BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Setelah peneliti melakukan tinjauan pustaka terhadap hasil penelitian terdahulu, ditemukan penelitian yang membahas mengenai konstruksi makna dengan menggunakan metode kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi.

Tabel 2.1

Tabel Penelitian Terdahulu

Aspek	**Nama Peneliti**
	Citra Abadi
Universitas	**Universitas Komputer Indonesia**
Judul Penelitian	**KONSTRUKSI MAKNA SOSIALITA BAGI KALANGAN SOSIALITA DI KOTA BANDUNG**
Desain Penelitian	**Kualitatif Studi Fenomenologi**
Hasil Penelitian	**1. Nilai sosial yang digunakan oleh kalangan sosialita di Kota Bandung** Jadi nilai yang ada dikalangan sosialita adalah nilai sosial yang abstrak yang dijadikan sebagai suatu dasar untuk menentukan dan merumuskan tentang arti sosialita dan akan mempengaruhi perilaku kita nantinya. **2. Motif Menjadi Sosialita** Upaya pencitraan yang dilakukan kepada masyarakat bisa dilakukan oleh kalangan sosialita yang ingin mencari suatu hal tertentu. Dengan mengadakan kegiatan

	sosial dengan dana pribadi hal tersebut bisa saja dijadikan sebuah upaya pencitraan untuk menarik simpati masyarakat. **3. Pesan Artifaktual Yang Di Gunakan Sebagai Sosialita** Pesan artifaktual yang digunakan oleh sosialita digunakan untuk menunjukan jati diri mereka sebagai sosialita. Selain itu ada juga sosialita yang tidak berusaha untuk menunjukan status sosialita yang dia miliki dengan menggunakan barang-barang yang seperti itu. Lebih dari informan lain bisa dia lakukan, tetapi dia berpikir sosialita tidak diwujudkan ke dalam hal seperti itu. Akan tetapi bukti konkrit kepada masyarakat luas bukan bagi kelompok tertentu yang juga memberikan *income* tersendiri bagi kita sebagai sosialita. **4. Pengalaman Menjadi Sosialita** Sebagian dari mereka, pengalaman yang bersifat sosial kepada orang lain dilakukan bukan sebagai prioritas utama sebagai sosialita. Tetapi hal itu dilakukan sesuai keinginan sendiri pada saat momen yang tepat. Namun bagi sosialita lainnya, pengalaman yang telah dilakukan sebagai sosialita adalah dengan membuat sebuah organisasi yang bertujuan untuk memberikan bantuan kepada orang yang membutuhkan. Hal ini dilakukan dengan cara mempersuasi orang kalangan atas, seperti pejabat, pengusaha lainnya untuk berbuat baik kepada orang lain.

Sumber: Data Peneliti 2015

Aspek	**Nama Peneliti**
	Muhamad Gusti Pangestu
Universitas	**Universitas Komputer Indonesia**
Judul Penelitian	**KONSTRUKSI MAKNA BERDOA MELALUI MEDIA SOSIAL TWITTER DIKALANGAN**

	MAHASISWA KOTA BANDUNG
Desain Penelitian	**Kualitatif Studi Fenomenologi**
Hasil Penelitian	Nilai-nilai agama yang didapatkan oleh para informan penelitian semuanya dapat dipastikan dari kedua orang tua mereka masing-masing dan pelajaran agama di sekolah. Pengalaman ini dapat dibagi kedalam dua bagian, yaitu pengalaman pribadi dan pengalaman dari teman sesama pengguna media sosial *Twitter*. Pada umumnya, informan menyatakan pengalaman pribadinya selama berdoa melalui media sosial *Twitter*. Sebelumnya mereka menjelaskan mengenai pengalaman mereka selama menggunakan media sosial *Twitter*. Kemudian pengalaman mereka selama melakukan aktivitas berdoa melalui media sosial *Twitter* yaitu seperti dikomentari oleh temannya yang sesama pengguna media sosial *Twitter* dan komentarnya itu seperti tanggapan ataupun berupa kalimat perhatian dari teman-teman mereka. Kemudian bukan hanya pengalaman dari mereka saja, peneliti mencoba menggali informasi mengenai pengalaman dari teman-teman mereka yang menggunakan media sosial *Twitter* yang melakukan *update status* berdoa melalui media sosial *Twitter*. Mereka menjelaskan bahwa banyak juga dari teman-teman mereka yang melakukan *update status* berdoa melalui media sosial *Twitter*.

Sumber: Data Peneliti 2015

Aspek	**Nama Peneliti**
	Selfalina Khairiah
Universitas	**Universitas Padjajaran**
Judul Penelitian	**KONSTRUKSI MAKNA**

	MENTORING BAGI ANGGOTA KELOMPOK MENTORING AGAMA ISLAM DI FIKOM UNPAD
Desain Penelitian	**Kualitatif Studi Fenomenologi**
Hasil Penelitian	Hasil peneilian ini menunjukkan bahwa para informan yang memutuskan untuk ikut mentoring brasal dari latar belakang yang berbeda- beda, dengan berbagai macam alasan. Dalam kegiatan mentoring informan mendapatkan materi seputar agama Islam dan berdiskusi dengan teman sekelompok dan mentor. Kesimpulannya adalah motif masa lalu informan berkaitan dengan kondisi informan sebagai mahasiswa perantau, jauh dari orangtua, ingin melanjutkan mentoring sebelumnya, kesadaran tentang kondisi iman dan mengetahui kabar- kabar negative tentang fikom. Umumnya untuk komunikasi diluar kelompok mentoring, informan membicarakan tentang akademik, organisasi Islam dan syi'ar-syiar Islam. Informan memaknai mentoring sebagai kebutuhan bagi kehidupannya. Mereka juga berencana akan tetap mentoring saat lulus kuliah nantinya.

Sumber: Data Peneliti 2015

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

2.1.2.1. Pengertian Komunikasi

Salah satu persoalan dalam memberi pengertian atau definisi tentang komunikasi, yakni banyaknya definisi yang telah dibuat oleh pakar menurut bidang ilmunya. Hal ini disebabkan oleh banyaknya disiplin ilmu yang telah memberi masukan terhadap perkembangan ilmu

komunikasi, misalnya psikologi, sosiologi, antropologi, ilmu politik, dan sebagainya. Jadi pengertian komunikasi tidak sesederhana yang kita lihat sebab para pakar memberi definisi menurut pemahaman dan perspektif masing-masing.

Ada definisi yang panjang adapula definisi yang pendek, ada yang sederhana ada pula yang kompleks. Demikian pula apa yang ditekankan dalam definisi yang mereka buat kadang berbeda satu sama lain. Misalnya, para pakar filsafat memberi pengertian dengan menekankan aspek arti dan signifikasi pesan, kalangan psikolog melihat hubungan sebab akibat dari komunikasi dalam hubungannya suatu individu, para pakar sosiolog dan antropologi melihat bagaimana komunikasi digunakan dalam konteks masyarakat dan budaya.

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Dalam definisinya secara khusus mengenai komunikasi itu sendiri menurut Hovland adalah "proses mengubah perilaku orang lain" (*communication is the process to modify the behaviour of other individuals*). Banyak definisi komunikasi diungkapkan oleh para ahli dan pakar komunikasi seperti yang diungkapkan oleh Everett M. Rogers yang dikutip oleh Prof. Dr. H. Hafied Cangara, M.sc. dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi, komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada

satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka (Cangara 1998 : 20). Sebuah definisi singkat juga dibuat oleh Harold D Laswell bahwa cara yang tepat untuk menerangkan suatu tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan. "Siapa yang menyampaikan. Apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya".

Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi agar seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif. (Effendy, 2001:10)

Menurut Willbur Schramn, seorang ahli ilmu komunikasi kenamaan dalam karyanya *Communication Research In The United States* menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator yang cocok dengan kerangka acuan (*Frame of Reference*) yakni panduan pengalaaman dan pengertian (*collection of experience and meanings*).

Proses komunikasi pada dasarnya adalah proses penyampaian pesan yang dilakukan oleh seseorang komunikator kepada komunikan, pesan itu bisa berupa gagasan, informasi, opini dan lain-lain. Dalam

prosesnya Mitchall. N. Charmley memperkenalkan 5 (lima) komponen yang melandasi komunikasi yang dikutip dari buku yang berjudul Komunikasi Dalam Praktek dan Teori , yaitu sebagai berikut:

- Sumber (*source*)
- Komunikator (*encoder*)
- Pertanyaan/pesan (*messege*)
- Komunikan (*decoder*)
- Tujuan (*destination*)

Roger dalam Mulyana berpendapat bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Pendapat para ahli tersebut memberikan gambaran bahwa komponen-komponen pendukung komunikasi termasuk efek yang ditimbulkan, antara lain adalah:

1. Komunikator (*komunikator,source,sender*)
2. Pesan (*message*)
3. Media (*channel*)
4. Komunikan (*komunikan,receiver*)
5. Efek (*effect*)

Dari beberapa pengertian di atas peneliti dapat mengambil kesimpulan bahwa komunikasi adalah proses pertukaran makna/pesan dari seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi orang lain. Unsur-unsur dari proses komunikasi diatas merupakan faktor

penting dalam komunikasi, bahwa pada setiap unsur tersebut oleh para ahli ilmu komunikasi dijadikan objek ilmiah untuk ditelaah secara khusus. Menurut Deddy Mulyana, Proses komunikasi dapat diklasifikasikan menjadi 2 (dua) bagian yaitu:

1. Komunikasi verbal

Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha-usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal.

2. Komunikasi non verbal

Secara sederhana pesan non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2000 : 237)

2.1.2.2. Unsur-Unsur Dalam Proses Komunikasi

Dari berbagai pengertian komunikasi yang telah ada, tampak adanya sejumlah komponen atau unsur yang dicakup, yang merupakan persyaratan terjadinya komunikasi. Komponen atau unsur-unsur menurut

Prof. Dr. Alo Liliweri, M.S. dalam bukunya yang berjudul Komunikasi Serba Ada Serba Makna adalah sebagai berikut:

a) Pengirim / Sumber

Pengirim adalah orang yang membuat pesan.(Orbe & Bruess, 2005). Sebagai pengirim pesan yang bertujuan tertentu, maka pengirim tidak selalu berada dalam posisi serba tahu atau serba kenal dengan penerima , karena itu pengirim mentransmisi pesan untuk mendapat respons demi menyamakan persepsi terhadap pesan.

b) Penerima

Penerima adalah orang yang menafsirkan pesan (Orbe & Bruess, 2005) yang diucapkan atau ditulis. (DeVito. 1986). Sama seperti informasi mengenai objek atau peristiwa, maka penerima tentu pernah mempunyai pengalaman sekecil apapun terhadap pesan-pesan tertentu, yang bisa sama atau berbeda dengan pengirim. Ketika suatu pesan diterima, maka orang yang menerima menginterpretasi pesan-pesan ini kemudian dapat dikirimkan kembali kepada pengirim.

c) Media

Media yang dimaksud disini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam

komunikasi antar pribadi panca indera dianggap sebagai media komunikasi.

d) *Encoding* dan *Decoding*

Encoding adalah proses di mana pengirim menerjemahkan ide atau maksudnya ke dalam simbol-simbol berupa kata-kata atau nonverbal.(Heath & Bryan, 2000). Hasil terjemahan ide ini merupakan pesan yang akan dikirimkan kepada penerima. Sementara itu, aktivitas seseorang penerima adalah *encoding*, yaitu menerjemahkan simbol-simbol verbal dan nonverbal tadi ke dalam pesan yang bisa saja mirip, persis sama dengan, atau sangat berbeda dari apa yang dimaksudkan oleh pengirim.

e) Pesan

Pesan adalah gagasan, perasaan, atau pemikiran yang telah di*encode* oleh pengirim atau di*decode* oleh penerima. (Orbe & Bruess, 2005). Pada umumnya pesan-pesan berbentuk sinyal, simbol, tanda, atau kombinasi dari semuanya dan berfungsi sebagai stimulus yang akan di*respons* oleh penerima.(DeVito, 1986). Apabila pesan ini berupa tanda, maka kita dapat membedakan tanda yang dialami artinya tanda yang diberikan oleh lingkungan fisik, tanda mana sudah dikenal secara universal.

f) Saluran

Saluran komunikasi merupakan sarana untuk mengangkut atau memindahkan pesan dari pengirim kepada penerima. Dalam

komunikasi, semua pesan yang dikirimkan harus melalui saluran, saluran bisa tunggal namun bisa juga banyak.

g) *Noise*

Komunikasi manusia tidaknya selalu lancar, komunikasi sering mengalami hambatan, gangguan, atau distorsi.

h) *Feedback*

Feedback atau sering disebut juga dengan umpan balik adalah respon yang diberikan oleh penerima terhadap pesan yang dikirimkan oleh pengirim.

i) Kerangka Pengalaman

Kerangka Pengalaman atau *field of experince* adalah pengalaman pengirim dan penerima yang berbasis pada latarbelakang sosial budaya, adat istiadat, pendidikan, pengetahuan, interaksi, dan relasi sosial. Semua faktor yang ada dan membentuk kerangka pengalaman ini memengaruhi cara orang berkomunikasi dengan orang lain.

j) Konteks

Konteks adalah semua komunikasi terjadi dalam konteks. Konteks meliputi semua unsur fisik dan psikologis dari lingkungan dimana komunikasi terjadi. Konteks dapat bersifat fisik, budaya, sosial psikologis, atau kontemporal. (Orbe & Bruess, 2005)

2.1.2.3. Fungsi Komunikasi

Fungsi komunikasi menurut Deddy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar", yaitu :

1. Komunikasi Sosial
2. Komunikasi Ekspresif
3. Komunikasi Ritual
4. Komunikasi Instrumental, (Mulyana, 2005 : 5).

Berbeda menurut Onong Uchajana Effendy dalam buku yang berjudul "Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi", fungsi komunikasi adalah :

1. Menginformasikan (*To inform*)
2. Mendidik (*To educate*)
3. Menghibur (*To entertain*)
4. Mempengaruhi (*To influence*), (Effendy, 2003 : 55).

2.1.2.4. Tujuan Komunikasi

Dalam buku Komunikasi Serba Ada Serba Makna, Stanton (1982), mengatakan bahwa sekurang-kurangnya ada lima tujuan komunikasi manusia, yaitu :

1. Mempengaruhi orang lain.
2. Membangun atau mengelola relasi antarpersonal.
3. Menemukan perbedaan jenis pengetahuan.
4. Membantu orang lain.
5. Bermain atau berguna. (DeVito, 2001).(Liliweri, Alo, 2011 :128)

Sedangkan menurut Gordon I. Zimmerman yang dikutip oleh Dedy Mulyana dalam buku yang berjudul "Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar" merumuskan tujuan komunikasi menjadi dua kategori besar, yaitu :

a. Berkomunikasi untuk menyelesaikan tugas-tugas yang penting bagi kebutuhan.

Berkomunikasi untuk menciptakan dan memupuk hubungan dengan orang lain. (Mulyana, 2005 : 4)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

Suatu pendekatan subjektif memandang organisasi sebagai kegiatan yang dilakukan orang-orang. Organisasi terdiri dari tindakan-tindakan interaksi dan transaksi yang melibatkan orang-orang.

