



**GAYA KOMUNIKASI KEPEMIMPINAN DI LEMBAGA PEMERINTAHAN
(STUDI KASUS PADA KEPALA BAGIAN HUMAS KEMENTERIAN PEMUDA
DAN OLAHRAGA REPUBLIK INDONESIA)**

Skripsi



Oleh :

Nama: Kukuh Widoyoko Utomo

Nim: 1606015100

Peminatan: Hubungan Masyarakat

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. UHAMKA**

Jakarta, 2020

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Kukuh Widoyoko Utomo
NIM : 1606015100
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Hubungan Masyarakat
Judul : Gaya Komunikasi Kepemimpinan di Lembaga Pemerintahan
(Studi Kasus Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila dikemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya akan bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya. Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, 16 Juli 2020



Kukuh Widoyoko Utomo

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul Skripsi : Gaya Komunikasi Kepemimpinan Di Lembaga
Pemerintahan (Studi Kasus Pada Kepala Bagian Humas
Kementrian Pemuda Dan Olahraga RI)

Nama : Kukuh Widoyoko Utomo

NIM : 1606015100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

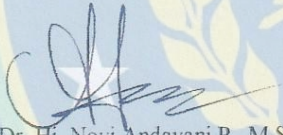
Peminatan : Hubungan Masyarakat

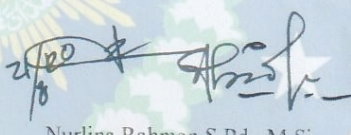
Telah diperiksa dan disetujui

Untuk mengikuti ujian skripsi oleh :

Pembimbing I

Pembimbing II


Dr. Hj. Novi Andayani P., M.Si


Nurlina Rahman, S Pd., M.Si

Tanggal :

Tanggal :

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA**

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Gaya Komunikasi Kepemimpinan di Lembaga Pemerintahan
(Studi Kasus Pada Kepala Bagian Humas Kementerian
Pemuda dan Olahraga RI)

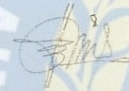
Nama : Kukuh Widoyoko Utomo

NIM : 1606015100

Program Studi : Ilmu Komunikasi


Peminatan : Humas

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan
pada hari Kamis, 27 Agustus 2020 dan dinyatakan LULUS.


Farida Hariyati, S.IP., M.Ikom


Penguji I

Tanggal: 6 Okt 2020


Eko Digdoyo, S.Pd., M.Hum.

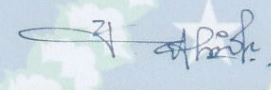
Penguji II

Tanggal: 14 - 10 - 2020


Dr. Hj. Novi Andayani P, M.Si.

Pembimbing I

Tanggal: 7-Okt-2020


Nurlina Rahman S.Pd., M.Si.

Pembimbing II

Tanggal: 16 Oktober 2020



Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal:

DAFTAR ISI

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT	i
LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI	ii
LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI	iii
DAFTAR ISI	iv
ABSTRAK	vi
KATA PENGANTAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah	7
1.3 Pembatasan Masalah	7
1.4 Tujuan Penelitian	8
1.5 Kontribusi Penelitian	8
1.6 Sistematika Penulisan Skripsi	9
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	11
2.2 Paradigma Penelitian	11
2.3 Hakekat Komunikasi.....	15
2.3.2 Fungsi Komunikasi	17
2.3.3. Model Komunikasi Shannon dan Weaver	19
2.3.4 Elemen Komunikasi	21
2.3.5. Konteks Komunikasi (Komunikasi Organisasi)	22
2.4 Teori Peminatan <i>Public Relations</i>	26
2.4.1. Definisi <i>Public Relations</i>	26
2.4.2 Fungsi Hubungan Masyarakat	27
2.4.3 Peran Hubungan Masyarakat	27
2.4.4. Tugas Hubungan Masyarakat	28
2.4.5 Hubungan Masyarakat Pemerintah	29
2.4.6 Media Hubungan Masyarakat	32
2.4.7 Peran Hubungan Masyarakat	33
2.4.8 Ruang Lingkup Hubungan Masyarakat	35
2.5 Komunikasi Organisasi	37
2.5.2. Elemen Komunikasi Organisasi	38
2.5.3. Karakteristik Komunikasi Organisasi	40
2.5.4 Fungsi Komunikasi Organisasi	41

