

INTERNALISASI NILAI ISLAMI DI PERCETAKAN DAN PENERBITAN MENARA KUDUS

Andito Perwira Fatoni / Alexander Beny Pramudyanto, M. Si.

Program Studi Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Atma Jaya Yogyakarta
Jl. Babarsari No. 6 Yogyakarta, 55281

Abstrak

Setiap perusahaan mempunyai nilai organisasi yang harus dipelihara dan menjadi bagian dari budaya organisasi yang berfungsi sebagai identitas organisasi atau perusahaan. Nilai organisasi agar menjadi karakteristik perusahaan harus selalu dijaga keberlangsungannya dan dilestarikan oleh semua karyawan, sehingga organisasi memerlukan proses internalisasi nilai organisasi kepada karyawan. Tujuannya selain menyamakan visi dan misi, meningkatkan kinerja, memelihara budaya organisasi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses internalisasi nilai Islami di percetakan dan penerbitan Menara Kudus. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi organisasi dan budaya organisasi, secara khusus teori internalisasi nilai organisasi dengan asumsi dasar setiap perusahaan melakukan internalisasi nilai untuk menjaga budaya organisasi.

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian dilakukan di perusahaan percetakan dan penerbitan Menara Kudus, Kabupaten Kudus, Jawa Tengah. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada 7 orang dari pihak manajemen dan karyawan, observasi langsung dan studi dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penyimpulan data.

Hasil penelitian menunjukkan proses internalisasi nilai Islami di percetakan dan penerbitan Menara Kudus sudah dilakukan pada saat rekrutmen karyawan dan pada saat bekerja, termasuk dalam hal penerapan sanksi, penghargaan dan gangguan pekerjaan yang mengakibatkan karyawan dikeluarkan. Internalisasi nilai organisasi dilakukan melalui kegiatan rutin yaitu pelatihan atau pendidikan dan acara khusus. Pelatihan atau pendidikan karyawan dilakukan pada karyawan yang dikehendaki dan terkait dengan kemampuan teknis. Acara khusus meliputi pengajian rutin Minggu Kliwonan (*Slapanan*), pembagian THR, buka bersama Ramadhan, *Isro' Mi'roj* dan *Halal bi Halal*. Internalisasi nilai organisasi perusahaan Menara Kudus kepada karyawan dilakukan secara konsisten dan dalam

waktu yang lama sehingga memberikan manfaat kepada perusahaan. Internalisasi tersebut bertujuan untuk membentuk persepsi, sikap dan perilaku karyawan yang mendukung pengembangan perusahaan.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Budaya Organisasi, Internalisasi Nilai, Nilai Islami

A. PENDAHULUAN

Industri percetakan dan penerbitan jumlahnya sangat banyak, namun ada yang mampu bersaing dan berkembang menjadi besar, tetapi ada pula yang tidak mampu bertahan dan akhirnya gulung tikar atau bangkrut. Salah satu perusahaan percetakan besar yang mampu bertahan sampai saat ini adalah industri percetakan dan penerbitan berlatar belakang muslim yang sudah lama bergerak di bidang tersebut yaitu Percetakan & Penerbitan Menara Kudus. Perusahaan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus merupakan perusahaan yang bergerak di bidang cetak dan penerbitan buku dan kitab muslim, perusahaan ini berdiri pada tahun 1951 di Kudus, Jawa Tengah. Perusahaan ini sudah memiliki beberapa cabang dan banyak toko *resaller* di berbagai daerah di Indonesia, seperti Jakarta, Surabaya, Yogyakarta, Malang, Medan, Banjarmasin hingga mengekspor barang keluar negeri seperti Malaysia dan Brunei Darussalam. Sebagai pusat perusahaan yang berlokasi di Kudus, perusahaan ini memiliki jumlah karyawan sekitar 119 orang yang bekerja di perusahaan Menara Kudus (<http://menarakudus.co.id/>).

Perusahaan dengan jumlah karyawan yang banyak seperti Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dalam organisasinya melibatkan komunikasi organisasi dalam mengelola karyawannya. Menurut Wiryanto (2005) komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Di dalam organisasi bisnis terdapat pihak *management* atau pimpinan perusahaan yang saling berhubungan dengan para karyawan yang berkerja di perusahaan tersebut, yang dipastikan juga memiliki strategi hubungan yang berbeda-beda.

