

STRATEGI KOMUNIKASI
YANG DILAKUKAN CLASS COORDINATOR DENGAN PESERTA TRAINING
(STUDI KASUS KESENJANGAN JABATAN PADA DIVISI LEARNING OPERATION
PT. BFI FINANCE HEAD OFFICE)

COMMUNICATION STRATEGY

CONDUCTED CLASS COORDINATOR WITH TRAINING PARTICIPANTS
(CASE STUDY GAP POSITION AT LEARNING OPERATION DIVISION PT. BFI
FINANCE HEAD OFFICE)

Rucito Wira Wardana¹, Martha Tri Lestari²

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹rucitowira@gmail.com, ²Martha.djamil@gmail.com

ABSTRAK

Di dalam sebuah perusahaan, kinerja karyawan dinilai mempengaruhi kualitas dan kinerja suatu perusahaan. Untuk itu, karyawan atau pegawai selalu dituntut untuk selalu belajar seiring berkembangnya teknologi dan inovasi setiap perusahaan agar menjadi perusahaan yang selalu unggul. Terlebih untuk perusahaan *multi finance*, yang selalu berkembang dan memberikan inovasi untuk mengikat hati para konsumen. Karyawan atau pegawai merupakan orang yang berperan penting dalam proses kegiatan pengembangan karir. Pertama-tama karyawan atau pegawai harus mempunyai kepekaan terhadap sekitar tentang berbagai perkembangan perusahaan tempat ia bekerja. Seorang karyawan yang akan mendapat pengembangan harus memahami beberapa aspek, salah satunya adalah memahami tentang pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan apa yang diperlukan organisasi darinya. Oleh karena itulah pelatihan atau *training* dan pengembangan karir merupakan cara yang dilakukan agar karyawan lebih menguasai hal apa saja yang harus dikuasainya sesuai jangka waktu pelatihan dan pengembangan karirnya yang berhubungan dengan jabatan yang dipegang oleh karyawan.

Department Human Capital Learning Operation
PT. BFI Finance Indonesia. Tbk bertanggung jawab untuk mewadahi tempat dimana peserta

melakukan *training* dan divisi *Learning Operation* memiliki *Class Coordinator* yang bertanggung jawab memberikan fasilitas kepada peserta *training* selama *training* berlangsung. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi *Class Coordinator* dalam menjalin komunikasi kepada para peserta *training* tanpa adanya kesenjangan jabatan. Penelitian ini menggunakan model perencanaan komunikasi Harold D. Lasswell dan fokus terhadap elemen komunikasi Harold Laswell yang telah dikembangkan dan dapat di aplikasikan oleh sistem komunikasi umum Shannon dan Weaver yang menguraikan penetapan komunikator, pemahaman khalayak, perumusan pesan, pemilihan media, penerimaan *feedback*, serta evaluasi yang dilakukan. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif disertai studi kasus yang menjabarkan dan mengali permasalahan yang ada dalam penelitian ini. Dari hasil penelitian diketahui bahwa strategi komunikasi *Class Coordinator* kepada peserta *training* PT. BFI Finance Tbk, dalam menangani kesenjangan jabatan mendapatkan respon positif dari peserta, serta strategi komunikasi *Class Coordinator* efektif dalam menyelenggarakan kelas *training* *Class Coordinator*. Strategi komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi secara langsung kepada peserta *training*.

Kata Kunci: *Strategi Komunikasi, Kesenjangan Jabatan, Class Coordinator, Peserta Training*

ABSTRACT

In a company, employees' performance is judged to affect the quality and performance of a company. For that, employees or employees are always required to always learn as the development of technology and innovation of every company to become a company that is always superior. Especially for multi-finance companies, which are always growing and providing innovation to tie the hearts of consumers. Employees or employees are people who play an important role in the process of career development activities. Employee or employee must first have sensitivity to about the development of the company in which he works. An employee who will get the development must understand several aspects, one of which is to understand what knowledge, skills, and skills the organization needs from it. That is why training or training and career development is a way to make employees more control over what things should be controlled appropriate training period and career development associated with the position held by employees. Department of Human Capital Division of Learning Operation PT. BFI Finance

