

## MEMBANGUN KOMUNIKASI BISNIS DALAM MEMBENTUK ORGANISASI KARANG TARUNA YANG PRODUKTIF

Jullian Adi Pamungkas  
Manajemen, Universitas Pelita Bangsa, Bekasi  
E-mail: [arrulcahyailham.21@gmail.com](mailto:arrulcahyailham.21@gmail.com)

### ABSTRAK

Karang Taruna adalah organisasi pemuda yang memiliki peran penting untuk meningkatkan kesejahteraan sosial serta ekonomi komunitasnya. Akan tetapi, beberapa Karang Taruna belum dapat menjadi sosial yang produktif dan mandiri, oleh karena itu membangun komunikasi bisnis di sebuah organisasi menjadi solusi yang efektif. Karang Taruna yang berhasil mengembangkan komunikasi internal terbuka dan melibatkan semua pihak cenderung memiliki tingkat partisipasi anggota yang aktif dan program kerja yang lebih terkoordinasi. Komunikasi eksternal yang efektif memberikan dampak bagi organisasi untuk bekerja sama dengan berbagai pihak, seperti pemerintah daerah, perusahaan swasta, dan sosial non-profit, sehingga memperluas jaringan dan mendapatkan akses ke sumber daya. Selain itu, penggunaan media digital merupakan komponen penting dalam mempercepat transformasi organisasi menuju model kewirausahaan sosial yang berbasis komunitas. Akibatnya, akan membangun pemahaman tentang komunikasi bisnis di kalangan anggota dan pengurus yang menjadikan organisasi produktif.

### Kata kunci

**Karang Taruna, Komunikasi Bisnis, Organisasi Produktif**

### ABSTRACT

*Karang Taruna (Youth Organization) is a youth organization that plays a vital role in improving the social and economic well-being of its community. However, some Karang Tarunas have not yet become productive and independent organizations. Therefore, building business communication within an organization is an effective solution. Karang Tarunas that successfully develop open internal communication and involve all parties tend to have active member participation and more coordinated work programs. Effective external communication enables organizations to collaborate with various parties, such as local governments, private companies, and non-profit organizations, thereby expanding networks and gaining access to resources. Furthermore, the use of digital media is a crucial component in accelerating organizational transformation toward a community-based social entrepreneurship model. Consequently, it builds an understanding of business communication among members and administrators, leading to a productive organization.*

### Keywords

**Karang Taruna, Business Communication, Productive Organization**

## 1. PENDAHULUAN

Organisasi dibentuk berdasarkan kepentingan bersama untuk mencapai tujuan bersama. Didirikannya organisasi bertujuan untuk memberikan sumbangsih atau peran tertentu kepada masyarakat maupun bagi negara, dan juga untuk mencapai tujuan bersama yang telah ditentukan. Dengan adanya organisasi masyarakat, diharapkan memberikan dampak positif terhadap masyarakat dalam berbagai bidang sosial, ekonomi, dan lainnya. Karang taruna merupakan organisasi kemasyarakatan yang hampir ada di setiap desa atau kelurahan dan berfungsi sebagai tempat atau wadah untuk membina anggota masyarakat, terutama generasi muda. Karang taruna telah memberikan ruang atau kesempatan bagi pemuda untuk berlatih berorganisasi sejak dini. Berbagai macam pendapat dan

keaktivitas dapat diusulkan melalui Karang taruna. Di sisi lain Karang taruna juga berfungsi sebagai wadah bagi para pemuda untuk menghindari tindakan-tindakan negatif yang merugikan dirinya sendiri ataupun orang lain, dengan cara membangun kepribadian mereka seperti, sikap sosial yang tinggi jiwa kepemimpinan, manajemen waktu, pengambilan keputusan, kewirausahaan dan pemberdayaan sumber daya manusia. Berdasarkan Undang-Undang Nomor 40 Tahun 2009 "Organisasi kepemudaan dibentuk dan berfungsi untuk menudukung kepentingan nasional, memberdayakan potensi, mengembangkan kepemimpinan, kewirausahaan, dan kepeloporan"