2.6	Teori Utama.....	47
2.7	Teori Pendukung	48
2.8	Landasan Pemikiran	50
BAB III.....		52
METODOLOGI PENELITIAN		52
3.1	Pendekatan, Metodologi Penelitian, Jenis Penelitian.....	52
3.1.1 Pendekatan Penelitian		52
3.2	Penentuan Informan	56
3.3	Teknik Pengumpulan Data	58
3.4	Metode Teknik Analisis Triangulasi Sumber	60
3.5	Bagan Alur Penelitian.....	61
3.6	Lokasi Penelitian Dan Jadwal Penelitian	63
BAB IV.....		64
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		64
4.1	Deskripsi Obyek Penelitian.....	64
4.2	Hasil Penelitian.....	73
4.3	Pembahasan.....	88
BAB V		96
SARAN DAN KESIMPULAN		96
5.1	Kesimpulan.....	96
5.2	Saran.....	98
DAFTAR PUSTAKA		100
LAMPIRAN - LAMPIRAN		103

ABSTRAK

Judul : Gaya Komunikasi Kepemimpinan di Lembaga Pemerintahan (Studi Kasus Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia)

Nama : Kukuh Widoyoko Utomo

NIM : 1606015100

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Peminatan : Hubungan Masyarakat

Halaman : 100 + xi halaman + 3 tabel + 6 gambar + 20 lampiran

Kepemimpinan merupakan suatu hal yang penting dalam setiap organisasi, gaya komunikasi yang sukses pada umumnya menggunakan gaya komunikasi yang tegas dalam kegiatan sehari-hari juga dalam memimpin sebuah organisasi. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor-faktor gaya komunikasi kepemimpinan pemerintahan pada kepala bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga. Serta untuk mengetahui gaya komunikasi kepemimpinan pemerintahan pada kepala bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga.

Teori yang digunakan adalah teori empat sistem Likert, dan teori perilaku. Peneliti menggunakan teori ini untuk menjelaskan bagaimana gaya komunikasi kepemimpinan pemerintahan pada kepala bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga, dengan menggunakan model komunikasi Shannon dan Weaver.

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif serta metode studi kasus, pengumpulan data dengan observasi, wawancara, dokumentasi dan studi pustaka.

Hasil temuan menyimpulkan bahwa gaya komunikasi kepemimpinan pemerintahan pada kepala bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga menerapkan gaya komunikasi *humble*, tegas dan kekeluargaan serta tidak adanya perbedaan antara pegawai satu dengan yang lainnya.

Kata Kunci : Gaya Komunikasi, Kepemimpinan, Pemerintah, Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga .

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktifitas dasar yang selalu dilakukan manusia setiap waktunya. Komunikasi juga merupakan suatu proses yang mempunyai komponen dasar yaitu sumber (*the source*), pesan (*the message*), saluran (*the channel*) dan penerima (*the receiver*).¹ Hal ini merupakan suatu proses komunikasi dalam interaksi manusia dalam kehidupan sehari-hari untuk mendapatkan saling pengertian (*feed back*).

Pada dasarnya manusia sebagai makhluk sosial sudah pasti melakukan komunikasi dengan manusia lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya komunikasi dalam kehidupan manusia. Seperti yang diungkapkan oleh seorang pakar komunikasi yaitu Shannon dan Weaver bahwa komunikasi sebagai bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh mempengaruhi satu sama lainnya. Sengaja atau tidak disengaja, tidak terbatas pada bentuk komunikasinya baik menggunakan bahasa verbal maupun nonverbal.²

Pentingnya komunikasi bagi manusia tidak dapat dipungkiri begitu juga halnya dalam suatu organisasi, apabila tidak ada proses komunikasi, para anggota tidak dapat menerima arus informasi antar sesama anggota.

¹ Widjaja, *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), hal. 2.

² Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta: Raja Grafindo, 2007) hal.74

Koordinasi kerja tidak mungkin dilakukan dan organisasi akan runtuh karena ketiadaan komunikasi. Kerjasama juga menjadi suatu hal yang sangat mustahil, karena orang-orang tidak dapat mengkomunikasikan kebutuhan atau keinginan serta perasaan mereka kepada orang lain. Jadi, peran komunikasi dalam organisasi merupakan hal yang sangat penting untuk mencapai tujuan organisasi.

Menurut Glueck komunikasi organisasi ialah komunikasi ketika pembicara secara sistematis memberikan informasi dan memindahkan pengertian kepada banyak orang di dalam organisasi dan kepada pribadi-pribadi dan lembaga-lembaga di luar yang ada hubungannya (Widjaja, 2010:8). Menurut Kohler yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam buku Komunikasi Organisasi, Komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi. Komunikasi organisasi dapat didefinisikan sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Karena itu, para pemimpin organisasi dan para komunikator dalam organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka.³ Proses komunikasi seseorang dipengaruhi oleh gaya komunikasi. Gaya komunikasi merupakan suatu kekhasan yang dimiliki setiap orang dan masing-masing antara orang yang satu dengan yang lain berbeda.

³ Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Bumi Aksara, 2014) hal. 1

Perbedaan tersebut berupa perbedaan ciri-ciri dan model dalam berkomunikasi, tata cara berkomunikasi, cara berekspresi dan tanggapan yang diberikan pada saat berkomunikasi. Setiap pemimpin pada dasarnya memiliki gaya komunikasi yang berbeda dalam memimpin. Dalam bahasa Indonesia pemimpin sering disebut penghulu, pemuka, pelopor, pembina, panutan, pembimbing, pengurus, penggerak, ketua, kepala, penuntun, raja, tua-tua dan sebagainya. Sedangkan istilah Memimpin digunakan dalam konteks hasil penggunaan peran seseorang berkaitan dengan kemampuannya untuk membuat orang lain dengan berbagai cara.

Kepemimpinan merupakan suatu hal yang penting dalam setiap organisasi. Tanpa adanya pemimpin yang dapat mengarahkan bawahannya dalam mencapai tujuan organisasi, efektivitas tidak akan dapat terlaksana. Terdapat banyak faktor yang mempengaruhi efektivitas kepemimpinan termasuk model kepemimpinan yang diterapkan sang pemimpin, juga kesiapan dan kematangan bawahan dalam menjalankan arahan dan instruksi pemimpin. Penyampaian pesan dari seorang pemimpin dalam kepemimpinannya memerlukan gaya komunikasi yang tepat agar pesan yang disampaikan kepada bawahannya dapat diterima dengan baik oleh para pegawai. Seseorang yang menduduki jabatan sebagai seorang pemimpin memiliki kekuasaan atau kapasitas untuk membaca situasi yang dihadapi perusahaan secara tepat dan menyesuaikan dengan gaya kepemimpinan yang dimiliki, sehingga terjadi kesesuaian dengan tuntutan situasi yang dihadapi.

Seseorang yang menduduki jabatan sebagai seorang pemimpin memiliki kekuasaan atau kapasitas untuk membaca situasi yang dihadapi perusahaan secara tepat dan menyesuaikan dengan gaya kepemimpinan yang dimiliki, sehingga terjadi kesesuaian dengan tuntutan situasi yang dihadapi. Hampir semua organisasi formal yang ada, pegawai merupakan aset penting yang wajib mereka jaga.

Gaya komunikasi yang sukses pada umumnya menggunakan gaya komunikasi yang tegas dalam kegiatan sehari-hari juga dalam memimpin sebuah organisasi. Pemimpin pada umumnya memiliki kemampuan untuk melakukan komunikasi yang efektif, sehingga mampu merangsang partisipasi orang-orang yang dipimpinnya. Seorang pemimpin akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin disini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya dan gaya seorang pemimpin yang memiliki tiga pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, yang merupakan gaya dasar yang harus dilakukan oleh seorang pimpinan dalam suatu organisasi.

Pemimpin juga harus bisa melihat, memahami, dan menindaklanjuti situasi kondisi yang dihadapi anggota di lingkungan Dinas, dengan demikian apabila seorang pemimpin melakukan hal di atas, komunikasi yang terbuka pada semua pihak, maka harmonisasi kinerja meningkat dan terjaga. Hal ini terjadi karena dengan adanya komunikasi yang terbuka, anggota akan mendapatkan informasi

yang lengkap dalam melaksanakan pekerjaan sehingga akan berpengaruh pada peningkatan motivasi anggota dan membuahkan harmonisasi kinerja di lingkungan.

Visi dari Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga Humas di lembaga atau instansi pemerintahan merupakan suatu kegiatan dimana untuk memperoleh kepercayaan niat baik, pengertian, serta penghargaan dari masyarakat luas dengan jalan komunikasi. Komunikasi mutlak diperlukan dalam kegiatan kehumasan dalam pemerintahan untuk melakukan tugasnya, karena humas pemerintahan dituntut untuk memiliki kesamaan pandangan dan keserasian hubungan antara pemerintahan dan masyarakat sebagai publiknya dengan menggunakan komunikasi dua arah. Jadi setiap informasi tentang kebijakan, program kegiatan, serta tindakan-tindakan terkait dengan kegiatan pemerintahan yang diberikan kepada publik akan memicu umpan balik (*feedback*) dari masyarakat. *Feedback* yang diberikan oleh publik berupa saran, kritik, opini serta masukan tentang pemerintahan. Hal ini sangatlah penting karena dapat menjadi bahan masukan tentang pelaksanaan suatu kebijakan atau program yang dibuat oleh Pemerintahan selanjutnya, sehingga keputusan, kebijakan, program, kegiatan yang diambil oleh Pemerintahan nantinya sesuai dengan kebutuhan publik dan diharapkan dapat menciptakan rasa saling percaya, pengertian, dukungan dari publik sehingga pada akhirnya akan bermanfaat tercapainya tujuan, kebijakan serta program-program Pemerintahan.