Indonesia Tbk is responsible for accommodating the place where the participants do the training and the Learning Operation division has a Class Coordinator who is responsible for providing facilities to the trainees during the training. This study aims to determine the communication strategy of Class Coordinator in establishing communication to the trainees without any gaps. This research uses communication planning model Harold D. Lasswell and focus on communication elements Harold Laswell which has been developed and can be applied by Shannon and Weaver public communication system that describes the determination of communicator, audience understanding, message formulation, media selection, feedback acceptance, and evaluation which is conducted. This research uses descriptive qualitative method with case study which describe and multiply the problems that exist in this research. From the results of research known that communication strategy of class coordinator to trainee participant of PT. BFI Finance Tbk, in handling the position gap received positive response from the participants, as well as communication strategy of effective coordinator class in conducting class training class coordinator. The most effective communication strategy is direct communication to trainees.

Keywords: Communication Strategy, Job Gap, Class Coordinator, Training Participant

1. PENDAHULUAN

Hadirnya industri multi *finance* belum terlalu lama berjalan di Indonesia, terutama jika dibandingkan dengan negara-negara maju yang berada diseluruh dunia. Pemerintah membuka lebih luas lagi bagi bisnis pembiayaan, dengan cakupan kegiatan meliputi *leasing*, *factoring*, *consumer finance*, modal ventura dan kartu kredit. Sesama industri keuangan, perkembangan industri *leasing* relatif tertinggal dibandingkan yang lain, perbankan,. Karyawan atau pegawai merupakan orang yang berperan penting dalam proses kegiatan pengembangan karir. Pertama-tama karyawan atau pegawai harus mempunyai kepekaan terhadap sekitar tentang berbagai perkembangan perusahaan tempat ia bekerja. Menurut Sondang P Siagian (Gouzali Saydam, 2006:43) menyebutkan bahwa seorang karyawan yang akan mendapat pengembangan harus memahami beberapa aspek, salah satunya adalah memahami tentang pengetahuan, kemampuan, dan keterampilan apa yang diperlukan organisasi darinya. Oleh karena itulah pelatihan dan

pengembangan karir merupakan cara yang dilakukan agar karyawan lebih menguasai hal apa saja yang harus dikuasainya sesuai jangka waktu pelatihan dan pengembangan karirnya yang berhubungan dengan jabatan yang dipegang oleh karyawan. Pelatihan dan pengembangan tidak jarang kita dengar dalam dunia kerja di dunia perusahaan, hal ini dapat diartikan bahwa pelatihan dan pengembangan sangat berperan penting bagi pegawai untuk supaya lebih bisa menguasai terhadap pekerjaan yang dijabat atau pekerjaan yang akan dijabat kedepannya. Pegawai yang akan menjabat akan menjalani *training* untuk menaikan jabatannya untuk pelatihan dasar sampai pelatihan *hard skill*. Pelatihan dan pengembangan dilakukan sebagai salah satu cara untuk meningkatkan keterampilan serta ilmu pengetahuan yang dimiliki setiap pegawai, terutama setelah naik jabatan menghadapi dan menangani kondisi - kondisi baru. Begitupun dengan PT. BFI Finance yang ingin setiap karyawan yang akan naik jabatan dengan kualitas sesuai yang ditetapkan perusahaan sehingga karyawan harus ikut serta dalam *training* agar sesuai dengan kualifikasi perusahaan. *Training* di selenggarakan di kantor pusat BFI Finance. Adapun yang menyelenggarakan *training* adalah unit *Learning Operation* dari *Human Capital Department*, dimana *Learning Operation* bertanggung jawab untuk mewedahi tempat dimana peserta melakukan *training*, *Learning Operation* memiliki *Class Coordinator* yang bertanggung jawab memberikan fasilitas kepada peserta *training* selama *training* berlangsung. Penelitian ini berfokus pada bagaimana tahapan-tahapan strategi komunikasi yang dilakukan *Class Coordinator* kepada peserta *training* agar tidak adanya suatu kesenjangan jabatan.