> "Organisasi diciptakan dan dipupuk melalui kontak-kontak yang terus-menerus berubah yang dilakukan orang-orang antara satu dengan yang lainnya dan tidak eksis secara terpisah dari orang yang perilakunya membentuk organisasi tersebut. (Pace & Faules, 2006:11). "

> "Hubungan antara individu dan kelompok dalam suatu organisasi menciptakan harapan bagi perilaku individu. Harapan ini diwujudkan dalam peran-peran tertentu yang harus dihasilkan. Beberapa orang harus memainkan para pemimpin, sementara lainnya pengikut. Organisasi memiliki sistem kewenangan, status dan kekuasaan manusia dalam organisasi mempunyai beragam kebutuhan dari masing-masing sistem. Kelompok dalam organisasi juga mempunyai pengaruh yang kuat atas perilaku individu dan kinerja organisasi. (Gibson Ivancevich Donnelly. 1996:8)."

2.1.3.1 Pengertian Organisasi

"Organisasi" (*Organization)* secara khas dianggap sebagai kata benda, sementara "pengorganisasian" (*Organizing*) dianggap sebagai kata kerja (Weick, 1979). Kaum subjektivitas menganggap organisasi sebagai *mengorganisasikan perilaku*.

> "Kaum objektivitas menganggap organisasi sebagai struktur, sesuatu yang stabil. Penggunaan kata "pengorganisasian" untuk merujuk kepada suatu organisasi mungkin tampak aneh terlepas dari pandangan mana yang di anut. (Pace & Faules, 2006:11). "

Sedangkan menurut Drs. Malayu S.P. Hasibun mengenai pengertian organisasi:

> "Pengorganisasian adalah suatu proses penentuan, pengelompokan dan pengaturan bermacam-macam aktivitas yang diperlukan untuk mencapai tujuan. Menetapkan orang-orang pada setiap aktivitasnya, menyediakan alat-alat yang diperlukan, menetapkan wewenang yang secara relative didelegasikan kepada setiap individu yang akan melakukan aktivitas- aktifitas tersebut. (Malayu, 2001:23)."

2.1.3.2 Hubungan-Hubungan Dalam Organisasi

Salah satu ciri komunikasi organisasi yang paling nyata adalah konsep hubungan (*relationship)*. Goldbaher (1979:112) mendefinisikan

> "Organisasi sebagai "sebuah jaringan hubungan yang saling bergantung (*interdependent*). Bila sesuatu saling bergantung, ini berarti bahwa hal-hal tersebut saling mempengaruhi dan saling dipengaruhi satu sama lainnya. "

Pola dan sifat hubungan dalam organisasi dapat ditentukan oleh jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini member struktur dan stabilitas kepada organisasi tersebut. Namun, individu-

individu bertindak diluar struktur peranan, sehingga menciptakan jalinan komunikasi dan struktur. Struktur komunikasi yang muncul ini dapat berbeda dengan "hubungan posisional". Hubungan-hubungan dalam dalam organisasi berbeda ditinjau dari sifat "antarpersona" hubungan tersebut sebagai berikut:

1. Hubungan Antarpersona

Hubungan paling intim yang dimiliki dalam tingkat pribadi, antarteman, sesama sebaya, biasanya disebut sebagai hubungan antarpersona. Hubungan antarpersona dapat dinyatakan berhasil bila melakukan hal-hal berikut ini:

- Menjaga kontak pribadi yang akrab tanpa menumbuhkan perasaan bermusuhan
- Menetapkan dan menegaskan identitas dalam hubungan dengan orang lain tanpa membesar-besarkan ketidak sepakatan.
- Menyampaikan informasi kepada orang lain tanpa menimbulkan kebingungan, kesalahpahaman, penyimpangan atau perubahan lainnya yang disengaja.
- Terlibat dalam pemecahan masalah yang terbuka tanpa menimbulkan sikap bertahan atau menghentikan proses.
- Membantu orang-orang lain untuk mengembangkan gaya hubungan persona dan antarpersona yang aktif.
- Ikut serta dalam interaksi sosial informal tanpa terlibat dalam muslihat atau gurauan atau hal-hal lainnya yang mengganggu komunikasi yang menyenangkan. (Pace and Faules, 2006: 202).

2. Hubungan Posisional

Hubungan posisional ditentukan oleh struktur otoritas dan tugas-tugas fungsional anggota organisasi.

Pengaturan sekitar orang-orang menimbulkan beberapa persoalan yang dihindari oleh hubungan posisional:

- Pertama menyatakan tidak akan pernah yakin bahwa "semua tugas perlu akan ditangani.
- Timbul bahaya bahwa "orang-orang yang berbeda ingin melakukan hal yang sama, menghasilkan konflik atau perintah berganda".
- Melalui pemensiunan, pengunduran diri, kenaikan pangkat, atau kematian "suatu alas an orang dalam membuat peraturan di sekitarnya". (Pace & Faules, 2006:203-204).

3. Hubungan berurutan

Seperti yang terlihat diatas, orang-orang menjalin hubungan antarpersona dan posisional dalam organisasi. Selanjutnya mereka juga memiliki hubungan-hubungan berurutan (*serial relationship*).

> "Informasi disampaikan keseluruh organisasi formal oleh suatu proses. Dalam proses ini orang di puncak hierarki mengirimkan pesan kapada orang kedua dan kemudian mengirim kan pesan juga kepada orang ketiga. Reproduksi pesan orang pertama menjadi pesan orang kedua, dan reproduksi pesan orang kedua menjadi pesan orang ketiga ini disebut berurutan. (Pace & Faules, 2006:209). "

2.1.3.3 Unsur-Unsur Organisasi

Adapun unsur-unsur organisasi sebagai berikut:

- Manusia (*human factor*), artinya organisasi baru ada jika ada unsur manusia yang bekerjasama, ada pemimpin dan ada yang dipimpin (bawahan).
- Tempat kedudukan, artinya organisasi baru ada, jika ada tempat kedudukan.
- Tujuan, artinya organisasi baru ada jika ada tujuan yang ingin dicapai.

- Pekerjaan, artinya organisasi baru ada, jika ada pekerjaan yang akan dikerjakan serta adanya pembagian kerja.
- Struktur, artinya organisasi baru ada, jika ada hubungan dan kerjasama antara yang satu dengan yang lainnya.
- Teknologi, artinya organisasi baru ada, jika terdapat unsur teknik.
- Lingkungan (*Environment External social system*), artinya organisasi baru ada, jika ada lingkungan yang saling mempengaruhi misalnya adanya sistem kerjasama sosial.

Menurut Drs. H. Malayu S.P. Hasibuan menyatakan bahwa organisasi memiliki unsur-unsur sebagai berikut:

a. Pengaturan yang berorientasi sasaran, orang-orang dengan tujuan (*Goal Oriented Arrangement*).
b. Orang-orang berorientasi dalam kelompok (*Psichosocial system*).
c. Orang dengan menggunakan pengetahuan dan teknik (*Technological System*).
d. Interaksi kegiatan-kegiatan yang terstruktur serta orang-orang bekerjasama dalam hubungan-hubungan yang berpola (*Strutur system*). (Malayu, 2001:28).

2.1.3.4 Fungsi Komunikasi Organisasi

Dikemukan oleh *Charles Conrad* dalam bukunya *Strategic Organizational Communication* yang menyebutkan tiga fungsi utama komunikasi organisasi, yaitu :

1. Fungsi perintah

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasinya membicarakan, menerima, menafsirkan, dan bertindak atas suatu

perintah. Dua jenis komunikasi yang mendukung pelaksanaan fungsi ini adalah pengarahan dan umpan balik, tujuannya untuk persuasive dan mempengaruhi anggota organisasi melalui strategi komunikasi, sehingga para anggota dapata pula mempersuasif anggota lainnya yang saling bergantung dalam organisasi.