Sebagai organisasi pemuda, Karang taruna memiliki peran penting dalam membangun kesejahteraan sosial dan ekonomi di tingkat desa atau kelurahan. Namun, banyak Karang Taruna yang menghadapi masalah dalam hal profesionalisme, manajemen, dan cara berkomunikasi. Membangun komunikasi bisnis yang efektif ialah pilar utama dalam membentuk organisasi yang produktif secara ekonomi, tidak hanya aktif secara sosial. Sebuah studi McKinsey Global Institute menunjukkan Komunikasi bisnis yang efektif di dalam organisasi dapat meningkatkan produktivitas organisasi hingga 25%. (McKinsey, 2019).

Komunikasi bisnis mencakup proses pertukaran informasi yang terstruktur, baik internal antar anggota maupun eksternal dengan mitra atau masyarakat umum. Sayangnya, sebagian besar Karang Taruna belum memiliki kemampuan komunikasi yang baik untuk mengelola atau membuat jejaring kemitraan yang berkelanjutan. Dengan adanya keterbatasan tersebut sebuah organisasi akan mengalami penurunan kontribusi dari anggota, seperti kurang efektifnya perencanaan program dan kurangnya inovasi untuk produktifitas pengembangan ekonomi. Oleh karena itu, begitu penting untuk memikirkan bagaimana komunikasi bisnis diterapkan di lingkungan Karang Taruna dan bagaimana dampaknya dalam meningkatkan produktifitas organisasi secara keseluruhan.

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan dengan jelas bagaimana komunikasi bisnis diterapkan di dalam Karang Taruna, baik secara internal maupun eksternal. Fokusnya termasuk frekuensi dan saluran komunikasi—seperti rapat tatap muka, aplikasi pesan instan, hingga media sosial—serta formalitas dan isi pesan yang disampaikan, sebagaimana diidentifikasi pada sejumlah studi komunikasi organisasi Karang Taruna.

Inti penelitian juga untuk menelaah berbagai teknik komunikasi bisnis—termasuk komunikasi verbal, tulisan, dan nonverbal—yang telah diperkenalkan melalui program sosialisasi atau pelatihan kepada anggota Karang Taruna. Berdasarkan praktik terbaik yang ditemukan di studi Abdimas, pendekatan seperti simulasi, permainan peran, dan presentasi terbukti meningkatkan kemampuan komunikasi dan kepercayaan diri pemuda.

## **2. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi lapangan (field research). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu menggambarkan secara mendalam proses komunikasi dan dinamika organisasi dalam konteks sosial tertentu, khususnya dalam organisasi Karang Taruna. Pendekatan ini menekankan pemahaman terhadap makna subjektif yang dibentuk melalui interaksi sosial antar anggota organisasi (Moleong, 2017). Dalam konteks ini, peneliti terlibat langsung di lapangan untuk memperoleh pemahaman menyeluruh mengenai praktik komunikasi, peran struktur, dan solidaritas dalam organisasi.

Studi lapangan memungkinkan peneliti melakukan pengamatan langsung terhadap aktivitas dan interaksi anggota Karang Taruna. Metode ini relevan untuk menggali fenomena sosial yang kompleks, di mana realitas tidak dapat sepenuhnya dijelaskan melalui data kuantitatif atau angka. Melalui observasi partisipatif dan wawancara mendalam, peneliti dapat menangkap nuansa-nuansa komunikasi yang berlangsung serta faktor-faktor yang memengaruhi produktivitas dan solidaritas sosial (Creswell, 2016). Proses ini memberikan konteks yang kaya dan mendalam terhadap objek yang diteliti.

### **3. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **3.1 Komunikasi Internal**

Hasil observasi dan wawancara dengan lima anggota Karang Taruna di Desa Ciantra, Kecamatan Cikarang Selatan, menunjukkan bahwa pola komunikasi internal yang digunakan dalam organisasi ini memadukan dua model komunikasi organisasi klasik: model rantai (chain) dan model roda (wheel). Model rantai tampak dominan dalam proses pelaporan dan distribusi tugas dari ketua kepada bidang-bidang kerja secara hierarkis. Di sisi lain, model roda muncul saat ketua menjadi pusat komunikasi utama dalam pengambilan keputusan mendesak, di mana seluruh anggota mengandalkan informasi dari satu sumber pusat (Mulyana, 2018). Kombinasi kedua model ini digunakan secara fleksibel tergantung konteks kegiatan dan urgensi keputusan.