2. Dasar Dan Teori dan Metodologi

2.1 Strategi Komunikasi

Menurut Rogers (1982), strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Middleton (1980) menyatakan, “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

2.2 Sistem Komunikasi Umum Shannon dan Weaver

Dalam sistem komunikasi umum Shannon dan Weaver, sumber informasi menghasilkan sebuah Pesan yang harus dikomunikasikan dari serangkaian kemungkinan pesan. **Pesan** itu bias dalam

bentuk kata lisan atau tulisan, musik, gambar, dan lain sebagainya. **Transmitter** (alat pengirim) mengubahnya menjadi **Sinyal** yang cocok dengan saluran (channel) yang digunakan. **Saluran** adalah media untuk mengirim sinyal dari transmitter ke penerima. Dalam percakapan, sumber informasinya adalah otak, transmitternya adalah mekanisme suara yang menghasilkan sinyal (kata-kata Lisan), yang dikirim lewat udara (saluran). Penerima melakukan kebalikan kerja yang dilakukan transmitter dengan cara merekonstruksi pesan dari sinyal. Sasaran (destination) adalah orang atau benda yang dituju oleh pesan itu.

2.3 Komunikasi Organisasi

Menurut Schein (1982), “organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab”. Schein juga mengatakan bahwa organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktifitas dalam organisasi tersebut.

2.4 Komunikasi Organisasi Verbal

Komunikasi Organisasi Verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan ataupun secara tulisan. Komunikasi verbal adalah karakteristik khususnya dari manusia. Kata-kata memungkinkan menyatakan perasaan dan pikiran yang memungkinkan dapat dibaca orang. Dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku dalam mencapai tujuan.

2.5 Komunikasi Kebawah

Komunikasi ke bawah menunjukkan arus pesan yang mengalir dari para atasan atau para pimpinan kepada bawahannya. Kebanyakan komunikasi kebawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum. Menurut Lewis (1987) komunikasi kebawah adalah untuk menyampaikan tujuan, untuk merubah sikap, membentuk pendapat, mengurangi ketakutan dan kecurigaan yang

timbul karena salah informasi dan mempersiapkan anggota organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan.

2.6 Komunikasi Keatas

Komunikasi ke atas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkat yang lebih rendah kepada tingkat yang lebih tinggi. Semua karyawan dalam suatu organisasi kecuali yang berada pada tingkatan yang paling atas mungkin berkomunikasi ke atas. Tujuan dari komunikasi ini adalah untuk memberikan balikan, memberikan saran dan mnegajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan.

2.7 Metodologi Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus deskriptif kualitatif. Dengan menggunakan metode studi kasus deskriptif, penulis berusaha untuk untuk memperdalam pengetahuan mengenai suatu gejala tersebut, atau memperoleh ide-ide baru mengenai gejala itu. Data alamiah diperoleh dari hasil wawancara dan dokumentasi yang telah dilakukan oleh penulis. Data-data yang dikumpulkan dalam penelitian ini tidak disajikan dalam bentuk angka, melainkan dideskripsikan atau digambarkan dalam bentuk bahasa. Pada penelitian ini data yang dikumpulkan berupa hasil wawancara mendalam dan data-data yang diperoleh dari lapangan termasuk dokumentasi.

3. Pembahasan

Dalam penelitian ini *Class Coordinator* divisi *Learning Operation Departement Human Capital* PT.BFI Finance Indonesia. Tbk berupaya melakukan strategi komunikasi dalam menangani kesenjangan jabatan kepada peserta *training* , yakni sebagai berikut:

1. Kesenjangan jabatan yang dimulai dari faktor jabatan, usia, lamanya waktu bekerja.

Dikarenakan *Class Coordinator* berstatus magang, mitra, atau kontrak yang memiliki jabatan dibawah peserta.

