagainya.

2. Komunikasi Kelompok Besar- sekumpulan orang yang sangat banyak dan komunikasi antar pribadi (kontak pribadi) jauh lebih kurang atau susah untuk dilaksanakan, karena terlalu banyaknya orang yang berkumpul seperti halnya yang terjadi pada acara tabligh akbar, kampanye, dan lain- lain. Anggota kelompok besar apabila memberitakan tanggapan kepada komunikator, biasanya bersifat emosional, yang tidak dapat mengontrol emosinya. Lebih-lebih jika komunikan heterogen, beragam dalam usia, pekerjaan, tingkat, pendidikan, agama, pengalaman, dan sebagainya (Fujishin, 2007:78).

Kelompok yang baik adalah kelompok yang dapat mengatur sirkulasi tatap muka yang intensif di antara anggota kelompok, serta tatap muka itu pula akan mengatur sirkulasi komunikasi makna di anatara mereka, sehingga mampu melahirkan sentimen-sentimen kelompok serta kerinduaan di anatara mereka.

"*Social Climbing*" dalam Perspektif Komunikasi

Dalam ilmu komunikasi, "*social climbing"* adalah hal yang dapat diusahakan untuk mendapatkan posisi yang lebih kuat dalam sebuah partisipasi baik secara individual maupun kelompok. Hal tersebut diungkapkan Bierstedt (2002:93) dalam bukunya *Communication Mozaics "Social climbing is the process of trying to increase personal status in a group by winning the approval of high status member"*. Konstruksi pemikiran mereka terbentuk karena setiap orang memiliki motif sosiogenis yang berarti bahwa karena adanya lingkungan sosial, muncul kebutuhan yang harus dipenuhi untuk dapat mempertahankan hubungan dengan orang lain dan lingkungan sosialnya (McLuhan, 1998:57). Berada di budaya yang baru bisa menjadi salah satu faktor yang mendorong seseorang atau kelompok untuk melakukan perubahan sosial. Kontak dengan kebudayaan luar di era globalisasi seperti saat ini menjadi salah satu alasan mengapa *social climber* membutuhkan gaya hidup yang lebih tinggi dibandingkan dengan individu atau kelompok lain. Selain beradaptasi dengan gaya hidup yang lebih tinggi, individu sendiri mulai membandingkan dan menginginkan hal yang tidak di

dapatkannya dari situasi mereka sebelumnya.

Kehidupan "*social climber"* memiliki budaya yang mereka ciptakan sendiri yang meliputi seluruh perangkat tata nilai dan perilaku mereka yang unik. Mereka dapat menunjukkan atribut mereka melalui bahasa verbal, maupun non verbal atau simbol-simbol tertentu. Dari sisi seorang "*social climber"* motivasi atau upaya yang dilakukan dalam memerankan diri mereka sebagai seorang yang memiliki kontruksi identitas dan perilaku yang baru (Hall, 1989:83). Selain karena standar sosial yang mereka miliki, upaya *"social climber"* juga dimaknai bisa membantu mereka untuk mendapatkan posisi dan penerimaan yang lebih baik dalam bersosialisasi. Adanya keyakinan bahwa status sosial adalah suatu pandangan natural yang membuat mereka lebih diyakini dan dipertimbangkan dalam segala hal yang memperkuat motivasi seseorang untuk mengusahakan mendapat status sosial yang lebih tinggi (Riggins, 2011:73).

Metode Penelitian

Desain Penelitian

Penelitian tentang fenomena *social climbing* sebagai fenomena komunikasi ini menggunakan penelitian deskriptif kualitatif. Dalam penelitian ini objek penelitian adalah para remaja yang melakukan upaya *social climbing* dalam rangka mengkomunikasikan status sosial yang dianggap ideal. Penelitian kualitatif menurut Bogdan dan Taylor, sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2014:8). Penelitian kualitatif bersifat subjektif dan hasilnya lebih kasuistik bukan untuk digeneralisasikan (Moleong, 2014:12). Penelitian ini menggunakan kualitatif deskriptif yang berusaha untuk menggambarkan suatu gejala sosial. Tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat deskripsi, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual dan akurat mengenai fakta-fakta, sifat serta hubungan fenomena yang diselidiki. Selain itu, penelitian deskriptif juga ditujukan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai situasi-situasi sosial. Sampel kecil dalam penelitian ini berfokus pada fenomena utama yaitu proses menjadi seorang *social climber* sebagai fenomena komunikasi.

