# Komunikasi dalam Pembinaan Program Kemitraan di PT Pos Indonesia

Komunikasi Tim PKBL dengan Mitra Binaan dalam Pembinaan Program Kemitraan Tahun 2017 di PT Pos Indonesia (Persero) Wilayah Regional V Bandung, Jawa Barat

[1]Rosiana Mustika Yusup, [2]Dede Lilis Choerowati

*[1,2]Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl. Tamansari No.1 Bandung 40116*

*email: [1]rosiana_mustika@yahoo.co.id, [2]delilisubandy@gmail.com*

**Abstract.** One of the division existed in PT. Pos Indonesia is PKBL Division with one of its many program is Partnership Program which directly establishes relations with Micro, Small and Midscale Enterprises. This program has a coaching program conducted through a number of appealing communication activities. This research entitled "Communication in Coaching Partnership Program in PT.Pos Indonesia" has a purpose to discover the PKBL team's communication with partners in training on Partership Program Year 2017 in PT. Pos Indonesia Regional Area V Bandung, West Java.This research specifically uses Morissan circular communication model with its communication components including communicator's communication, message, media, reciever, feedback and effect as the main reference. The method utilized in this research is the descriptive method complemented with quantitative approach. The population of PKBL Division in PT. Pos Indonesia Regional Area V Jalan Pahlawan 87, Sukaluyu, Cibeunying Kaler, Bandung City, West Java and UMKM partners in training using sampling purposive technique.The samples selected for this research consists of 5 samples with the following details: 1 Manager Assistant, 1 staff and 3 partners in training exclusively in Bandung area. The data obtained by a number of techniques which is direct interviews, observation, literature review and internet searching. Based on the results of the research, it can be concluded that the first communication in the PKBL Division this part of the partnership went very well and can improve especially on the progress and installment reports. As PKBL communicators have good and high credibility. Second, deliver the message according to the needs of the partners. Third, mobile phones and printed letters become the right channel in conveying information. Fourth, the assisted partners are helped and can understand. Fifth, and get good feedback and positive feedback. Finally, the effects of positive striking become more memorable, understand in filling or shipping and feel helpful, comfortable and open so partners become more disciplined and timely. So that communication can work well in an organiasasi in both directions it goes into Morissan communication model.

**Keywords: PKBL, Communication, Organizational Communication, Two-way Communication, Morissan Communication Component.**

**Abstrak**. PT Pos Indonesia mempunyai Divisi PKBL dengan salah satu bagiannya yaitu program kemitraan yang berhubungan langsung dengan Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Program kemitraan ini memiliki kegiatan pembinaan yang dilakukan melalui beberapa kegiatan komunikasi yang menarik. Penelitian dengan judul "Komunikasi dalam Pembinaan Program Kemitraan di PT Pos Indonesia". Bertujuan untuk mengetahui Komunikasi Tim PKBL dengan Mitra Binaan dalam Program Kemitraan Tahun 2017 di PT. Pos Indonesia (Persero) Wilayah Regional V Bandung, Jawa Barat. Penelitian ini merujuk pada model komunikasi Morissan secara sirkuler dengan komponen komunikasi komunikator, pesan, media, komunikan, umpan balik dan efek. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Populasi Divisi PKBL PT. Pos Indonesia (Persero) Regional V Jalan Pahlawan No. 87, Sukaluyu, Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat dan UMKM Mitra Binaan. Menggunakan teknik sampling purposif. Sampel sebanyak 5 orang yaitu 1 orang Asman, 1 orang Staf dan 3 orang mitra binaan khusus kota Bandung. Teknik pengumpulan data yang diperoleh melalui wawancara secara langsung, observasi. Selain itu data diperoleh melalui studi kepustakaan dan internet searching. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pertama komunikasi dalam Divisi PKBL bagian kemitraan ini berjalan dengan sangat baik dan dapat memperbaiki terutama pada laporan perkembangan dan angsuran. Sebagai komunikator PKBL memiliki kreadibilitas yang baik dan tinggi. Kedua, menyampaikan pesan sesuai dengan kebutuhan mitra binaan. Ketiga, handphone dan surat cetak menjadi saluran yang tepat dalam menyampaikan informasi. Keempat, mitra binaan terbantu dan dapat memahami. Kelima, serta mendapatkan tanggapan yang baik dan masukan yang positif. Terakhir, efek yang ditimbulkan berdampk positif menjadi lebih memhami, mengerti dalam

pengisian atau pengiriman dan merasa terbantu, nyaman dan terbuka sehingga mitra menjadi lebih didiplin dan tepat waktu. Sehingga komunikasi dapat berjalan secara baik dalam suatu organiasasi secara dua arah hal tersebut masuk ke dalam model komunikasi Morissan.