2. Kesenjangan jabatan yang dimulai dari faktor jabatan, usia, lamanya waktu bekerja.

Dikarenakan *Class Coordinator* berstatus magang, mitra, atau kontrak yang memiliki jabatan dibawah peserta. Jika di kaitkan dengan teori strategi komunikasi), strategi adalah seni yang melibatkan kemampuan intelegensi/ pikiran untuk membawa semua sumber daya yang tersedia

dalam mencapai tujuan dengan memperoleh keuntungan yang maksimal dan efisien sehingga strategi menghasilkan gagasan dan konsepsi yang dikembangkan oleh praktisi (Cangara, 2013:61). Jika dikaitkan dengan studi kasus yang peneliti teliti, *Class Coordinator* membuat strategi bagaimana mengatasi kesenjangan jabatan,. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana operasionalnya secara praktis harus dilakukan dalam arti bahwa pendekatan (*approach*) bisa berbeda sewaktu-waktu tergantung dari situasi dan kondisi, dikaitkan dengan fenomena kesenjangan jabatan dilihat bagaimana *Class Coordinator* melakukan pendekatan pada peserta, *Class Coordinator* melakukan pendekatan dengan memahami karakter peserta dan juga menjaga sopan santun *Class Coordinator*, serta pendekatan persuasif yang efektif.

3. Menurut Rogers (1982), strategi komunikasi adalah suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Middleton (1980) menyatakan, “Strategi komunikasi adalah kombinasi yang terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh efek yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal.

4. Strategi komunikasi merupakan penentu berhasil tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif. Dengan demikian, strategi komunikasi baik secara makro maupun mikro mempunyai fungsi ganda (Effendy, 2000 : 300)

- Menyebarluaskan pesan komunikasi yang bersifat *informative*, *persuasive* dan instruktif secara sistematis kepada sasaran untuk memperoleh hasil optimal.
- Menjembatani ‘*cultural gap*’ akibat kemudahan diperolehnya dan kemudahan dioperasionalkannya media massa yang begitu ampuh yang jika dibiarkan akan merusak nilai-nilai budaya.

5. Strategi komunikasi harus didukung dengan teori karena teori merupakan pengetahuan berdasarkan pengalaman yang sudah diuji kebenarannya. Adapun teori yang dapat mendukung mengenai strategi komunikasi ialah yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell yaitu cara terbaik untuk menerangkan kegiatan komunikasi adalah menjawab pertanyaan “***who says what in which channel to whom with what effect?***” komponen komunikasi yang berkorelasi secara fungsional pada paradigma Lasswell merupakan jawaban pertanyaan yang diajukan.

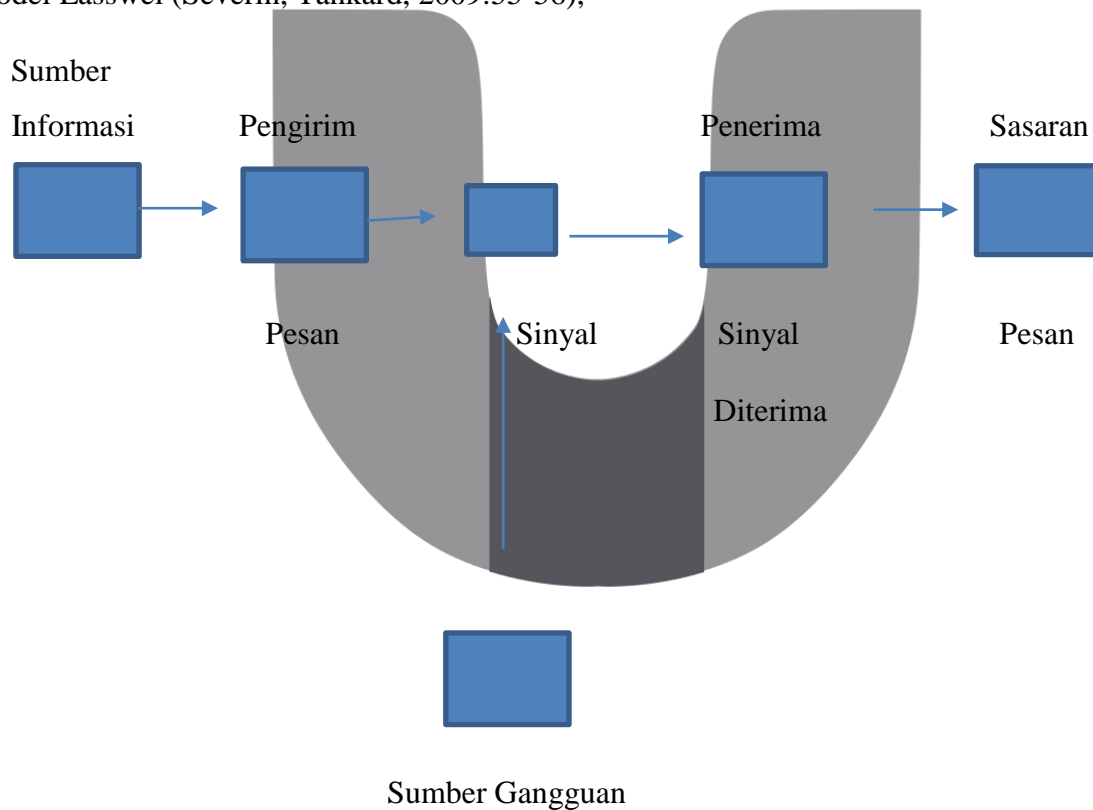
1. Komunikator (*communicator, source, sender*)