Sumber Data

Data primer dari penelitian ini adalah wawancara yang dilakukan kepada

remaja yang peneliti temui di sekitar foodcourt Kalibata City Square. Sedangkan data sekunder didapatkan dari literasi – literasi baik jurnal maupun buku yang menunjang penelitian ini.

Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan observasi dan pengamatan dari wawancara yang dilakukan kepada objek penelitian.

Teknik Analisis Data

Sesuai dengan ketentuan pada teknik analisis pada pendekatan analisis wacana deskriptif, langkah pertama yang peneliti lakukan adalah merumuskan kategori-kategori terkait hasil wawancara yang diperoleh, misalnya seperti kategori komentar yang bersifat negatif, komentar yang bersifat netral, ataupun komentar yang bersifat positif. Peneliti juga mengerucutkan pada kategori karakteristik dan tujuan "*Social Climbing"* dengan membuat sub-kategori berupa tujuan, alasan, serta harapan yang mereka dapat dari "*Social Climbing*" tersebut.

Hasil dan Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, langkah pertama adalah memaparkan pengetahuan dari subjek penelitian. Hal ini sesuai dengan premis pertama yang melandasi teori interaksionisme simbolik yaitu manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna – makna yang ada pada sesuatu itu bagi mereka (Wood, 2006:58). Peneliti mewawancarai informan dengan pertanyaan yang sama berkaitan dengan hubungan gaya hidup, status sosial, dan interaksi sosial terhadap penerimaan di masyarakat.

Informan I – Andro Faizal P (20 tahun – Warga Cililitan)

Pembahasan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan I bisa disimpulkan bahwa menurutnya, untuk membangun identitas diri di lingkungan sosial masyarakat dipengaruhi oleh gaya hidup yang menampilkan seseorang di hadapan orang lain. Gaya hidup (lifestyle) diekspresikan melalui apa yang dikenakan seseorang, apa yang orang tersebut konsumsi, dan bagaimana ia bersikap atau berperilaku ketika dihadapan orang lain yang bertujuan untuk memenuhi kebutuhan dalam menyatu dan bersosialisasi dengan orang lain. Gaya hidup juga dipengaruhi oleh keterlibatan seseorang dalam kelompok sosial, dari seringnya berinteraksi sampai menanggapi berbagai stimulus yang ada dalam sekitar kehidupan sosialnya. Di dalam proses sosial selanjutnya ada status

sosial yang erat hubungannnya dengan gaya hidup. Adapun status sosial adalah tempat atau posisi seseorang dalam suatu kelompok sosial masyarakat, sehubungan dengan orang orang lain dalam kelompok tersebut atau masyarakat.

Informan II – Delia Putri Intan (22 tahun – Warga Pasar Minggu)

Pembahasan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan II bisa disimpulkan bahwa menurutnya ketiga hal di atas sangat berhubungan antara satu dengan yang lainnya. Gaya hidup seseorang merupakan suatu yang tercipta karena atau sesuai dengan status sosialnya dalam masyarakat. Dan juga dapat dikatakan bahwa seseorang harus berperilaku sesuai dengan status sosialnya dalam masyarakat, jika tidak maka akan menimbulkan sebuah konflik sosial dalam masyarakat. Perwujudan dari hubungan antara gaya hidup dan status sosial ini adalah interaksi sosial, karena cara seseorang dalam berinteraksi sosial sangat dipengaruhi oleh gaya hidup dan status sosial. Dan jika ketiga hal tersebut berjalan sesuai dengan seharusnya atau sesuai dengan nilai-nilai yang ada di masyarakat maka akan masuk dalam penerimaan dalam masyarakat itu. Proses-proses interaksi dan pembukaan diri dalam masyarakat ini, akhirnya sepenuhnya diikuti dengan penerimaan masyarakat dalam lingkungannya bahkan lingkungan mereka itu sendiri. Dalam kasus ini menunjukkan bahwa gaya hidup dipengaruhi oleh status sosial seseorang, sedangkan penerimaan sosial bergantung pada bagaimana seseorang berani menjalin interaksi sosial dengan masyarakat sesuai dengan status sosial dan gaya hidupnya.