**Kata kunci : PKBL, Komunikasi, Komunikasi Organisasi, Komunikasi Dua Arah, Komponen Komunikasi Morissan.**

## A. Pendahuluan

Pada dasarnya setiap perusahaan BUMN tentu saja memiliki banyak divisi atau bagian di dalamnya. Dari setiap divisi tentu memiliki kewajiban dan pekerjaannya masing-masing. Salah satunya kewajiban untuk mempunyai program yang harus dijalankan oleh divisi tersebut. Salah satu divisi yang ada di perusahaan BUMN memiliki program yang mengelola kegiatan CSR yaitu Divisi PKBL atau Program Kemitraan dan Bina Lingkungan.

PKBL sendiri berdiri tidak begitu saja di dalam perusahaan BUMN, namun memiliki ketentuan hukum yang berlaku. Berdasarkan ketentuan yang berlaku mengacu pada peraturan menteri BUMN tanggal 27 April 2007 Nomor: PER-09/MBU/07/2015 tentang Program Kemitraan dan Program Bina Lingkungan Badan Usaha Milik Negara (BUMN). PT. Pos Indonesia adalah salah satu Badan Usaha Milik Negara yang memiliki komitmen untuk menjalankan penyelenggaraan Program Kemitraan dengan usaha kecil dan Program Bina Lingkungan (PKBL). Program kemitraan menjadi wadah bagi Pos Indonesia untuk berpartisipasi dan mendorong kegiatan dan pertumbuhan ekonomi masyarakat. Kontribusi PKBL dapat di lihat dari program-program penyaluran dana pembinaan yang telah dilaksanakan. PKBL Pos Indonesia ini sudah luas sekali pergerakannya hingga mencapai Nasional, Regional yaitu wilayah-wilayah tertentu. PKBL merupakan divisi yang menangani program kemitraan dan bina lingkungan di PT Pos Indonesia (Persero). Divisi PKBL ini terbagi menjadi dua bagian yaitu pada bagian Kemitraan tentu berhubungan langsung dengan UMKM (Usaha Mikri, Kecil dan Menengah) atau dikatakan sebagai mitra binaan. Sedangkan Bina Lingkungan berhubungan dengan masyarakat sosial secara umum dalam membantu bencana alam, perbaikan jalan, perbaikan mesjid dan lain-lain. Dalam kegiatan penyaluran dana program kemitraan tahun 2017 ini sedang berjalan muncul sebuah permasalahan yaitu pada laporan perkembangan usaha dan setoran angsuran yang tidak tepat waktu dalam pengiriman dan kurang paham. Kedua hal tersebut merupakan kegiatan paling penting yang harus dlakukan mitra. Setiap mitra binaan PT. Pos Indonesia diwajibkan untuk memberikan laporan perkembangan usaha dan menyetor sesuai dengan waktu yang ditentukan. Namun, pada saat ini karena kurangnya pemahaman dari mitra binaan akan kedua hal tersebut maka mitra binaan banyak yang tidak mengirimkan, menyetor dengan waktu sehingga melebihi dari batas tanggal yang sudah di sepakati. Maka dari itu, tim PKBL dalam program kemitraan sendiri memberikan sebuah perbaikan agar setiap mitra binaannya dapat memberikan laporan perkembangan usaha secara detail, teratur dan setoran angsuran dibayar secara tepat waktu dan tidak macet dalam waktu yang lama. Adanya permasalahan tersebut maka Divisi PKBL PT. Pos ini ingin melakukan sebuah perbaikan program terutama kemitraan agar permasalahan tersebut tidak terjadi lagi ini dikarenakan kedua hal tersebut merupakan sesuatu yang wajib dilakukan sebagai mitra binaan PKBL Pos ini. Sehingga terdapat sebuah komunikasi yang terjadi dengan melalui pendekatan komunikasi bagaimana PKBL dalam program kemitraan melakukannya, solusi yang diberikan PKBL, pengarahan dan penjelasan, apakah melalui media atau dilakukan secara langsung (tatap muka), dan tanggapan serta sarannya seperti apa.