Selain struktur komunikasi, mekanisme rapat rutin menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi dan mengevaluasi program kerja. Rapat biasanya dilakukan satu kali dalam sebulan dan bersifat formal dengan agenda yang telah ditentukan sebelumnya. Berdasarkan wawancara, rapat tidak hanya menjadi media komunikasi vertikal antara pengurus inti dan anggota, tetapi juga ruang partisipatif untuk menyampaikan ide, kritik, dan saran. Hal ini menunjukkan bahwa mekanisme rapat berfungsi sebagai forum deliberatif yang mendukung keberlanjutan organisasi (Suryani & Wulandari, 2021). Efektivitas rapat bergantung pada keterbukaan komunikasi dan ketegasan dalam pengambilan keputusan.

Dalam konteks komunikasi harian, media digital seperti WhatsApp menjadi saluran komunikasi yang sangat penting bagi Karang Taruna Desa Ciantra. Grup WhatsApp digunakan untuk menyampaikan informasi singkat, koordinasi kegiatan, hingga berbagi dokumentasi acara. Media ini dianggap cepat, fleksibel, dan memungkinkan interaksi dua arah antar anggota. Sesuai dengan teori media richness, WhatsApp termasuk media dengan tingkat "kekayaan" sedang, namun efektif untuk komunikasi organisasi yang bersifat rutin dan koordinatif (Yuliana & Permana, 2022). Namun demikian, keterbatasan dalam penyampaian pesan kompleks tetap diatasi melalui tatap muka saat rapat.

Seluruh proses komunikasi tersebut dijalankan dalam bingkai struktur organisasi formal yang telah ditetapkan melalui AD/ART Karang Taruna. Struktur ini mencakup pembagian bidang seperti bidang kepemudaan, kewirausahaan, dan sosial kemasyarakatan, yang masing-masing memiliki tugas dan wewenang tersendiri. Struktur formal ini tidak hanya mendukung efektivitas koordinasi, tetapi juga menumbuhkan akuntabilitas antar anggota. Studi oleh Handayani (2020) menunjukkan bahwa struktur organisasi yang jelas berkontribusi pada keteraturan komunikasi dan pelaksanaan program secara terarah.

Dari hasil temuan di lapangan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi internal Karang Taruna Desa Ciantra bersifat adaptif dan menggabungkan pendekatan formal

dengan penggunaan teknologi digital. Integrasi antara model struktur komunikasi klasik, mekanisme rapat, media daring, dan struktur organisasi yang sistematis telah menciptakan alur komunikasi yang cukup efektif. Keberhasilan ini dapat dijadikan model bagi organisasi serupa dalam mengelola komunikasi internal yang produktif dan partisipatif (Prasetyo, 2023).

### **3.2 Komunikasi Eksternal**

Hasil penelitian lapangan di Karang Taruna Desa Ciantra, Kecamatan Cikarang Selatan, menunjukkan bahwa komunikasi eksternal organisasi dijalankan dengan mengoptimalkan berbagai bentuk media publikasi. Salah satu media yang paling sering digunakan adalah poster dan spanduk yang dipasang di area strategis desa, seperti kantor RW, masjid, dan jalan utama. Media ini digunakan untuk menyampaikan informasi tentang kegiatan sosial, pelatihan kewirausahaan, dan ajakan gotong royong. Menurut Lestari & Gunawan (2021), media visual seperti poster dan spanduk masih efektif dalam menjangkau khalayak di wilayah semi-urban, terutama mereka yang tidak aktif di media sosial.