Informan III – Agung Rahmadi (21 tahun – Warga Pancoran)

Pembahasan hasil wawancara yang telah peneliti lakukan dengan informan III bisa disimpulkan bahwa menurutnya kebanyakan seseorang yang memiliki status sosial yang tinggi (kaum sosialita) berinteraksi dengan seseorang yang status sosialnya sama dengannya. Walaupun tidak semuanya, tetapi dengan melihat perkembangan jaman yang serba modern gaya hidup masyarakat saat ini pun semakin parah karena tidak sesuai dengan status sosial yang dimilikinya, seperti yang dikatakan diatas untuk menjaga image agar dimata orang lain terlihat bahwa seseorang tersebut mampu dan dari kelas sosial yang tinggi. Dengan memiliki gaya hidup yang tinggi, mereka berharap penerimaan sosial masyarakat akan *labeling* dirinya akan tinggi juga. Sehingga secara tidak langsung meningkatkan status sosialnya sehingga lebih dipandang ketika berada di lingkungan sekitar.

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisis yang telah dilakukan oleh peneliti maka kesimpulan tentang penelitian ini dapat penulis sampaikan sebagai berikut Berdasarkan uraian pada bab sebelumnya dapat dikemukakan beberapa hal sebagai simpulan. Seorang *social climber* mengkonstruksi realitas sosial kehidupan mereka sendiri. Hal tersebut merupakan sebuah proses yang tercipta dari makna yang sudah ada dalam pikiran mereka, yang dipengaruhi oleh orang lain dan masyarakat.

Subjek penelitian menganggap *social climbing* memiliki latar belakang masalalu dan masa depan yang kuat, namun ada *motivational forces* yang dilakukan untuk bisa bertahan hidup pada masa sekarang. Tidak semua *social climber* berkepribadian negatif, semua pendapat tentang *social climber* yang ada dalam penelitian ini merupakan sebuah tuntutan atas pergaulan yang mereka alami, dimana penerimaan sosial merupakan tujuan utama mereka. Mereka ingin dianggap oleh sekitar sehingga cara *climbing* adalah sebuah proses instan agar eksistensi mereka bisa dirasakan. Dari data penelitian dapat disimpulkan bahwa ketiga informan sudah pernah melakukan *Social Climbing* sehingga pengalaman mereka membantu peneliti untuk dapat menyimpulkan kompetensi komunikasi dasar yang harus dimiliki oleh seorang *social climber*.

Saran

Saran yang bisa disimpulkan dari penelitian ini adalah: Melalui penelitian ini diharapkan masyarakat bisa mengambil intisari penelitian yang positif jika memiliki situasi yang sejenis dengan apa yang dialami oleh subjek penelitian. Terdapat berbagai informasi mengenai proses komunikasi seorang *social climber* yang positif yang berguna bagi kepentingan masyarakat, Masyarat juga bisa lebih terbuka dengan fenomena *social climbing* mengingat hal tersebut dilakukan untuk bisa bertahan dari pergaulan

Daftar Pustaka

Bierstedt, Robert R. (2002). *The Sosiology Of Majority*. American Sosiological Review.

DeVito, Joseph (2007). *The Interpersonal Communication Book (11th Ed)*. New York: Pearson International Edition.

Fujishin, Randy. (2007). *Creating Effective Groups: The Art of Small Group Communication.* Plymouth: Rowman And Littlefield Publisher.

Hall, Edward Twitchell. (1989). *Beyond Culture*. Chicago : Anchor Books.

Hirokawa, Randy Y. (2003). *Small Group*

Communication: Theory and Practice: An Anthology. Oxford: Oxford University Press.

McLuhan, Marshall. (1998). *The Medium Is The Message: The Extensions of Man*. California: Columbia Stereo.

Mulyana, Dedy. (2016). Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Moleong, Lexy J. (2014). Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Remaja Rosdakarya

Wood, Julia T. (2006). *Communication Mosaics; An Introduction To The Of Communication* (Terjemahan). USA: Thomson Wadsworth.

Riggins, Stephen H. (2011). *Beyond Goffman: Studies on Communication, Institution, and Social Interaction.* New York : Mouton De Gruyter.