Gaya kepemimpinan Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga Republik Indonesia Kepemimpinan yang sukses pada umumnya menggunakan gaya komunikasi yang tegas dalam kegiatan sehari-hari juga dalam memimpin sebuah organisasi. Pemimpin pada umumnya memiliki kemampuan untuk melakukan komunikasi yang efektif, sehingga mampu merangsang partisipasi orang-orang yang dipimpinnya. Seorang pemimpin akan memiliki sekumpulan gaya yang digunakan untuk mempengaruhi bawahan agar sasaran organisasi tercapai. Gaya komunikasi yang digunakan oleh seorang pemimpin disini menggambarkan kombinasi perilaku antara gaya yang telah menjadi kepribadiannya dan gaya seorang pemimpin yang memiliki tiga pola dasar yakni mementingkan hubungan kerja sama, mementingkan pelaksanaan tugas dan hasil yang dapat dicapai, yang merupakan gaya dasar yang harus dilakukan oleh seorang pimpinan dalam suatu organisasi.

Didalam gaya komunikasi kepemimpinan yang dilakukan oleh Humas Kemenpora yaitu, gaya komunikasi kepemimpinan humas didalam Kementerian Pemuda dan Olahraga dapat diketahui bahwa, Humas Kemenpora sendiri memiliki komunikasi tersebut untuk membangun kedekatan antara bawahan untuk menjalin suatu kedekatan. Direktorat Informasi dan Komunikasi Pembangunan Manusia dan Kebudayaan Kementerian komunikasi dan Informatika Republik Indonesia memanfaatkan Humas sebagai lembaga komunikasi untuk menyampaikan berbagai informasi kebijakan, program kegiatan, serta tindakan-tindakan terkait dengan kegiatan pemerintahan yang disampaikan kepada publik melalui sosial media.

Berdasarkan uraian latar belakang permasalahan di atas, maka dalam penelitian ini perlu dilakukan mengingat bahwa gaya komunikasi kepemimpinan yang dilakukan oleh Humas Kemenpora dikarenakan peneliti tertarik memilih gaya komunikasi pemimpin sebagai pembahasan karena pada kenyataannya pemimpin merupakan pusat kekuatan dan dinamisator bagi organisasi. Pemimpin harus selalu pelaksanaan tugas pemimpin itu sebagian besar ditentukan oleh kemahirannya menjalin komunikasi yang tepat dengan semua pihak secara horizontal maupun vertikal, ke atas dan ke bawah. Maka dalam penelitian ini akan dikaji lebih jauh mengenai **“Gaya Komunikasi Kepemimpinan Di Dalam Lembaga Pemerintahan (Studi Kasus Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang di atas, peneliti memperoleh rumusan masalah pada riset ini yaitu :

1. Apa saja faktor-faktor Gaya Komunikasi Kepemimpinan Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga?
2. Bagaimana Gaya Komunikasi Kepemimpinan Pemerintahan Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga?

1.3 Pembatasan Masalah

Agar analisis dan pembahasan ini lebih terarah maka peneliti membatasi masalah yang akan diteliti yaitu pada Gaya Komunikasi Kepemimpinan didalam lembaga pemerintahan khususnya pada humas Kementerian Pemuda

dan Olahraga dan membahas mengenai faktor-faktor gaya komunikasi kepemimpinan di dalam humas Kementerian Pemuda dan Olahraga .

1.4 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui faktor-faktor Gaya Komunikasi Kepemimpinan Pemerintahan Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga.
2. Untuk mengetahui Gaya Komunikasi Kepemimpinan Pemerintahan Pada Kepala Bagian Humas Kementerian Pemuda dan Olahraga.

1.5 Kontribusi Penelitian

1.5.1 Kontribusi Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi untuk teori-teori yang digunakan pada riset ini yaitu teori empat-sistem (Likert) dan teori perilaku, suatu saat akan digunakan oleh periset lain untuk mengembangkan teori tersebut.