Dari uraian latar belakang masalah di awal bab ini, peneliti menarik suatu rumusan masalah sebagai berikut "Bagaimana Komunikasi dalam Tim Program Kemitraan dan Bina Lingkungan dengan Mitra Binaan dalam Pembinaan Program Kemitraan Tahun 2017 di PT. Pos Indonesia (Persero) Wilayah Regional V Bandung, Jawa Barat)?"

Selanjutnya, tujuan dalam penelitian ini diuraikan dalam pokok-pokok sebagai berikut: (1) Untuk mengetahui Komunikator tim PKBL dalam Program Kemitraan di PT Pos. (2) Untuk mengetahui Pesan yang disampaikan oleh tim PKBL kepada mitra binaan dalam Program Kemitraan PT Pos. (3) Untuk mengetahui Media yang digunakan tim PKBL dalam Program Kemitraan PT Pos. (4) Untuk mengetahui Komunikan mitra binaan menerima pesan dalam program Kemitraan PT Pos. (5) Untuk mengetahui Umpan balik yang disampaikan mitra binaan dalam kegiatan program kemitraan PT Pos. (6) Untuk mengetahui Efek yang disampaikan mitra binaan dalam kegiatan program kemitraan PT Pos.

## B. Landasan Teori

Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti "sama" *communico, communicatio*, atau *communicare* yang berarti "membuat sama" (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata Latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyarankan bahwa komuniksi merujuk pada cara berbagai hal-hal (Mulyana,2012:46). Menurut Wilbur Schramm seorang ahli linguistik, mengatakan communication berasal dari kata Latin "communis" yang artinya common atau sama. Jadi menurut Schramm jika mengadakan komunikasi dengan suatu pihak, maka kita menyatakan gagasan kita untuk memperoleh commoners dengan pihak lain mengenai objek tertentu (Purba, 2006 : 30). Menurut Effendy (2003:31) menyimpulkan bahwa fungsi-fungsi komunikasi dan komunikasi massa dapat disederhanakan menjadi empat fungsi, yaitu: menyampaikan informasi (*to inform*), mendidik (*to educate*), menghibur (*to entertain*), dan mempengaruhi *(to influence).* Komunikasi organisasi menurut Wiryanto (dalam Khomsahrial Romli, 2011:110) adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi dua arah atau two ways communication adalah proses komunikasi dimana terjadi timbal balik (feedback) atau respon saat pesan dikirimkan oleh sumber atau pemberi pesan kepada penerima pesan. Jenis komunikasi ini berbanding terbalik dengan komunikasi satu arah, dimana kedua pihak berperan aktif saling berkesinambungan dan memberikan respon terhadap pesan yang dikirimkan satu sama lain.

Komponen-Komponen Komunikasi dari Morissan. Komponen komunikasi merupakan hal-hal yang harus ada agar komunikasi dapat berlangsung dengan baik.

Terdapat beberapa komponen komunikasi yang digunakan;

1. Komunikator merupakan proses komunikasi dimulai atau berawal dari sumber atau pengirim pesan dimana gagasan, ide atau pikiran berasal yang kemudian akan disampaikan kepada pihak lainnya yaitu penerima pesan. Sumber atau pengirim pesan sering disebut dengan "komunikator". Sumber atau komunikator bisa jadi sebagai individu, kelompok atau bahkan organisasi. (Morissan,2013:17)
2. Pesan adalah hasil dari proses enkoding yang dapat dirasakan atau diterima oleh indra. Ketika berbicara maka kata-kata yang diucapkan adalah pesan. (Morissan,2013:19)
3. Media merpakan saluran adalah jalan yang dilalui pesan untuk sampai kepada

penerima (Morissan,2013:20)

4. Komuikan merupakan Penerima atau receiver atau disebut juga audiensi adalah sasaran atau targer pesan. Penerima sering pula disebut dengan "komunikan". Penerima dapat berupa satu individu, satu kelompok, lembaga atau bahkan suatu kumpulan besar manusia yang tidak saling mengenal. (Morissan,2013:22)
5. Umpan balik merupakan tanggapan atau respons dari penerima pesan yang membentuk dan mengubah pesan berikut yang akan disampaikan sumber. Umpan balik menjadi tempat perputaran arah dari arus komunikasi. (Morissan,2013:24).
6. Efek merupakan dampak sebagai pengaruh dari pesan. (Effendy,2004:6)

## C. Metode dan Sasaran Penelitian

Pada penelitian ini, metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kuantitatif. Menggunakan data kualitatif dimana peneliti bertujuan memaparkan situasi dan peristiwa penelitian ini tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi. Guna memudahkan pengambilan data, maka populasi Divisi PKBL PT Pos Indonesia (Persero) Regional V Jalan Pahlawan No. 87, Sukaluyu, Cibeunying Kaler, Kota Bandung, Jawa Barat dan UMKM Mitra Binaan. Teknik pengambilan data dilakukan dengan dua cara, yaitu (1) olah data primer wawancara dan observasi (2) olah data sekunder melalui studi kepustakaan dan dokumen-dokumen. Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui bagaimana komunikasi yang terjadi dalam pembinaan program kemitraan dengan mitra binaan di PT Pos Indonesia.