2. Fungsi relasional

Komunikasi memperbolehkan anggota organisasi menciptakan dan mempertahankan hubungan personal dengan sesama anggota dalam organisasi. Hubungan dalam pekerjaan mempengaruhi kinerja pekerjaan dalam berbagai cara, misalnya kepuasaan kerja,tingkat pelaksanan perintah, artinya setiap angota organisasi harus taat dengan siapa ia membina hubungan untuk kelancaran tugas.

3. Fungsi manajemen ambigu

Setiap hari bahkan setiap saat manusia dihadapkan pada pilihan untuk mampu mengambil keputusan, dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu/pada kondisi yang tidak pasti. Anggota diharpakan mampu mengelola. Dalam kehidupan sehari-hari setiap individu pasti membutuhkan bantuan dari orang lain, manusia tidak bisa hidup tanpa bantuan orang lain. Sebagai manusia dalam menjalani kehidupan ini perlu adanya saling membantu satu sama lain. Perhimpunan adalah suatu perkumpulan orang-orang yang mempunyai tujuan tertentu.

2.1.4 Tinjauan Tentang Konstruksi Makna

2.1.4.1 Konsep Makna

Makna dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia berarti arti, maksud pembicara atau penulis. Menurut A.M. Moefad, dalam Sobur (2003: 255) menyatakan

> "Pengertian mendefinisikan sebagai; "kemampuan total untuk mereaksi terhadap bentuk linguistik.". Makna dapat dibedakan antara makna denotatif dan makna konotatif. Makna denotatif adalah suatu kata yang mengarah pada sesuatu yang dimaksud oleh kata itu. Dengan kata lain, denotative mengandung makna yang sebenarnya. Sedangkan makna konotatif adalah makna implisit atau kiasan." Menurut *Ogden dan Richard dalam Lawrence Kincaid* menjelaskan bahwa Penguraian proses komunikasi, untuk sebagian mengandung unsur psikologi. Sementara ini psikologi sudah mencapai tahap tertentu, dimana tugas tersebut dimungkinkan pelaksanaannya dengan baik. Kini tidak ada lagi alasan untuk dapat berbicara secara samar-samar mengenai makna, begitu pula untuk tidak mengetahui cara-cara dengan mana kata-kata memperdayai kita. Makna tidak hanya terbatas pada batas-batas konsep yang dapat diterapkan dalam suatu situasi.

Makna yang diperoleh dari (atau dimiliki untuk) konsep suatu hal, sebenarnya lebih mendalam, lebih besar dari konsepnya sendiri. Sedangkan menurut *Brodbeck dalam Aubrey Fisher* mengemukakan bahwa

> "Sebenarnya ada tiga pengertian tentang konsep makna yang berbeda-beda. Salah satu jenis makna menurut tipologi *Brodbeck*, adalah makna referensial, yakni makna suatu istilah adalah objek, pikiran, ide, atau konsep yang ditunjukkan oleh istilah itu. Tipe makna yang kedua adalah arti istilah itu."

Suatu istilah dapat saja memiliki referensi dalam pengertian yang pertama, yakni mempunyai referen, tetapi karena ia tidak dihubungkan dengan berbagai konsep yang lain, ia tidak mempunyai arti. Tipe makna yang ketiga mencakup makna yang dimaksudkan *(intentional)* dalam arti bahwa arti suatu istilah atau

lambang tergantung pada apa yang dimaksudkan pemakai dengan arti lambang itu.

2.1.4.2 Makna dalam Komunikasi

Makna yang berkaitan dengan komunikasi pada hakikatnya merupakan fenomena sosial. Makna sebagai konsep komunikasi, mencakup lebih dari sekedar penafsiran atau pemahaman seorang individu saja. Makna selalu mencakup banyak pemahaman, aspek- aspek pemahaman yang secara bersama dimiliki para komunikator.

2.1.4.3 Ruang Lingkup Makna

Upaya memahami ‘makna’, sesungguhnya merupakan salah satu masalah filsafat yang tertua dalam umur manusia. Konsep makna telah menarik berbagai macam disiplin ilmu, termasuk ilmu komunikasi. Itu sebabnya, beberapa pakar komunikasi sering menyebut kata ‘makna’ ketika mereka merumuskan definisi komunikasi. Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss (1994:6), menyatakan,

“ Komunikasi adalah proses pembentukan makna diantara dua orang atau lebih.”

Demikian pula dengan yang diungkapkan oleh Judy C. Pearson dan Paul E. Nelson (1979:3),

> “Komunikasi adalah proses memahami dan berbagi makna.” Brown dalam Sobur (2003 : 256) mendefinisikan makna sebagai kecenderungan (disposisi) total untuk menggunakan atau bereaksi terhadap suatu bentuk bahasa.

Model proses makna Wendell Johnson yang dikutip oleh Sobur (2003:258) menawarkan sejumlah implikasi bagi komunikasi antar manusia, yaitu:

a. Makna ada dalam diri manusia. Makna tidak terletak pada kata-kata melainkan pada manusia. Kita menggunakan kata-kata untuk mendekati makna yang ingin kita komunikasikan. Tetapi kata-kata ini tidak secara sempurna dan lengkap menggambarkan makna yang kita maksudkan. Demikian pula, makna yang didapat pendengar dari pesanpesan kita akan sangat berbeda dengan makna yang ingin kita komunikasikan. Komunikasi adalah proses yang kita gunakan untuk mereproduksi, di benak pendengar, apa ada dalam benak kita. Reproduksi ini hanyalah sebuah proses parsial dan selalu bisa salah.
b. Makna berubah. Kata-kata relatif statis, banyak dari kata – kata yang digunakan sejak 200-300 tahun yang lalu. Tetapi makna dari kata-kata ini terus berubah dan khususnya terjadi pada dimensi emosional dari makna.
c. Makna membutuhkan acuan. Walaupun tidak semua komunikasi mengacu pada dunia nyata, komunikasi hanya masuk akal bilamana ia mempunyai kaitan dengan dunia atau lingkungan eksternal.
d. Penyingkatan yang berlebihan akan mengubah makna. Berkaitan erat dengan gagasan bahwa makna membutuhkan acuan adalah masalah komunikasi yang timbul akibat penyingkatan yang berlebihan tanpa mengaitkannya dengan acuan yang konkret dan dapat diamati. Penyingkatan perlu dikaitkan dengan objek, kejadian dan perilaku dalam dunia nyata.
e. Makna tidak terbatas jumlahnya. Pada suatu saat tertentu, jumlah kata kata, suatu bahasa terbatas, tetapi maknanya tidak terbatas. Karena itu, kebanyakan kata mempunyai banyak makna.
f. Makna dikomunikasikan hanya sebagian. Makna yang kita peroleh dari suatu kejadian (event) bersifat multiaspek dan sangat kompleks, tetapi hanya sebagian saja dari makna – makna ini yang benar-benar dapat dijelaskan.

2.1.4.4 Kontruksi Makna

Konstruksi makna adalah sebuah proses saat individu mengatur dan menginterpretasikan kesan-kesan sensors mereka untuk memberikan arti bagi lingkungan mereka.. Ringkasnya kontruksi makna adalah proses produksi makna melalui bahasa, konsep kontruksi makna bisa berubah. Akan selalu ada pemaknaan baru dan pandangan baru dalam konsep representasi yang sudah pernah ada. Karena makna sendiri juga tidak pernah tetap, ia selalu berada dalam posisi negosiasi yang disesuaikan dengan situasi yang baru. Ia adalah hasil praktek penandaan, praktek yang membuat sesuatu hal bermakna sesuatu.