Selain media cetak, publikasi sosial melalui media digital, khususnya Instagram dan WhatsApp Status, juga dimanfaatkan secara aktif oleh pengurus Karang Taruna. Konten yang diunggah umumnya berupa dokumentasi kegiatan, pengumuman, serta video pendek berisi ajakan partisipasi. Komunikasi eksternal melalui media sosial ini bertujuan membangun citra organisasi yang aktif, terbuka, dan profesional di mata masyarakat luas. Penelitian oleh Pratiwi (2022) menyatakan bahwa kehadiran organisasi pemuda di ruang digital tidak hanya memperluas jangkauan komunikasi, tetapi juga meningkatkan akuntabilitas publik melalui transparansi aktivitas.

Dalam pelaksanaan komunikasi eksternal, Karang Taruna juga menerapkan strategi pelibatan langsung masyarakat, misalnya dengan door-to-door invitation atau penyebaran pamflet melalui kader pemuda di tiap RT/RW. Strategi ini terbukti meningkatkan partisipasi warga, terutama dalam kegiatan sosial berskala lokal. Hal ini sejalan dengan pendapat Kurniawan (2020) yang menyebutkan bahwa kombinasi antara komunikasi tatap muka dan media visual menciptakan efek persuasi yang lebih kuat dalam konteks komunitas desa, dibandingkan hanya mengandalkan media daring.

Yang menarik, hasil wawancara menunjukkan bahwa Karang Taruna juga aktif melibatkan Pemerintah Daerah (Pemda) dalam kegiatan eksternal mereka, terutama dalam bentuk kolaborasi program seperti pelatihan UMKM, lomba kepemudaan, dan kegiatan lingkungan. Komunikasi formal dengan Pemda dilakukan melalui surat menyurat, proposal kegiatan, dan koordinasi langsung dengan staf kelurahan atau kecamatan. Menurut Haris & Yulianti (2019), pelibatan Pemda dalam komunikasi eksternal organisasi pemuda dapat memperkuat legitimasi kegiatan dan membuka akses terhadap sumber daya publik, termasuk bantuan dana atau fasilitas.

Dengan demikian, komunikasi eksternal Karang Taruna Desa Ciantra dijalankan secara terpadu melalui media cetak, digital, pendekatan langsung, dan kolaborasi lintas lembaga. Keberagaman saluran ini menunjukkan adaptasi yang baik terhadap kebutuhan komunikasi di tingkat komunitas, sekaligus memperkuat peran Karang Taruna sebagai agen sosial yang aktif dan responsif terhadap lingkungan. Efektivitas komunikasi eksternal yang demikian ini merupakan indikator penting dari organisasi yang mampu membangun relasi strategis dengan masyarakat dan pemangku kepentingan eksternal (Sutrisno, 2023).

#### **Efektivitas dan Produktivitas**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi internal yang baik memiliki korelasi langsung terhadap efektivitas dan produktivitas organisasi Karang Taruna Desa

Ciantra. Komunikasi yang terstruktur dan terbuka memungkinkan setiap anggota memahami peran dan tanggung jawabnya, sehingga pelaksanaan program kerja menjadi lebih efisien. Berdasarkan wawancara, mayoritas anggota menyatakan bahwa mereka merasa lebih termotivasi saat alur komunikasi jelas dan pemimpin aktif memberikan arahan maupun apresiasi. Hal ini sejalan dengan temuan Wibowo & Fadilah (2021), yang menyebutkan bahwa komunikasi efektif dapat meningkatkan motivasi dan kinerja dalam organisasi sosial.

Selain itu, komunikasi yang lancar juga berdampak positif terhadap peningkatan jumlah dan kualitas aktivitas sosial yang diselenggarakan oleh Karang Taruna. Data observasi mencatat bahwa sejak penggunaan media komunikasi digital seperti WhatsApp dan koordinasi rutin via rapat formal, keterlibatan anggota dalam kegiatan meningkat. Program seperti pelatihan UMKM, kerja bakti lingkungan, dan bakti sosial menjadi lebih terorganisir dan mendapatkan partisipasi lebih luas dari masyarakat. Menurut Susanti (2020), komunikasi yang efektif mempercepat proses perencanaan hingga eksekusi kegiatan sosial, sehingga berdampak langsung terhadap keberlanjutan program.