2. Pesan (*message*)

- 3. Media (*channel, media*)
- 4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipients*)
- 5. Efek (*Effect, impact, influence*)

Jadi, berdasarkan paradigma Lasswell tersebut, komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu.

6. Model Lasswell dapat di aplikasikan segala komunikasi, Lasswel mengindikasikan bahwa lebih dari satu saluran bisa membawa sebuah pesan. Siapa mengemukakan pertanyaan tentang pengendalian pesan, mengatakan apa, saluran komunikasi dipelajari dalam media analisis, kepada siapa. Model Lasswel telah dikritik karena tampaknya model tersebut mengimplikasikan kehadiran komunikator dan pesan yang bertujuan. Lasswell juga telah dianggap telah menyederhanakan model lain yang baik, model ini memfokuskan perhatian pada aspek-aspek penting komunikasi. Shannon dan Weaver mengembangkan model Lasswel dari model sistem komunikasi umum Shannon dan Weaver yang dapat di aplikasikan di Strategi komunikasi dan model Lasswel (Severin, Tankard, 2009:55-56),



Sumber: Teori Komunikasi (Severin, Tandkard, 2009:57)

7. Sumber informasi dimana fenomena dari studi kasus ini adalah kesenjangan jabatan yang ada di PT. BFI Finance Indonesia Tbk, kesenjangan jabatan dapat terjadi dikarenakan Gap antara atasan dan bawahan.

- Pengirim adalah komunikator, komunikator adalah Class coordinator yang merupakan bagian dari department human capital learning operation PT. BFI Finance Indonesia Tbk, *Class Coordinator* bertugas untuk menyelenggarakan dan memfasilitasi kelas *training* kenaikan jabatan (spesialisasi) atau generalisasi.
- Pesan adalah lisan dan tulisan, bagaimana class coordinator menyampaikan pesan kepada peserta training, dimana biasanya *Class Coordinator* menggunakan media apa saja untuk berkomunikasi dengan peserta *training*.
- Sinyal adalah saluran dan kapasitas saluran bagaimana cara *Class Coordinator* berkomunikasi melewati saluran yang dipilih untuk menyampaikan pesan agar pesan tersampaikan.
- Sinyal diterima adalah entropi dan redudansi, dimana entropi adalah *noise* dan redudansi mengurangi *noise* dimana pesan yang akan dikirim ke komunikan. *Noise* adalah kesenjangan jabatan dari peserta, dimana peserta tidak menuruti apa yang *Class Coordinator* instruksikan, dan redudansi adalah cara *Class Coordinator* menangani *noise* atau hambatan agar pesan dapat tersampaikan.
- Penerima adalah komunikan yaitu peserta *training* dimana pesan ditujukan kepada peserta agar instruksi *Class Coordinator* tersampaikan dan dilakukan.
- Sasaran adalah target dan audiens dimana peserta adalah target *Class Coordinator* untuk menghilangkan kesenjangan jabatan, dimana *Class Coordinator* mengaplikasikan strategi komunikasi untuk mendapatkan respon peserta yang di inginkan *Class Coordinator*.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang penulis lakukan, peneliti dapat menyimpulkan bahwa resiko strategi komunikasi *Class Coordinator* kepada peserta *training* PT BFI Finance Tbk, dalam menangani kesenjangan jabatan mendapatkan respon positif dari peserta, serta strategi komunikasi *Class Coordinator* efektif dalam menyelenggarakan kelas *training* *Class Coordinator* melakukan pendekatan persuasif kepada peserta *training* dengan melihat karakter-karakter peserta *training*, jenis-jenis faktor kesenjangan jabatan yang berasal dari usia, jabatan, posisi, lamanya waktu bekerja, dan semua itu dapat diatasi dengan pendekatan persuasif *Class*