Laksmi dalam bukunya Interaksi, Interpretasi dan Makna (2012: 125-128). Menyatakan :

> "Teori tindakan sosial *Max Weber* menunjukan bahwa tindakan sosial yang terjadi setiap hari selalu memiliki makna-makna. Dengan kata lain, berbagai makna senantiasa mengiringi tindakan sosial, dibalik tindakan sosial pasti ada berbagai makna yang "bersembunyi" atau "melekat". Suatu tindakan dapat tindakan sosial jika tindakan tersebut dilakukan dengan mempertimbangkan perilaku orang lain dan berorientasi pada perilaku orang lain. Ketika melakukan suatu tindakan, manusia menginterpretasikan keadaan disekitarnya dan memberi makna pada peristiwa yang mereka hadapi tersebut. Dengan makna tersebut manusia melakukan tindakan. "

Dengan demikian makna menjadi penting. Makna sebagai dasar bertindak muncul dari tiga premis yang dikemukakan oleh *Blummer*, yaitu:

> "Pertama, manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang ada pada sesuatu tersebut, kedua, makna itu diperoleh dari hasil interaksi sosial yang dilakukan dengan orang lain. Ketiga, makna tersebut diciptakan, dipertahankan, diubah, dan disempurnakan melalui proses penafsiran ketika berhubungan dengan sesuatu yang dihadapinya."

Semua manusia memiliki makna dan berusaha untuk hidup dalam suatu dunia yang bermakna. Makna yang dilekatkan manusia pada realitas pada dasarnya bukan hanya dapat dipahami oleh dirinya sendiri, tetapi juga dapat dipahami oleh orang lain.

“Realitas sosial dipahami melalui makna yang muncul dari gejala-gejala yang dapat diobservasi. Memahami makna dapat dilakukan dengan menggunakan metafora (Morgan, 1986). “

Metafora yang digolongkan sebagai bahasa kiasan, membantu kita untuk melihat sesuatu atau objek tertentu dengan lebih jelas, sebab kita sudah memiliki pengetahuan atas sesuatu yang dibuat perbandingannya tersebut sebelumnya. Makna dan pembentukan makna merupakan sumbangan Schutz yang penting dan orisinal kepada gagasan fenomenologi tentang makna dan bagaimana makna membentuk struktur sosial. Kalau orde dasar bagi masyarakat adalah dunia sehari-hari maka makna dasar bagi pengertian manusia adalah *common sense*, yang terbentuk dalam bahasa percakapan sehari-hari. *Common sense* didefinisikan sebagai pengetahuan yang ada pada setiap orang dewasa yang sadar. Pengetahuan ini sebagian besar tidak berasal dari penemuan sendiri, tetapi diturunkan secara sosial dari orang-orang sebelumnya.

Ada beberapa sub-fokus dari konstruksi makna yaitu:

A. Nilai

Istilah nilai dalam filsafat dipakai untuk menunjuk kata benda abstrak yang artinya keberhargaan (*worth*) atau kebaikan (*goodness*), dan kata kerja yang

artinya suatu tindakan kejiwaan tertentu dalam menilai atau melakukan penilaian. *Dictionary of sosciology and Related sciences* mengemukakan,

> "Definisi nilai adalah kemampuan yang dipercayai yang ada pada suatu benda untuk memuaskan manusia, sifat dari suatu benda yang menyebabkan menarik minat seseorang atau kelompok. Pada dasarnya nilai merupakan sifat atau kualitas yang melekat pada sesuatu obyek, bukan obyek itu sendiri. Sesuatu yang mengandung nilai berarti ada sifat atau kualitas yang melekat pada sesuatu tersebut. "

Dengan demikian, nilai itu sebenarnya adalah suatu kenyataan yang tersembunyi di balik kenyataan-kenyataan lainnya. Adanya nilai karena adanya kenyataan-kenyataan lain sebagai pembawa nilai. Senada dengan pendapat diatas, Milton Receach dan James Bank mengemukakan bahwa

> "Definisi nilai adalah suatu tipe kepercayaan yang berada dalam ruang lingkup sistem kepercayaan, dimana seseorang harus bertindak atau menghindari suatu tindakan mengenai sesuatu yang pantas atau sesuatu yang tidak pantas dikerjakan, dimiliki dan dipercayai."

Dalam Kamus Sosiologi yang disusun oleh Soerjono Soekanto disebutkan bahwa:

"Nilai (***value***) adalah konsepsi-konsepsi abstrak di dalam diri manusia, mengenai apa yang dianggap baik dan apa yang dianggap buruk."

Beberapa pandangan tentang nilai:

a. Nilai bersifat Objektif

   Pandangan ini menganggap bahwa nilai suatu objek itu melekat pada objeknya dan tidak tergantung pada subjek yang menilai.maksudnya, setiap objek itu memiliki nilai sendiri,meskipun tidak diberi nilai oleh seseorang/subjek.

b. Nilai bersifat Subjektif.

Pandangan ini beranggapan bahwa nilai dari sesuatu itu tergantung pada orang/subjek yang menilainya.suatu objek yang sama dapat mempunyai nilai yang berbeda bahkan bertentangan bagi orang yang satu dengan orang lain.suatu objek yang sama dapat dinilai baik atau buruk,benar atau salah,serta berguna atau tidak berguna tergantung pada subjek yang menilainya.

Nilai dibagi menjadi empat antara lain:

1. Nilai Etika merupakan nilai untuk manusia sebagai pribadi yang utuh,misalnya kejujuran.nilai tersebut saling berhubungan dengan akhlak,nilai ini juga berkaitan dengan benar atau salah yang dianut oleh golongan atau masyarakat. Nilai etik atau etis sering disebut sebagai nilai moral, akhlak, atau budi pekerti. Selain kejujuran, perilaku suka menolong, adil , pengasih, penyayang, ramah dan sopan termasuk juga ke dalam nilai ini.sanksinya berupa teguran, caci maki, pengucilan, atau pengusiran dari masyarakat.
2. Nilai Estetika atau nilai keindahan sering dikaitkan dengan benda,orang,dan peristiwa yang dapat menyenangkan hati (perasaan). Nilai estetika juga dikaitkan dengan karya seni.meskipun sebenarnya semua ciptaan tuhan juga memiliki keindahan alami yang tak tertandingi.
3. Nilai Agama berhubungan antara manusia dengan tuhan,kaitannya dengan pelaksanaan perintah dan larangannya. Nilai agama diwujudkan dalam bentuk amal perbuatan yang bermanfaat baik didunia maupun di akhirat,

seperti rajin beribadah, berbakti kepada orangtua, menjaga kebersihan, tidak berjudi dan tidak meminum-minuman keras,dan sebagainnya. Bila seseorang melanggar norma/kaidah agama, ia akan mendapatkan sanksi dari Tuhan sesuai dengan keyakinan agamanya masing-masing.oleh karena itu,tujuan norma agama adalah menciptakan insan-insan yang beriman dan bertaqwa kepada Tuhan Yang Maha Esa,dalam pengertian mampu melaksanakan apa yang menjadi perintah dan meninggalkan apa yang dilarangannya. Adapun kegunaan norma agama, yaitu untuk mengendalikan sikap dan perilaku setiap manusia dalam kehidupannya agar selamat di dunia dan di akhirat.