Komunikasi organisasi merupakan bagian dari pengelolaan hubungan antar karyawan yang biasanya dibangun melalui komunikasi yang baik, efektif dan efisien dalam perusahaan. Internalisasi nilai dapat berjalan baik jika komunikasi organisasi dan pengelolaan karyawan berjalan baik. Penelitian ini mengambil tema internalisasi nilai organisasi yang sebagai bagian dari budaya organisasi untuk membentuk budaya organisasi dalam tubuh karyawan. Budaya organisasi difokuskan pada yang diinternalisasikan kepada karyawan, terutama nilai-nilai keislaman di perusahaan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus sesuai dengan

visi besar perusahaan yaitu untuk mendukung syiar Islam. Nilai-nilai keislaman yang dimaksud dalam penelitian ini adalah nilai-nilai yang bersumber dari ajaran agama Islam (Al-quran dan Hadist). Alasan kuat yang melatarbelakangi pemilihan tema ini adalah pentingnya internalisasi nilai-nilai organisasi (nilai keislaman) dalam perusahaan untuk membentuk karakter karyawan sesuai budaya organisasi perusahaan. Untuk melestarikan budaya organisasi dan nilai yang terkandung didalamnya diperlukan adanya komunikasi organisasi yang efektif.

Komunikasi dapat didefinisikan sebagai usaha penyampaian pesan antar manusia, sehingga komunikasi organisasi (*organizational communication*) yang terjadi dalam suatu organisasi, dapat bersifat formal maupun informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok (Mulyana, 2013: 83). Komunikasi organisasi juga dapat di definisikan sebagai proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam suatu jaringan hubungan yang saling bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah – ubah (Muhammad, 2009: 67). Senjaya (1994: 133) menjelaskan komunikasi organisasi adalah komunikasi antar manusia (*human communication*) yang terjadi dalam konteks organisasi. Organisasi diasumsikan sebagai sekumpulan orang yang berinteraksi, maka komunikasi organisasi akan berpusat pada simbol-simbol yang akan memungkinkan kehidupan suatu organisasi, baik berupa kata-kata atau gagasan-gagasan yang mendorong, mengesahkan, mengkoordinasikan dan mewujudkan aktivitas yang terorganisir dalam situasi-situasi tertentu. Kehidupan organisasi sangat luas, dapat berupa perusahaan atau organisasi pemerintahan, organisasi informal dan berbagai macam jenis organisasi lainnya.

Komunikasi organisasi mempunyai peran yang penting untuk memelihara budaya organisasi. Budaya organisasi menurut Kotter dan Heskett (dalam Tika, 2014:19) merupakan nilai yang dianut secara bersama oleh anggota organisasi, yang kemudian cenderung membentuk sikap dan perilaku kelompok. Terdapat dua unsur yaitu nilai dan norma organisasi yang dianut, nilai sebagai budaya organisasi cenderung tidak terlihat maka sangat sulit berubah, sedangkan norma perilaku kelompok dapat dilihat dan tergambar pada pola tingkah laku dan gaya tingkah

organisasi relatif dapat berubah. Edgar H. Shein (dalam Fahmi 2014:116) mengatakan budaya organisasi merupakan hasil dari interaksi antara bias dan asumsi para pendirinya, dan merupakan hasil terkait apa yang dipelajari oleh para anggota pertama organisasi, yang membentuk pengalaman dan kebiasaan mereka sendiri. Terdapat beberapa unsur yang berpengaruh terhadap pembentukan budaya organisasi, di antaranya sebagai berikut lingkungan usaha, nilai-nilai, tokoh panutan, ritual dan jaringan budaya. Lingkungan usaha merupakan unsur yang menentukan terhadap apa yang harus dilakukan organisasi agar bisa berhasil.