## D. Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penulisan deskriptif. PT. Pos Indonesia untuk melihat bagaimana komunikasi yang terjadi antara PKBL dengan mitra binaan merujuk pada komponen komunikasi Morissan dengan komponen yang digunakan yaitu komunikator, pesan, media, komunikan, umpan balik dan efek. Komunikasi yang terjadi secara sirkular atau dua arah dengan adanya umpan balik dan efek.Pembinaan PKBL Pos ini melalui sebuah kegiatan yang dilakukan dalam menyalurkan dana kemitraan tahun 2017 ini melalui beberapa proses untuk menjadi mitra di Pos. Beberapa bulan yang lalu di tahun 2016 dalam penyaluran dana kemitraan tidak berjalan dengan baik. Sehingga memunculkan beberapa masalah terutama pada laporan perkembangan dan setoran.

Pada saat pencarian UMKM untuk menjadi mitra hanya dilakukan melalui penyebaran brosur saja juga secara langsung melalui seminar umkm, *event–event* dan *bazzar*.PKBL ini cukup baik dalam penyaimpaian sangat jelas dan detail sehingga memiliki kreadibilitas yang tinggi dan baik sudah menyampaikan dan mengarahkan dengan benar. PKBL mengetahui secara jelas mengenai hak dan kewajiban terutama laporan dan angsuran. Sudah bercimpung lama dalam bagian tersebut. Memiliki sikap yang jujur, tegas, ramah. Sesuai dengan komponen kreadibilitas komunikator untuk melaksanakan komunikasi efektif. (1)kepercayaan pada komunikator ditentukan oleh keahliannya dan dapat tidaknya ia dipercaya. (2) daya tarik komunikator seorang komunikator akan mempunyai kemampuan untuk melakukan perubahan sikap melalui nmekanisme daya tarik, jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta mereka dalam hubungan dengan opini secara memuaskan. (Effendy, 2003:43-45).

Pesan yang merupakan informasi terutama mengenai pengarahan, penjelasan dan pengertian laporan perkembangan usaha dan setoran angsuran agar lebih baik dan benar. PKBL melakukan dengan cara yang sangat baik, santun, tertib, bersahabat, jelas

dan sistematis dalam penyampaiannya, agar dapat diterima dengan baik dan mengerti. Ketika mengarahkan informasi tersebut dalam laporan perkembangan dijelaskan secara detail, tidak rumit, menyesuaikan dengan kemampuan dan maksud dari komunikan yaitu mitra agar dapat memberikan kemudahan dalam pengisian diberikan contoh. Sesuai dengan pesan yang memenuhi syarat (1) Pesan pesan yang dirancang dan disampaikan sedemikian rupa sehingga menarik perhatian komunikan. (2) pesan yang menggunakan lambang-lambang, lambang itu berkaitan dengan pengalaman yang sama antar komunikator dan komunikan. (3) pesan yang membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan, serta menyarankan cara-cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Dan (4) pesan yang menyarankan langkah-langkah yang disesuaikan dnegan situasi kelompok komunikan. (Liliweri, 1997: 20-21)