4. Nilai sosial berkaitan dengan perhatian dan perlakuan kita terhadap sesama manusia di lingkungan kita. Nilai ini tercipta karena manusia sebagai mahkluk sosial. Manusia harus menjaga hubungan diantara sesamanya, hubungan ini akan menciptakan sebuah keharmonisan dan sikap saling membantu. Kepedulian terhadap persoalan lingkungan, seperti kegiatan gotong-royong dan menjaga keserasian hidup bertetangga, merupakan contoh nilai sosial. Jenis nilai yang akan dijadikan sebagai salah satu pembahasan dalam penelitian ini adalah nilai yang termasuk kedalam nilai inmaterial yaitu nilai sosial. Menurut Hendropuspito, nilai sosial adalah segala sesuatu yang dihargai masyarakat karena mempunyai daya guna fungsional bagi perkembangan kehidupan manusia.

Jadi nilai sosial adalah sikap dan perasaan yang diterima oleh masyarakat sebagai dasar untuk merumuskan apa yang benar dan penting di masyarakat. Selain itu nilai sosial dirumuskan sebagai petunjuk dan tafsiran secara sosial terhadap suatu obyek. Nilai sosial sifatnya abstrak dan ukuran masing-masing nilai ditempatkan dalam struktur berdasarkan peringkat yang ada masyarakat. Bila sikap dan perasaan tentang nilai sosial itu diikat bersama seluruh anggota masyarakat sebagai sebuah system, maka disebut system nilai sosial. Namun kenyataannya orang dapat saja mengembangkan perasaan sendiri yang mungkin saja berbeda dengan perasaan sebagaian besar warga masyarakat.

Ciri-ciri nilai sosial:

a. Nilai sosial merupakan konstruksi abstrak dalam pikiran orang yang tercipta melalui interaksi sosial,
b. Nilai sosial bukan bawaan lahir, melainkan dipelajari melalui proses sosialisasi, dijadikan milik diri melalui internalisasi dan akan mempengaruhi tindakan-tindakan penganutnya dalam kehidupan sehari-hari disadari atau tanpa disadari lagi (enkulturasi),
c. Nilai sosial memberikan kepuasan kepada penganutnya,
d. Nilai sosial bersifat relatif,
e. Nilai sosial berkaitan satu dengan yang lain membentuk sistem nilai,
f. Setiap nilai memiliki efek yang berbeda terhadap perorangan atau kelompok,
g. Nilai sosial melibatkan unsur emosi dan kejiwaan, dan
h. Nilai sosial mempengaruhi perkembangan pribadi.

Mengetahui sistem nilai yang dianut oleh sekelompok orang atau suatu masyarakat tidaklah mudah, karena nilai merupakan konsep asbtrak yang hidup di alam pikiran para warga masyarakat atau kelompok Jadi nilai sosial adalah sikap dan perasaan yang diterima oleh masyarakat sebagai dasar untuk merumuskan apa yang benar dan penting di masyarakat. Selain itu nilai sosial dirumuskan sebagai petunjuk dan tafsiran secara sosial terhadap suatu obyek . Nilai sosial sifatnya abstrak dan ukuran masing-masing nilai ditempatkan dalam struktur berdasarkan peringkat yang ada masyarakat. Bila sikap dan perasaan tentang nilai social itu diikat bersama seluruh anggota masyarakat sebagai sebuah system, maka disebut sistem nilai sosial.

B. Motif

Motif merupakan pengertian yang melingkupi penggerak. Alasan/ dorongan didalam manusialah yang menyebabkan manusia itu berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Motif manusia bisa bekerja secara sadar dan tidak sadar. Untuk mengerti tingkah laku manusia dengan lebih sempurna, harus mengerti dahulu apa dan bagaimana motif-motifnya daripada tingkah lakunya. Motif manusia merupakan dorongan, hasrat, keinginan, dan tenaga penggerak lainnya, berasal dari dalam dirinya, untuk lakukan sesuatu. Motif msemberikan tujuan dan arah pada tingkah laku manusia. Jadi istilah motif erat kaitannya dengan gerak. Yaitu gerakan yang dilakukan oleh manusia/ perbuatan/ tingkah laku. Motif dalam psikologi berarti rangsangan, dorongan/ pembangkit tenaga bagi teradinya suatu tingkah laku.

Jadi, motif itu tujuan. Tujuan ini disebut insetif. Insetif adalah suatu tujuan yang jadi arah suatukegiatan yang bermotif. Contoh motif lapar, maka insetifnya makanan. Maka kesimpulannya motif adalah suatu alasan/ dorongan yang menyebabkan seseorang berbuat sesuatu, melakukan tindakan/ bersikan tertentu.

a. Motif untuk (*in order to motives*), artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat, dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan.
b. Motif karena (*because motives*), artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu.

C. Pengalaman

Pengalaman kata dasaranya alami yang artinya melakoni, mengalami, menempuh, mengarungi, menghadapi, menyebrangi, mananggung, mendapat, menyelami, dan merasakan (Endarmoko.2006 : 116).

"Pengalaman ialah hasil persentuhan alam dengan panca indra manusia. Berasal dari kata peng-*alam*-an. Pengalaman memungkinkan seseorang menjadi *tahu* dan hasil tahu ini kemudian disebut pengetahuan."

Dalam dunia kerja istilah pengalaman juga digunakan untuk merujuk pada pengetahuan dan ketrampilan tentang sesuatu yang diperoleh lewat keterlibatan atau berkaitan dengannya selama periode tertentu. Secara umum, pengalaman menunjuk kepada mengetahui bagaimana atau pengetahuan prosedural, daripada pengetahuan proposisional.

2.1.5 Tinjauan Tentang Loyalitas

2.1.5.1 Pengertian Loyalitas

Kata dasarnya ‘loyal’. *Loyalty is faithfulness or a devotion to a person or cause,* yang artinya loyalitas adalah kesetiaan atau pengabdian seseorang. Makna umumnya di sini kesetiaan atau kepatuhan. Patuh pada sosok atau system alias aturan? Organisasi modern mengkondisikan loyalitas pada aturan , bukan *person*. Tetapi pada praktiknya loyalitas selalu disimpangkan sebagai kesetiaan pada person. Dalam politik setia pada person yang berposisi sebagai patron itu wajar-wajar saja. Konsep loyalitas lebih banyak dikaitkan dengan pelaku *(behavior)* daripada dengan sikap. Manusia adalah ciptaan Tuhan sebagai makhluk yang paling sempurna karena memiliki akal dan budi. Dengan akal budi ini manusia dituntut untuk mampu membedakan antara baik dan buruk serta dapat berpikiran secara kritis dalam mengahadapi problema kehidupan.

Berdasarkan hal ini, manusia adalah *Zoon Politicon* yaitu manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup sendiri tanpa bantuan makhluk lain. Untuk itu manusia juga dituntut untuk mampu berinteraksi, berhubungan secara timbal balik dengan lingkungan sosialnya. Organisasi merupakan wadah atau sarana bagi suatu kelompok individu yang minimal punya suatu kesamaan visi dan misi. Satu hal penting yang sangat diperlukan oleh sebuah organisasi untuk mempertahankan keberadaannya adalah Loyalitas dan Kebersamaan dari anggotanya. Loyalitas erat kaitannya dengan kesetiaan. Seorang anggota yang memiliki loyalitas

terhadap organisasinya memiliki kesadaran pribadi untuk memanfaatkan semua potensi yang ada dalam dirinya demi kemajuan organisasi. Secara lebih riil, anggota tersebut akan menaati segala bentuk tata tertib yang berlaku, mendukung program kerja dengan mengikutsertakan diri sebagai partisipan aktif. Bahkan menjadi pengurus atau kreator ide-ide penting untuk membangun organisasi dari dalam. Loyalitas anggota memegang peranan krusial dalam jalannya organisasi.