Nilai-nilai adalah keyakinan dasar yang dianut oleh sebuah organisasi sebagai pedoman berpikir dan bertindak bagi semua warga dalam mencapai tujuan atau misi organisasi. Tokoh panutan dapat berasal dari pendiri perusahaan, manajer, kelompok organisasi atau perorangan yang berhasil menciptakan nilai-nilai organisasi. Ritual adalah deretan berulang dari kegiatan yang mengungkapkan dan memperkuat nilai-nilai utama organisasi. Acara- acara rutin ini diselenggarakan oleh organisasi- organisasi dalam rangka memelihara budaya organisasi. Jaringan budaya adalah jaringan komunikasi informal yang pada dasarnya merupakan saluran komunikasi primer. Fungsinya menyalurkan informasi dan memberikan interpretasi terhadap informasi. Melalui jaringan informal, keberhasilan perusahaan diceritakan dari waktu ke waktu (Tika, 2014:16).

Internalisasi merupakan proses menyatunya nilai dalam diri seseorang, merupakan penyesuaian keyakinan, nilai, sikap, praktik dan aturan-aturan baku pada diri seseorang (Mulyana, 2004:21). Internalisasi nilai adalah proses menjadikan nilai sebagai bagian dari diri seseorang yang dalam dunia pendidikan nilai dalam pengertian yang sesungguhnya, yaitu terciptanya suasana, lingkungan dan interaksi belajar mengajar yang memungkinkan terjadi proses sosialisasi dan internalisasi nilai-nilai pendidikan (Nuraini, 2016: 14). Internalisasi dapat dimaknai sebagai upaya yang dilakukan untuk memasukkan nilai-nilai ke dalam jiwa seseorang, sehingga nilai-nilai tersebut menjadi miliknya (Ihsan, 1997).

Internalisasi nilai organisasi dapat diterapkan pada beberapa tahapan dalam bekerja, seperti: 1) Permulaan yang meliputi perekrutan karyawan; 2) Saat bekerja; 3) pemberian penghargaan dan sanksi; 4) Pembatasan atau gangguan kerja

(Cutlip, Center dan Broom, 2011: 315). Untuk kegiatan internalisasi nilai perusahaan dapat dilakukan dengan berbagai kegiatan seperti; 1) Program pendidikan dan pelatihan; 2) Program pencapaian motivasi kerja berprestasi; 3) Program penghargaan; 4) Program acara khusus (*special events*) dan media komunikasi (Ruslan, 2010: 278)

Keberhasilan internalisasi nilai organisasi diyakini akan membentuk karakter yang khas dalam karyawan baik dalam berpandangan, persepsi, sikap dan perilaku yang sesuai budaya organisasi yang dimiliki perusahaan. Hal ini berarti keberhasilan internalisasi dapat dilihat atau berhenti pada aspek perilaku karyawan secara umum yang sesuai dengan ciri khas organisasi. Berdasarkan uraian tersebut maka penelitian ini ingin menjawab rumusan masalah bagaimana internalisasi nilai Islami di percetakan dan penerbitan Menara Kudus?. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis internalisasi nilai Islami di percetakan dan penerbitan Menara Kudus.

B. METODE

Jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah menggunakan jenis penelitian kualitatif dengan metode penelitian studi kasus. Subjek penelitian adalah Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus. Pilihan terhadap metodologi ini adalah karena fenomena yang akan diteliti merupakan sebuah kasus yang membutuhkan pengkajian yang mendalam. Meskipun dilakukan secara menyeluruh, studi kasus juga untuk memberikan kesan yang spesifik terhadap permasalahan tertentu. Objek dalam penelitian ini yaitu internalisasi nilai organisasi pada karyawan di percetakan dan penerbitan Menara Kudus. Subjek dalam penelitian ini adalah Percetakan dan penerbitan Menara Kudus, terutama pihak manajemen dan karyawan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus.

Penelitian ini menggunakan data sumber utama yang berupa kata-kata yang diperoleh dari wawancara dengan informan atau narasumber penelitian. Kemudian observasi juga dilakukan peneliti pada saat melakukan wawancara dan kegiatan interaksi dan komunikasi antar karyawan di percetakan dan penerbitan secara visual. Selain itu data sekunder juga digunakan untuk mendukung data utama.

Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan teknik pengumpulan data dengan wawancara yang mendalam dan juga observasi.