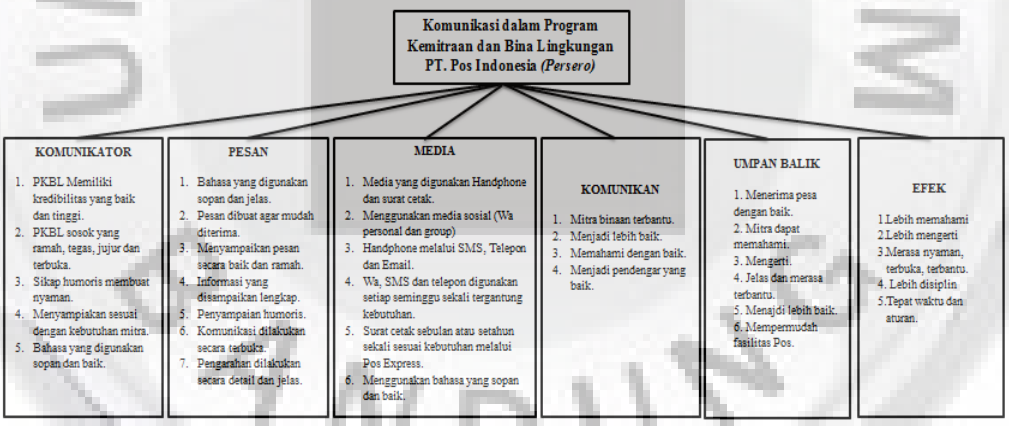
Media yang masih digunakan yaitu media cetak (surat) yang dikirim melalui kantor Pos dengan menggunakan fasilitas yang ada yaitu Pos Express. Selain itu PKBL juga menggunakan media elektronik seperti *handphone* dibandingkan dengan tahun lalu yang hanya melalui *telefon* dan *SMS* saja. Namun, asman dan staf PKBL pada saat ini menambahkan dengan menggunakan media sosial *Whatsapp* (WA) baik secara persobal maupun group. "Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Herbert Blumer dan Elihu Katz (1974). Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain, pengguna media adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Pengguna media berusaha mencari sumber media yang paling baik di dalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya pengguna media mempunyai pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya." (Sudjana dan Rivai,2001:110)

Mitra akan menerima informasi yang disampaikan oleh Asman dan staf PKBL terutama pada masalah mengenai laporan dan angsuran. Penerjemahan yang diterima oleh mitra binaan setelah menerima pesan yang disampaikan PKBL cukup baik, jelas dan detail. Mitra binaan mengakui cukup paham dan mengerti setelah menerima pesan bahwa laporan perkembangan usaha harus diisi hanya pengeluaran dan pemasukannya saja. Komunikan mengkaui terbantu dengan penjelasan yang diberikan sehingga dengan begitu dapat memudahkan tidak terlalu rumit memahami dan melakukannya pun tidak sulit. Sesuai dengan faktor yang menunjang agar komunikasi itu efektif pada komponen komunikan (1). Ia dapat dan benar-benar mengerti pesan komunikasi. (2). Pada saat ia mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusan itu sesuai dengan tujuannya. (3). Pada saat mengambil keputusan, ia sadar bahwa keputusannya itu bersangkutan dengan kepentingan pribadinya. (4). ia mampu untuk menepati (Effendy, 2003 : 42).

Komunikasi yang terjadi dalam Program kemitraan dan bina lingkungan ini secara silkuar atau dua arah sehingga menimbulkan umpan balik, berupa sebuah tanggapan dan saran yang disampaikan komunikan sehingga di sini dapat dikatakan bahwa komunikan dapat menjadi komunikator dan begitupun sebaliknya. Tanggapan bahwa yang dijelaskan mitra binaan mengenai pengisian, pengiriman dalam laporan perkembangan usaha dapat dikatakan cukup baik, detail, jelas dapat membantu para mitra. Saran yang diberikan oleh mitra sendiri sebagai bentuk umpan balik, disampaikan komunikan bahwa agar tetap mempermudah dalam pengisian dan pengiriman laporan perkembangan usaha agar tidak menyulitkan seperti beberapa tahun yang lalu. Sesuai dengan faktor yang menunjang agar komunikasi itu efektif dengan adanya sebuah tanggapan dan saran yang disampaikan komunikan kepada komunikator melalui bentuk feedback 1) Internal feedbak, feedback yang diterima langsung oleh komunikator dari komunikan. 2) Neutral feedback, atau umpan balik

yang netral, berarti informasi yang diterima kembali oleh komunikator tidak relevan dengan pesan yang disampaikan semula. (Liliweri,1997:155-156)