Tata aturan yang sempurna, program kerja yang brilian, tanpa disertai dengan loyalitas para eksekutornya adalah hal yang sia-sia. Hal yang tidak kalah penting adalah kebersamaan antara anggota dalam suatu organisasi. Dalam kenyataannya, pelaksanaan program kerja sebagai bentuk realisasi visi organisasi tidak semua anggota memiliki kesamaan sistem kerja berdampak buruk bagi kelangsungan organisasi itu sendiri. Hal ini disebabkan terutama karena anggota yang mengikuti suatu organisasi tidak berniat secara penuh untuk mendedikasikan dirinya untuk kelangsungan organisasi, mereka hanya ingin mengambil manfaat yang mereka anggap berguna bagi mereka. Singkat kata, mereka hanya aktif mengikuti kegiatan yang mereka inginkan. Mereka cenderung bersikap acuh tak acuh dalam mengikutsertakan diri menjalankan kegiatan organisasi yang tidak ada hubungannya dengan tujuan/alasan/keinginan mereka ketika mendaftar menjadi anggota organisasi.

Pemberian pengetahuan tentang organisasi dan kepemimpinan melalui ceramah/seminar dari sumber yang kompeten; diskusi antar anggota, bila diikuti dengan sungguh-sungguh akan bermanfaat positif dalam membangun loyalitas dan kebersamaan antar anggota. Sikap-sikap positif seperti berjiwa besar, menghargai saran dan kritik yang bersifat membangun dan berjiwa satria, sangat berperan penting pula dalam diri masing-masing anggota untuk mewujudkan loyalitas dan kebersamaan dalam organisasi.

Loyalitas dapat diartikan tekad dan kesanggupan menaati, melaksanakan, dan mengamalkan sesuatu dengan disertai penuh kesadaran dan tanggung jawab. Tekad dan kesanggupan tersebut harus dibuktikan dalam sikap dan tingkah laku sehari-hari serta dalam pelaksanaan tugas. Loyalitas anggota terhadap organisasi memiliki makna kesediaan seseorang untuk melenggangkan hubungannya dengan organisasi, kalau perlu mengorbankan kepentingan pribadinya tanpa mengharapkan apapun. Loyalitas anggota memegang peranan krusial dalam jalannya organisasi. Tata aturan yang sempurna, program kerja yang brilian, tanpa disertai dengan loyalitas para eksekutornya adalah hal yang sia-sia. Secara lebih riil, anggota tersebut akan menaati segala bentuk tata tertib yang berlaku, mendukung program kerja dengan mengikutsertakan diri sebagai partisipan aktif. Bahkan menjadi pengurus/kreator ide-ide penting untuk membangun organisasi dari dalam.

Loyalitas yang dimilki oleh setiap organisator juga berpengaruh pada kelanjutan suatu organisasi dalam melaju pada rel visi dan misi. Jika suatu organisasi sudah melenceng dari jalur visi dan misi yang ada, besar kemungkinan bahwa rasa loyalitas yang dimilki oleh para anggotanya telah kropos dan lapuk. Karena jika memang loyalitas benar-benar ada pada setiap anggota, tidak mungkin mereka akan membiarkan dan bahkan membawa organisasi tersebut ke arah yang menyimpang dari rel visi dan misi.

Implemetasi yang terwujud dalam bentuk loyalitas anggota terhadap organisasi, dapat dilakukan dengan memasukkan kebutuhan dan keinginan anggota dalam tujuan organisasi. Dengan demikian akan menimbulkan suasana saling mendukung diantara para anggota dengan organisasi. Sehingga akan membuat anggota dengan rela menyumbangkan sesuatu bagi tercapainya tujuan organisasi, karena anggota memahami tujuan organisasi yang dipercayai telah disusun demi memenuhi kebutuhan pribadi mereka pula. Nilai subtansi dari sebuah organisasi adalah bukan pada masa kejayaan yang pernah diraihnya.

Namun lebih dari itu, organisasi akan lebih mempunyai ‘harga’ jika organisasi tersebut bisa mengantarkan para anggotanya ke arah visi dan misinya dan berhasil menanamkan rasa loyalitas tinggi pada jiwa setiap anggotanya. Sehingga dari itu semua, organisasi tadi benar-benar mampu mempertahankan eksistensinya meskipun banyak rintangan yang dihadapi. Nasib organisasi tersebut ke depannya akan ditentukan oleh

tingkat loyalitas anggotanya. Apabila anggota merasa ‘malas’ maka untuk merealisasikan program kerja organisasi akan terasa sangat sulit. Tidak lain alasan dari itu semua adalah karena kurangnya rasa memiliki oleh setiap anggotanya.

2.2 Kerangka Pemikiran

Di dalam penelitian kualitatif, dibutuhkan sebuah landasan yang mendasari penelitian agar lebih terarah. Oleh karena itu di butuhkan kerangka pemikiran untuk mengembangkan konteks dan konsep penelitian lebih lanjut sehingga dapat memperjelas konteks penelitian, metodologi, serta penggunaan teori dalam penelitian. Teori adalah suatu pernyataan mengenai apa yang terjadi terhadap suatu fenomena yang ingin kita pahami. Teori yang berguna adalah teori yang memberikan pencerahan, serta pemahaman yang lebih mendalam terhadap fenomena yang ada di hadapan kita. Akan tetapi perlu dijelaskan sebagai suatu arahan atau pedoman peneliti untuk dapat mengungkap fenomena agar lebih terfokus. Sekumpulan teori ini dikembangkan sejalan dengan penelitian itu berlangsung.

Hal tersebut didasarkan pada suatu tradisi bahwa fokus atau masalah penelitian diharapkan berkembang sesuai dengan kenyataan di lapangan. Penelitian kualitatif mementingkan perspektif emik, dan bergerak dari fakta, informasi atau peristiwa menuju ke tingkat abstraksi yang lebih tinggi (apakah itu konsep ataukah teori) serta bukan sebaliknya dari teori atau konsep ke data atau informasi.

Empat fungsi teori :

1. Menjelaskan atau memberi tafsir baru terhadap fenomena atau data.
2. Memprediksi sesuatu berdasarkan pengamatan.
3. Menghubungkan satu studi dengan studi lainnya.
4. Menyediakan kerangka yang lebih terarah dari temuan dan pengamatan bagi kita dan orang lain.

Penelitian ini menggunakan metodologi penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dengan menggunakan Teori Konstruksi Realitas Sosial *Peter L Berger* sebagai panduan peneliti untuk lebih menggali secara mendalam bagaimana konstruksi sebuah makna.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Untuk meneliti konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa Perhimpunan Mahasiswa Bandung, peneliti akan membahas sub-fokus yang menjadi inti permasalahan dalam penelitian. Kerangka pemikiran disini berisi mengenai penggunaan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian. Teori tersebut bertujuan untuk menggiring dan memfokuskan masalah yang akan diteliti.

2.2.1.1 Konstruksi Realitas Sosial

Konstruksi sosial (*social construction*) merupakan sebuah teori sosiologi kontemporer yang dicetuskan oleh *Peter L. Berger* dan *Thomas Luckmann*. Menurut *Berger*, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya

(Kuswarno, 2009:111). Sebagaimana yang telah dituangkan dalam buku karangan Engkus Kuswarno yang berjudul Metode Penelitian Komunikasi: Fenomenologi, menyebutkan bahwa Thomas Luckmann beserta Berger menuangkan pikiran tentang konstruksi sosial dalam bukunya yang berjudul *"The Sosial Construction of Reality".*

Berger dan Luckmann dalam buku tersebut menyebutkan bahwa seseorang hidup dalam kehidupannya mengembangkan suatu perilaku yang *repetitif*, yang mereka sebut dengan kebiasaan (*habits*). Kebiasaan ini memungkinkan seseorang mengatasi suatu situasi secara otomatis. Kebiasaan seseorang ini juga berguna untuk orang lain. Dalam dituasi komunikasi interpersonal, para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain, dengan demikian para partisipan saling mengamati dan merespon kebiasaan orang lain tersebut. Dengan kebiasaan tersebut, seseorang dapat membangun komunikasi dengan orang lain yang disesuaikan dengan tipe-tipe seseorang, yang disebut dengan pengkhasan (*typication*) (Dalam Kuswarno, 2009:112).