Hasil wawancara juga mengungkap bahwa komunikasi yang partisipatif memperkuat solidaritas antaranggota, yang berdampak pada munculnya kelompok-kelompok kerja yang produktif. Dalam konteks Karang Taruna, solidaritas ini tercermin dari kesiapan anggota untuk saling membantu, fleksibilitas dalam pembagian kerja, serta rendahnya konflik internal. Komunikasi interpersonal dan kelompok yang intensif telah membangun kepercayaan dan rasa memiliki terhadap organisasi. Penelitian oleh Rahmatullah & Dewi (2022) menunjukkan bahwa solidaritas kelompok dipengaruhi oleh kejelasan informasi, ruang dialog, dan adanya kepemimpinan komunikatif.

Produktivitas organisasi juga terlihat dari hasil program kerja yang semakin beragam dan terukur, termasuk dalam aspek dokumentasi dan pelaporan. Dengan komunikasi yang efisien, pengurus dapat membagi tugas dokumentasi, publikasi, dan evaluasi secara kolektif. Kinerja organisasi meningkat karena anggota tidak hanya bertindak sebagai pelaksana, tetapi juga ikut menyumbang gagasan dan solusi dalam setiap kegiatan. Menurut Prabowo (2023), produktivitas organisasi pemuda sangat ditentukan oleh sinergi antaranggota yang dibangun dari komunikasi yang konsisten dan berbasis nilai-nilai partisipatif.

Dengan demikian, temuan lapangan secara keseluruhan menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif menjadi fondasi utama dalam membangun organisasi Karang Taruna yang produktif, terorganisir, dan berdaya sosial tinggi. Efektivitas komunikasi terbukti berdampak pada peningkatan kinerja program, partisipasi anggota, serta terbentuknya iklim organisasi yang kolaboratif. Hal ini memperkuat argumentasi bahwa dalam organisasi berbasis komunitas, kekuatan utama bukan hanya pada struktur, tetapi pada bagaimana pesan disampaikan, diterima, dan ditindaklanjuti dalam semangat kolektif (Yuniarti, 2021).

#### **4. KESIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan dengan pendekatan kualitatif melalui studi lapangan di Karang Taruna Desa Ciantra, Kecamatan Cikarang Selatan, dapat disimpulkan bahwa komunikasi memiliki peran sentral dalam membentuk organisasi yang produktif dan solid. Model-model komunikasi organisasi seperti rantai, roda, dan lingkaran serta penggunaan media komunikasi yang tepat seperti WhatsApp dan rapat formal, terbukti mampu menciptakan alur komunikasi internal yang lebih terarah dan efisien. Kejelasan struktur organisasi juga turut memperkuat proses komunikasi sehingga

mampu mendorong koordinasi antaranggota dalam menjalankan tugas dan program kerja secara kolektif.

Di sisi lain, komunikasi eksternal Karang Taruna juga menunjukkan kontribusi besar terhadap citra dan keberlanjutan organisasi. Penggunaan media publikasi seperti poster, spanduk, hingga media sosial, serta pelibatan pemerintah daerah dalam kegiatan sosial memperluas jangkauan pesan dan meningkatkan legitimasi program di mata masyarakat. Strategi komunikasi eksternal yang dilakukan dengan pendekatan persuasif dan kolaboratif memperkuat hubungan antara organisasi dengan lingkungan eksternalnya dan meningkatkan partisipasi masyarakat dalam setiap kegiatan sosial yang dilaksanakan.