Dalam penelitian ini wawancara dilakukan kepada 7 orang karyawan dan pimpinan di Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus, yaitu dari pihak pimpinan 2 orang, pihak karyawan 5 orang. Wawancara dilakukan kepada Bapak H. Ahmad Fatoni (57 tahun), Bapak Supangkat, (61 tahun), Bapak Sufiyanto (59 tahun), Bapak H. Asrori (75 tahun), Bapak Mundhofir Al Falin atau Bapak Dofir (50 tahun), Bapak Nur Iseh (64 tahun) , Ahmad Yunus (29 tahun). Observasi dilakukan pada saat wawancara dan mengamati secara langsung kegiatan di perusahaan di semua bagian selama seminggu. Data-data yang terkumpul dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode analisis kualitatif. Langkah langkah analisis data diantaranya adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data dan penarikan kesimpulan

C. TEMUAN

Penelitian ini fokus pada internalisasi nilai Islami di percetakan dan penerbitan Menara Kudus. Nilai-nilai organisasi yang dimaksud adalah bagian dari budaya organisasi yang dimiliki oleh perusahaan. Budaya organisasi merupakan kerangka besar suatu perusahaan yang di dalamnya terdapat nilai-nilai organisasi dan harus diinternalisasikan kepada karyawan melalui kegiatan-kegiatan secara terus menerus dengan menggunakan konsep komunikasi organisasi yang efektif dan efisien. Internalisasi nilai organisasi merupakan proses penyatuan nilai-nilai organisasi terhadap karyawan atau anggota organisasi. tujuannya adalah nilai organisasi agar dianut dan diyakinkan oleh individu anggota organisasi. Pemahaman, penerimaan dan kesesuaian nilai antara nilai organisasi dengan nilai dalam diri akan membentuk budaya organisasi dalam diri seseorang.

Internalisasi nilai perusahaan di perusahaan Menara Kudus dilakukan dengan menginternalisasi nilai-nilai keIslaman melalui proses rekrutmen karyawan, pendidikan dan pelatihan dan acara-acara khusus dengan basis kegiatan keagamaan. Proses permulaan dari internalisasi nilai organisasi di Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dilaksanakan melalui rekrutmen tertutup dan rekrutmen

terbuka. Tertutup biasanya diumumkan kepada karyawan sehingga dari keluarga karyawan dapat mengikutinya. Sedangkan rekrutmen secara terbuka yaitu diumumkan pada media massa lokal atau diumumkan dipapan pengumuman. Hal ini dilakukan perusahaan sesuai kebutuhan perusahaan, jika tenaga produksi umum seringkali dipakai rekrutmen tertutup sedangkan untuk bagian-bagian yang membutuhkan keahlian seperti desain grafis maka dilakukan open rekrutmen.

Pada saat bekerja, komunikasi yang terbangun di perusahaan Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus sudah berjalan lancar tanpa hambatan, antar karyawan sudah baik dan antara atasan dengan bawahan juga sudah baik. Kepemimpinan yang menentukan baik tidaknya komunikasi vertikal. Kepemimpinan yang saat ini menciptakan komunikasi yang baik kepada bawahan. Untuk penghargaan dari perusahaan diberikan kepada karyawan yang memenuhi target atau yang melebihi target. Biasanya penghargaan berupa bonus atau insentif produksi atau insentif penjualan dan dibagikan melalui masing-masing bagian.

Gangguan-gangguan pekerjaan secara umum sangat jarang ditemui. Kalaupun ada biasanya hanya persoalan miskomunikasi atau kesalahpahaman kecil yang tidak sampai mengakibatkan gangguan yang lebih besar seperti produksi berhenti atau mogoknya pekerja. Operasional perusahaan mengikuti SOP yang ada, sehingga karyawan harus melaksanakan SOP perusahaan yang ada. Setiap bagian mempunyai SOP yang telah ditentukan oleh perusahaan agar perusahaan mampu melakukan aktivitasnya sesuai tujuannya. Sanksi kepada karyawan diberikan secara bertahap. Jika pelanggaran atau kesalahan masih ringan cukup diarahkan oleh kepala bagian secara lisan. Tetapi jika kesalahan masih berlanjut maka ada SP 1 sampai 3 yang akan berujung kepada pemecatan karyawan. pemecatan karyawan sebenarnya sangat jarang terjadi.