1.5.2 Kontribusi Metodologis

Bagi Lembaga Pemerintahan, penelitian ini juga dapat memberikan masukan bagi Kementerian Pemuda Dan Olahraga Republik Indonesia. Karena penelitian ini dapat dijadikan bahan acuan dan memberikan motivasi bagi pegawai dalam pembawaan gaya komunikasi kepemimpinan oleh kabag humas kemenpora.

1.5.3 Kontribusi Praktis

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi organisasi atau institusi dalam hal memahami gaya komunikasi kepemimpinan pada suatu lembaga pemerintahan.

1.5.4 Kontribusi Sosial

Penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi masyarakat dalam hal mengenai gaya komunikasi yang dilakukan oleh pemimpin di dalam suatu lembaga pemerintahan

1.6 Sistematika Penulisan Skripsi

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, permasalahan, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penulisan, serta sistematika penulisan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini berisi penjelasan spesifik mengenai tinjauan literatur yang digunakan sebagai landasan teori untuk menganalisis masalah utama yang telah diangkat.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini menjelaskan variabel penelitian, metode pengumpulan data, waktu dan tempat penelitian, dan prosedur analisis data.

BAB IV HASIL PENELITIAN

BAB V SARAN DAN KESIMPULAN



DAFTAR PUSTAKA

- Ardianto, Elvinaro. 2018. *Public Relations Praktis*. Bandung : Widya Padjajaran.
- Arifin, Zainal., 2010, *Evaluasi Pembelajaran*, Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Arikunto, S. Jabar, C. 2010. *Evaluasi Program Pendidikan*. Jakarta : Bumi Aksara
- Assumta, Sr Maria Rumanti. 2012. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*.
Jakarta : PT Grasindo
- Cutlip, *Scott M, Allen H. Center, & Glen M. Broom*. 2006. *Effective Public Relations*.
Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Danandjaja. 2011. *Peranan Humas dalam Perusahaan*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Dimiyati dan Mudjiono. 2006. *Belajar dan Pembelajaran*. Jakarta: PT Rineke Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2006. *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung:
Penerbit Remaja Rosda Karya.
- Goldhaber, G.S. 1993. *Organizational Communication*. New York: Mc Graw-Hill.
- Hardjana, Agus M. 2003. *Komunikasi intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*.
Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Jefkins, Frank. 2003. *Public Relations Edisi kelima*, Jakarta: PT Gelora Aksara
Pratama.

- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: PT Fajar Interpratama Mandiri.
- Laksamana, Agung. 2010. *Internal Public Relations*. Jakarta: Republika.
- Masmuh, Abdullah. 2008. *Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktik*. Malang : UMM Press.
- Morissan. 2008. *Manajemen Public Relations, Strategi Menjadi Humas Profesional*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Morrison, M.A. dan Dr. Andy Corry Wardhany, M.Si. 2009. *Teori komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Mulyana, Deddy. 2012. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, Jalaluddin. 2005. *Metode penelitian Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Rivai, Veithzal dan Deddy Mulyana. 2003. *Kepemimpinan dan Perilaku Organisasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Rumanti, Assumta Sr Maria. 2002. *Dasar-Dasar Public Relations : Teori dan Praktik*. Jakarta : PT Grasindo.

Umar, Husein. 2005. *Evaluasi Kinerja Perusahaan*, Penerbit Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.

Widjaja. 2010. *Komunikasi: Komunikasi dan hubungan masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Penerbit PT. Gramedia Widiasarana Indonesia. Jakarta.

W Nolte, Lawrence. *Effective Publicity*, John Wiley and Sonc Inc, Canada, 1984

Sumber Online :

<https://www.kompasiana.com/fikar/5d3da6760d823015184a0262/pengertian-manfaat-dan-kelebihan-media-monitoring-indonesia?page=all> (diakses pada senin, 16 Juni 201 pukul 20.30 WIB)

<https://els.bappenas.go.id> diakses pada Kamis, 12 juni 2020 pukul 20.30 WIB

<https://kemenporari.monitoring.web.id/home> (diakses pada senin, 18 Juni 2020 pukul 20.30 WIB).

https://scholar.google.co.id/scholar?hl=id&as_sdt=0%25C&q=jurnal+gaya+komunikasi+kepemimpinan+di+dalam+lembaga+jurnal&btnG=#d=gs_qabs&u=%23p%3D9acrq1e27fYJ (diakses pada 18 Juni 2020 pukul 13:43 WIB.)

https://schoolar.google.co.id/schoolar?start=10&q=jurnal+gaya+komunikasi+kepemimpinan+di+dalam+lembaga+jurnal&hl=id&as_sdt=0,5#c+gs_qabs&u=%23p%3D5aZkwuKwc8oJ (diakses pada 18 juni 2020 pukul 14:26)