Akhirnya, temuan penelitian menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif memiliki korelasi positif terhadap efektivitas dan produktivitas organisasi. Komunikasi yang terbuka, partisipatif, dan berbasis nilai-nilai solidaritas memperkuat ikatan antaranggota, membangun kepercayaan, serta mendorong terbentuknya kelompok-kelompok kerja yang produktif. Aktivitas sosial Karang Taruna meningkat, baik dari segi frekuensi, kualitas program, maupun dampaknya terhadap masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi yang dirancang secara tepat menjadi fondasi utama dalam membangun Karang Taruna yang aktif, solutif, dan berdaya sosial tinggi.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, D. (2018). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Rakhmat, J. (2019). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Syamsuddin, A. (2020). Strategi Komunikasi dalam Pemberdayaan Masyarakat oleh Organisasi Sosial. *Jurnal Komunikasi Sosial*, 12(1), 45–53.
- Prabowo, A., & Susanto, R. (2021). Optimalisasi Komunikasi Organisasi Pemuda Melalui Teknologi Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 19(2), 101–112.
- Handayani, S. (2022). Peran Pemerintah dalam Meningkatkan Kinerja Karang Taruna. *Jurnal Pemberdayaan Sosial*, 8(1), 30–39.
- Putra, A. Y., & Lestari, D. (2021). Model Komunikasi dalam Organisasi Sosial: Studi pada Komunitas Pemuda Desa. *Jurnal Ilmu Komunikasi UIN Jakarta*, 9(2), 88–96.
- Suharyadi, I., & Indrawati, N. (2020). Model Komunikasi Roda dalam Organisasi: Efisiensi atau Ketimpangan? *Jurnal Komunikasi Profesional*, 4(1), 35–44.
- Rohman, F. (2019). Pengaruh Pola Komunikasi Lingkaran Terhadap Efektivitas Tim dalam Organisasi Sosial. *Jurnal Komunikasi dan Sosial Kemasyarakatan*, 7(1), 22–30.
- Yuliana, L., & Permana, B. (2022). Media Richness dalam Komunikasi Organisasi Digital. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(3), 120–130.
- Prasetyo, R. (2023). Strategi Komunikasi dalam Organisasi Karang Taruna: Integrasi Model dan Media. *Jurnal Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 11(2), 55–66.
- Yunus, M., & Subekti, R. (2021). Sistem Komunikasi Formal dalam Organisasi Sosial: Studi pada Karang Taruna Kelurahan X. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(2), 111–120.
- Setiawan, H., & Marlina, T. (2020). Kredibilitas Saluran Komunikasi dalam Meningkatkan Efektivitas Pesan Organisasi. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 12(1), 44–52.
- Lestari, N. (2019). Pengaruh Feedback Terhadap Efektivitas Komunikasi dalam Tim Kerja. *Jurnal Manajemen dan Komunikasi*, 8(3), 27–34.
- Handayani, R., & Prabowo, A. (2022). Kejelasan Pesan dan Implikasinya terhadap Produktivitas Organisasi Sosial. *Jurnal Komunikasi Efektif*, 6(2), 89–97.

- Ardiyanti, F. (2023). Praktik Komunikasi Efektif dalam Organisasi Pemuda: Studi Kasus Karang Taruna Kecamatan Y. *Jurnal Pemberdayaan dan Komunikasi*, 10(1), 15–25.
- Heryanto, A., & Puspita, D. (2020). Struktur Organisasi dan Produktivitas Kerja Organisasi Sosial. *Jurnal Administrasi dan Organisasi Indonesia*, 7(1), 32–41.
- Pratiwi, L., & Yuliana, R. (2021). Komunikasi Efektif dalam Organisasi Karang Taruna: Membangun Partisipasi Anggota. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(2), 87–95.
- Setyawan, A., & Lestari, D. (2019). Hubungan Antara Struktur Organisasi dan Komunikasi Terhadap Kinerja Organisasi Sosial. *Jurnal Organisasi dan Manajemen*, 11(3), 101–110.
- Nursalim, A., & Hardiyansyah, H. (2022). Komunikasi Interpersonal dan Solidaritas Sosial dalam Organisasi Kepemudaan. *Jurnal Komunikasi Sosial Kemasyarakatan*, 9(1), 45–54.
- Wahyudi, M. (2023). Membangun Efektivitas Organisasi Karang Taruna Melalui Struktur dan Komunikasi. *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Desa*, 6(2), 56–64.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Creswell, J. W. (2016). *Research Design: Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif, dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Fadli, M., & Hasibuan, R. (2021). Triangulasi dalam Penelitian Kualitatif: Kajian pada Penelitian Organisasi Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 10(2), 134–142.
- Rahman, A. (2022). Studi Lapangan dalam Penelitian Komunikasi Organisasi: Menangkap Realitas Sosial Karang Taruna. *Jurnal Komunikasi dan Pemberdayaan Masyarakat*, 5(1), 55–63.