Aktivitas internalisasi nilai organisasi dapat dilaksanakan dengan berbagai macam, ada yang melalui pelatihan atau peningkatan kapasitas lainnya. Pelatihan atau pendidikan hanya dilakukan di Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dilakukan pada beberapa orang yang dianggap perlu dan pada bagian tertentu seperti peningkatan kapasitas bagian pracetak, design dan lainnya. Sedangkan karyawan umum tidak ada pelatihan dan pendidikan karyawan. ada juga kegiatan

dengan mengirim beberapa karyawan untuk melihat pengoperasian mesin cetak baru di luar kota dengan harapan nantinya jika perusahaan membeli mesin cetak baru, mereka sudah dapat mengoperasikan. Untuk peningkatan motivasi karyawan biasanya diselipkan dalam ceramah-ceramah agama pada pengajian minggu Kliwonan.

Acara khusus dalam internalisasi nilai Islami oleh perusahaan banyak dilakukan dengan pendekatan keagamaan dan inilah yang menjadi ciri khas perusahaan Menara Kudus. Moment-moment keagamaan seperti Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha, *Isro' Mi'roj* menjadi moment untuk melaksanakan program-program khusus perusahaan. Program khusus perusahaan yang dilakukan adalah Acara Slapanan Minggu Kliwon, Buka Puasa Bersama pada saat Ramadhan, Pembagian Tunjangan Hari Raya, *Halal bi Halal* Perusahaan atau Syawalan, Pelaksanaan Kurban di Perusahaan, Pembagian sembako pada peringatan *Isro' Mi'roj*. Internalisasi model seperti ini sejak dulu telah dilakukan dan terbukti efektif meningkatkan kinerja karyawan, karena karyawan dan perusahaan satu persepsi bahwa bekerja harus ada nilai akheratnya atau bernilai ibadah kepada Tuhan..

Nilai organisasi yang telah menyatu dengan karyawan, maka terdapat manfaat yang didapatkan perusahaan. Manfaat internalisasi nilai organisasi di Menara Kudus dapat dilihat dari karyawan yang merasa dihargai, melahirkan rasa saling memiliki antar karyawan dengan perusahaan, dapat meminimalisir kejadian-kejadian negatif dalam perusahaan dan tercapainya efektifitas pekerjaan. Keberhasilan internalisasi nilai dapat dilihat pada komunikasi yang lancar antara karyawan dengan karyawan dan antara karyawan dengan atasan, tingkat kepercayaan karyawan terpelihara, rasa senang dalam bekerja dan adanya keyakinan perusahaan berkembang serta konflik yang terjadi sangat jarang ditemui,

D. KESIMPULAN

Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus mempunyai nilai Islami sebagai nilai organisasi yang dipegang oleh perusahaan. Internalisasi nilai Islami di Percetakan dan Penerbitan Menara Kudus dilakukan melalui tahapan pada saat

rekrutmen karyawan dan pada saat bekerja. Kegiatan rekrutmen dilaksanakan secara tertutup dan terbuka sesuai dengan kebutuhan dan mensyaratkan dapat membaca dan menulis Arab (Al-Quran). Pada saat bekerja internalisasi nilai dilakukan melalui komunikasi vertikal dan horisontal yang dihiasi ucapan salam dan budaya Islami. Kehidupan sehari-hari dalam perusahaan pada saat menyapa atau mengawali dan mengakhiri telepon dilakukan dengan mengucapkan salam khas muslim. Simbol memakai peci dan jilbab menjadi pemandangan biasa dalam perusahaan. Aktivitas rutin yang dilakukan perusahaan terkait internalisasi nilai organisasi yang lain berupa pelatihan atau pendidikan karyawan dan acara khusus. Pendidikan dan pelatihan hanya dilakukan pada beberapa orang yang dianggap perlu dan pada bagian tertentu. Acara khusus dalam internalisasi nilai organisasi oleh perusahaan banyak dilakukan dengan pendekatan keagamaan pada hari-hari besar keagamaan Islam dan inilah yang menjadi ciri khas perusahaan Menara Kudus. Moment-moment keagamaan seperti Ramadhan, Idul Fitri, Idul Adha, Isro' Mi'roj menjadi moment untuk melaksanakan program-program khusus perusahaan.