Efek yang di dapatkan setelah adanya perubahan dan perbaikan dalam program kemitraan terutama pada laporan perkembangan usaha dan setoran angsuran yang wajib di lakukan oleh mitra binaan yaitu terlihat bahwa yang terjadi setelah diarahkan lalu kemudian di jelaskan, mitra binaan mengerti dan paham apa saja yang harus di lakukan dan di kerjakan. Mitra binaan pun merasa nyaman, terbuka dan juga terbantu karena sikap PKBL begitu humoris dan komunikasi di lakukan secara intens, sehingga mitra binaan dapat menanyakan hal apapun. Perubahan perilaku yang terjadi setelah perbaikan program ini menjadikan mitra binaan lebih disiplin, tepat waktu dan aturan. Mengetahui dan memhami secara baik mengenai pengiriman dan masukan yang di sampaikan oleh PKBL sebagai bentuk solusi atau saran agar dapat mempermudah dan membantu. Menurut Stewart L. Tubs dan Sylvia Moss (1974) dalam Rakhmat (2001:13) menyatakan bahwa komunikasi yang efektif paling tidak menimbulkan 5 hal, yaitu; (1) Pengertian adalah Penerimaan yang tepat dari konten stimuli seperti yang disampaikan oleh komunikator. (2) Kesenangan adalah Komunikasi yang dilakukan untuk menimbulkan kesenangan atau phatic communication. (3) Mempengaruhi sikap adalah Komunikasi ditujukan untuk mempengaruhi orang lain. (4) Hubungan sosial yang baik adalah Komunikasi bertujuan untuk mempererat hubungan sosial yang baik. Sebagai makhluk sosial, kebutuhan sosial menjadi kebutuhan yang paling utama manusia. (5) Tindakan adalah Persuasi ditujukan untuk mengeluarkan tindakan yang diinginkan. Efektivitas komunikasi diukur dari tindakan nyata yang dilakukan oleh komunikan. (Rakhmat,2001: 13-14)




Gambar 1. Model Komunikasi dalam PKBL dengan Mitra Binaan

## E. Kesimpulan

(1).Komunikator memiliki kreadibilitas yang tinggi dan baik sudah menyampaikan dan mengarahkan dengan benar. PKBL mengetahui secara jelas mengenai hak dan kewajiban. Sudah bercimpung lama dalam bagian tersebut. Sikap baik, sopan dan ramah. (2).Pesan di sampaikan sesuai dengan kebutuhan mitra binaannya terutama mengenai laporan dan angsuran. Ini dikarenakan PKBL membuat pesan tersebut agar mudah diterima dan mengerti. menggunakan bahasa yang sopan. Informasi yang disampaikan nya juga lengkap. (3).Media yang digunakan tim PKBL dalam program kemitraan PT Pos ialah media cetak dan media elektronik. (4).Komunikan dapat memahami dan mengerti secara baik dengan apa yang sudah disampaikan PKBL bagian program kemitraan. Ini dikarekan mitra binaan menjadi

pendengar yang baik. (5).Umpan balik bahwa tanggapan yang disampaikan mitra binaan menerima pesan dengan baik dan saran yang disampaikn begitu positif. Mitra juga memberikan saran sebagai bentuk dari umpan balik agar dapat menjadi lebih baik dan selalu memberi kemudahan dan pengertian kepada mitra dalam pengisian, pengiriman laporan dan angsuran. (6). Efek yang terjadi setelah adanya perbaikan pembinaan program kemitraan ini menjadi lebih baik mitra binaan nya. Dapat mudah di pahami, di mengerti. merasa nyaman, terbantu karena sikap yang di sampaikan PKBL begitu ramah dan terbuka dan perilaku mitra binaan menjadi lebih disiplin, tepat waktu dan aturan.

## F. Saran

(1.) Tim PKBL agar dapat lebih aktif lagi serta teliti. Sehingga tidak ada lagi mitra binaan yang mengirimkan atau mengisi laporan perkembangan dan setoran angsuran tidak tepat waktu, tidak sesuai dengan aturan. (2) Tim PKBL Pos agar dapat mengembangkan lagi dalam fasilitas Pos yaitu Pospay sebagai auto debit atau atm card agar mitra binaan dapat lebih dipermudah dalam pembayaran angsuran. Dimana jika kantor pos pusat yang besar mengalami gangguan dapat membayar di kantor pos lainnya.

## Daftar Pustaka

Cangara, Hafied. 2005. "Pengantar Ilmu Komunikasi". Jakarta: PT Raja Grafindo Persada

Effendy, Onong Uchjana. 2003. "Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Effendy, Uchjana Onong. 2004. "Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek".

Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.

Lukiati Komala. 2009. "Ilmu Komunikasi Presfektif, Proses dan Konteks". Bandung: PT Widya Padjajaran.

Morissan. 2013. "Teori Komunikasi Individu Hingga Massa". Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.

Mulyana, Deddy. 2012. "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar". Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Nana Sudjana dan Ahmad Rivai. 2001. "Media Pengajaran". Bandung: Sinar Baru Algesindo.

Purba. Amir, dkk. 2006. "Pengantar Ilmu Komunikasi" Medan: Pustaka Bangsa

Press.