Coordinator. Strategi komunikasi yang paling efektif adalah komunikasi secara langsung dikarenakan *miss communiacation* dari *Class Coordinator* kepada peserta *training*, komunikasi tidak langsung cukup efektif, tetapi *Class Coordinator* menggunakan media komunikasi tidak langsung untuk membantu menyampaikan pesan,

5. Daftar Pustaka

- Andi Prastowo. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif dalam Perspektif Rancangan Penelitian*. Jogjakarta: Ar-Ruzz Media
- Arikunto, S. 1998. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: Rineka Cipta
- Arni, M. 2004. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara
- Cangara, H. Hafied. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada
- Deddy, Mulyana. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Dedy N. Hidayat. 2003. *Paradigma dan Metodologi Penelitian Sosial Empirik Klasik*. Jakarta: Departmen Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Indonesia
- Fawaid, Achmad (Creswell, John W). 2009. *Research Design Pendekatan Penelitian Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Prenada
- Moleong, J Lexy. 2002. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakary
- Moleong, J Lexy. 2006. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Mukhtar. 2013. *Metode Penelitian Deskriptif Kualitatif*. Jakarta : GP Press Group
- Saydam, Gouzali. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia (Human Resources Management), Suatu Pendekatan Mikro (Dalam Tanya Jawab)*. Jakarta: Djambatan.
- Sugiyono. 2006. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono. 2007. *Metodologi Penelitian Bisnis*. Jakarta: PT. Gramedia
- Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sugiyono.2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta

Sulistyo, Basuki. 2006. *Metode Penelitian*. Jakarta: Wedatama Widya Sastra dan Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya Universitas Indonesia

Yin Robert K. 2002. *Studi Kasus : Desain dan Metode*. Jakarta: RajaGrafindo Persada Zurnali,
Cut. 2010. *Learning Organization, Competency, Organizational Commitment, dan Customer Orientation : Knowledge Worker - Kerangka Riset Manajemen Sumberdaya Manusia pada Masa Depan*. Bandung: Unpad Press

InfoBank. (Agustus, 2017). Rating Multifinance No 447.

<http://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/> (diakses pada 23 Januari 2018)

<http://eprints.ums.ac.id/> (diakses pada 26 Januari 2018)

<http://jslhr.pubs.asha.org/> (diakses pada 30 Januari 2018)

<https://pakarkomunikasi.com/komponen-komponen-komunikasi> (diakses pada 20 Januari 2018)

<https://pakarkomunikasi.com/model-komunikasi-Jasswell> (diakses pada 19 Januari 2018)

<http://onlinelibrary.wiley.com/> (diakses pada 1 Februari 2018)

<https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/> (diakses pada 1 Februari 2018)

<http://pasca.unhas.ac.id/> (diakses pada 3 Februari 2018)

<http://repository.uinjkt.ac.id/> (diakses pada 10 Februari 2018)

<http://www.academia.edu/> (diakses pada 20 Januari 2018)

<https://www.bfi.co.id/> (diakses pada 19 Januari 2018)

<https://www.emeraldinsight.com/> (diakses pada 19 Januari 2018)

<http://www.jurnalkommas.com/> (diakses pada 28 Januari 2018)

<http://www.liputanberita21.com/2017/06/sejarah-leasing-di-dunia-dan-di.html/> (diakses pada 15 Februari 2018)

<http://www.sciencedirect.com/> (diakses pada 15 Februari 2018)

<http://www.tandfonline.com/> (diakses pada 18 Februari 2018)