Manfaat internalisasi nilai organisasi di Menara Kudus diantaranya adalah karyawan merasa dihargai, komunikasi antar karyawan dan komunikasi dengan perusahaan berjalan lancar, munculnya rasa saling memiliki antar karyawan dengan perusahaan dan antar karyawan sendiri, meminimalisir adanya kejadian-kejadian negatif dan tercapainya efektivitas pekerjaan. Indikator keberhasilan internalisasi nilai perusahaan dapat dilihat pada tingkat kepercayaan karyawan terhadap perusahaan yang tidak mudah terganggu, karyawan merasa senang pada saat bekerja, karyawan berkeyakinan perusahaan akan tetap berkembang dan mampu bersaing sehingga perusahaan dapat lebih maju. Konflik yang terjadi sangat jarang ditemui, jika ada selalu dapat diselesaikan baik melalui musyawarah atau melalui mekanisme peraturan perusahaan yang berlaku..

E. DAFTAR PUSTAKA

Cutlip, Scoot M., Allen H. Center, dan Glen M. Broom. 2011. *Effective Public Relations*, Edisi Kesembilan. Jakarta: Kencana.

- Fadillah, Dani. 2014. Strategi Komunikasi Pembentukan Budaya Organisasi Baitul Arqam Sebagai Sarana Pembentukan Budaya Organisasi Ala KH Ahmad Dahlan di Amal Usaha Muhammadiyah Yogyakarta. *Humanika*, Vol 14, No 1.
- Fahmi, Irham. 2014. *Perilaku Organisasi: Teori, Aplikasi, dan Kasus. Cetakan Kedua*. Bandung: CV. Alfabeta.
- Gillis, T. L. (Ed). 2006, *The IABC Handbook of Organizational Communication A Guide to Internal Communication, Public Relations, Marketing, and Leadership*, Jossey-Bass A Wiley Imprint.
- Ihsan, Fuad. 1997. *Dasar-Dasar Kependidikan*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Moleong, Lexy J., 2007, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja
- Muhammad, A. 2014. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: Penerbit Bumi Aksara
- Mulyana, Rohmat. 2004. *Mengartikulasikan Pendidikan Nilai*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Nuraini, Asriati. 2016. Membangun dan Mengembangkan Pendidikan Nilai, Pembentukan Karakter, dan Pembiasaan Sikap Siswa Melalui Pembelajaran Afektif. *Jurnal Cakrawala Kependidikan Vol 8, No 1*.
- Robbins, Stephen P dan Timothy A Judge. 2014. *Perilaku Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.
- Ruslan, R. 2010. *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta : Penerbit Rajawali Pers.
- Senjaya, D. 1994. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.

Soedijarto. 1993. *Menuju Pendidikan Nasional Yang Relevan Dan Bermutu*, Jakarta: Balai Pustaka.

Tika, Pabundu. 2014. *Budaya Organisasi dan Peningkatan Kinerja Karyawan*. Jakarta: Bumi Aksara.

West, Ricard & Lynn H. Turner. 2013. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika

Wiryanto. 2005. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Gramedia Widiasaran Indonesia.

Yin, R., K. 2013. *Studi Kasus Desain & Metode*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Internet:

Dinnata R.Y.W., 2017. *Industri Percetakan Masih Tumbuh Positif*. <https://ekonomi.bisnis.com/read/20171103/257/705943/industri-percetakan-masih-tumbuh-p>. akses 2 September 2018.

Lubis, M., 2017. *Media Cetak Mampu Mempertahankan Posisinya*. <https://www.nielsen.com/id/en/press-room/2017/MEDIA-CETAK-MAMPU-MEMPERTAHANKAN-POSISINYA.print.html> , akses 5 Desember 2018

NET:TV, 2017. *Percetakan Al-Qur'an Banjir Order*. <https://www.youtube.com/watch?v=WckXx3FTaPA>, akses 2 September 2018.

Menara Kudus, 2018. *Profil Menara Kudus*, <http://menarakudus.co.id/index.php>, diakses 3 Desember 2018