Dalam teori konstruksi sosial Menurut Berger, realitas sosial eksis dengan sendirinya dan struktur dunia sosial bergantung pada manusia yang menjadi subjeknya.

> "Berger memiliki kecenderungan untuk menggabungkan dua perspektif yang berbeda, yaitu perspektif fungsionalis dan interaksi simbolik, dengan mengatakan bahwa realitas sosial secara objektif memang ada (perspektif fungsionalis), namun maknanya berasal dari dan oleh hubungan subjektif individu dengan dunia objektif (perspektif interaksionis simbolik) (Poloma dalam Kuswarno, 2000:299). "

Di dalam penelitian ini peneliti berusaha mengungkapkan makna mengenai loyalitas bagi anggota biasa Perhimpunan Mahasiswa Bandung. Pemaknaan yang diberikan oleh individu tentang loyalitas (subjektif) dipahami sebagai tolak ukur dalam mengaplikasikan apa yang menjadi nilai dan pandangan terhadap makna loyalitas yang mereka pahami (objektif).

2.2.2 Kerangka Pemikiran Konseptual

Bertolak dari kerangka pemikiran teoritis diatas mengenai bagaimana konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa di Perhimpunan Mahasiswa Bandung, maka pada kerangka pemikiran konseptual ini peneliti akan mengaplikasikan teori-teori masalah penelittian terkait dengan mengaplikasikan teori yang digunaan sebagai landasan penelitian mengenai konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa di Perhimpunan Mahasiswa Bandung dimana pada loyalitas ini tentunya mengandung berbagai makna.

Peneliti mengambil definisi bahwa loyalitas merupakan suatu bentuk kesadaran tersendiri yang terjadi didalam suatu organisasi atau lembaga. Dalam suatu loyalitas memiliki makna yang berbeda-beda pula, khususnya dalam loyalitas bagi anggota biasa Perhimpunan Mahasiswa Bandung. Loyalitas anggota biasa ini memang terlihat sangat kental dengan seiring berjalannya waktu atau adanya regenerasi baru didalam perhimpunan ini sehingga adanya suatu pergeseran makna terhadap loyalitas. Peneliti berupaya mencari tahu konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa sebenarnya didalam perhimpunan ini dengan melakukan penelitian. Untuk membedah

konstruksi makna yang terdapat dalam loyalitas tersebut peneliti menggunakan studi fenomenologi dengan fokus konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa terhadap perhimpunan..

Mengenai berbagai dimensi konstruksi makna yang ada, peneliti mengambil fokus konstruksi makna loyalitas bagi anggota biasa terhadap Perhimpunan Mahasiswa Bandung dari segi nilai, motif, dan pengalaman. Hal ini dikarenakan menurut peneliti ketiga unsur tersebut sangat penting dan menarik minat untuk diteliti dan dibedah secara lebih terperinci. Ketiga unsur yang akan dibedah oleh peneliti itu ialah sebagai berikut:

1. Nilai

   Nilai merupakan sesuatu alasan dasar untuk menentukan sesuatu pertimbangan yang membawa sebuah persepsi mengenai hal-hal yang benar, salah, baik, buruk, ataupun sesuatu yang diinginkan.

2. Motif

   Motif merupakan dorongan yang ada didalam diri manusia yang timbul dikarenakan adanya kebutuhan-kebutuhan yang ingin dicapai.

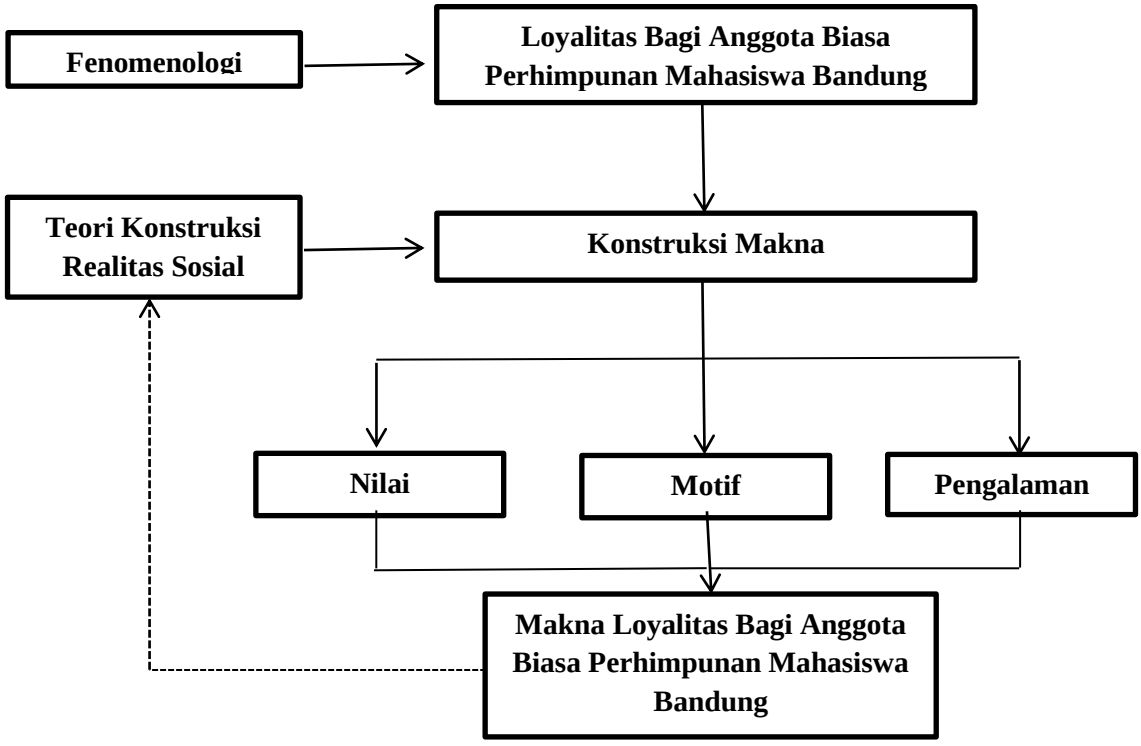
3. Pengalaman

   Pengalaman merupakan hasil dari kejadian yang pernah dialami (dijalani, dirasakan) seseorang, bisa disebut pula sebagai suatu proses pembelajaran dari pertambahan perkembangan potensi yang dimiliki.

Dengan menggunakan metodologi penelitian kualitatif, pendekatan fenomenologi, serta menggunakan teori konstruksi realitas sosial sebagai panduan dalam mengungkapkan pemaknaan loyalitas bagi anggota biasa Perhimpunan Mahasiswa Bandung tersebut tentang makna loyalitas bagi anggota biasa Perhimpunan Mahasiswa Bandung, motif loyalitas senior di Perhimpunan Mahasiswa Bandung, serta pengalaman selama anggota biasa yang loyalitas di Perhimpunan Mahasiswa Bandung Jika di aplikasikan, proses konstruksi makna tentang loyalitas dapat digambarkan dalam sebuah kerangka pemikiran sebagai berikut:

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran Konseptual



Sumber: Aplikasi Peneliti, 2015.