POLA KOMUNIKASI ORGANISASI *EXALT TO CREATIVITY* (XTC) CHAPTER KOTA BANDUNG
(Studi Deskriptif Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung dalam mempertahankan eksistensi organisasinya)

Anton Syahroni
Komunikasi Konsentrasi Humas , Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia,
Jalan Dipatiukur No. 112-116, Indonesia 40132

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung. Untuk menjawab penelitian tersebut, peneliti memiliki sub fokus yaitu Arus Pesan komunikasi, dan hambatan komunikasi untuk menganalisa fokus penelitian pola komunikasi organisasi.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Informan dalam penelitian ini berjumlah 4 (empat) orang. Teknik pemilihan informan dalam penelitian ini menggunakan teknik *Purposive Sampling*. Data penelitian diperoleh melalui studi pustaka, observasi, wawancara, dokumentasi dan pencarian data online. Untuk menguji keabsahan data digunakan triangulasi dan ketekunan pengamatan.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa dalam hal ini ketua dan wakil organisasi XTC chapter Kota Bandung memiliki arus pesan dengan penyampaian informasi secara tidak langsung, penerimaan informasi secara vertikal, metode dalam penyebaran informasi dan waktu yang dibutuhkan dalam penyebaran informasi. Hambatan komunikasi dalam komunikasi organisasi XTC yaitu penyampaian informasi yang diterima anggota, tidak sesuai dengan informasi dari ketua.

Pola komunikasi organisasi chapter kota bandung dilakukan melalui arus pesan dan hambatan komunikasi yang dilakukan ketua dan wakil organsiasi XTC. Dari hasil penelitian dilakukan dalam bentuk komunikasi organsiasi. Saran yang diharapkan bagi XTC Kota Bandung saran ini tidak terlalu banyak sub kelompok XTC Kota Bandung, menjaga komunikasi antara ketua dan anggota mengupdate informasi dan menghilangkan senioritas dalam organisasi.

Ketua dan wakil ketua menjalankan pola komunikasi yang efektif untuk mempertahankan eksistensinya, masing-masing divisi melaksanakan kegiatan adalah langkah yang dilakukan organisasi xtc sehingga masing-masing anggota memiliki rasa solidaritas kepada organisasinya.

Keywords: *Pola Komunikasi, Exalt to Creativity (XTC), Organisasi*

1. Latar Belakang Masalah

Pola komunikasi internal didalam organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) di Kota Bandung menentukan proses komunikasi dapat berjalan baik atau tidak. Eksistensi organisasi bergantung penggunaan pada pola dan sistem komunikasi yang dikembangkan dalam komunikasi organisasi. Identitas nilai yang mampu dipertahankan oleh organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) di Kota Bandung merefleksikan bentuk hasil komunikasi struktural yang

baik antara pemimpin dan yang dipimpinnya dalam melaksanakan seluruh rangkaian kegiatan organisasi untuk mempertahankan organisasinya dan untuk masyarakat luas.

Terdapat dua unsur penting yang harus di perhatikan dalam suatu organisasi yakni ketua dan anggota. Proses komunikasi yang baik antar keduanya menentukan keberlangsungan hidup suatu organisasi, dimana diantara kedua belah pihak tersebut harus ada komunikasi dua arah (*two-way-communications)* atau komunikasi timbal balik, untuk itu diperlukan kerjasama antara pemimpin dan yang dipimpin dengan harapan untuk mencapai cita-cita, baik cita-cita pribadi maupun kelompok guna mencapai tujuan organisasi. Hubungan atau kerja sama yang terjadi merupakan suatu proses adanya keinginan masing-masing individu untuk memperoleh hasil yang nyata dan dapat memberikan manfaat untuk kehidupan yang berkelanjutan.

Untuk memperlancar komunikasi yang baik dalam sebuah organisasi maka seorang pemimpin memerlukan pola komunikasi dan kerjasama yang baik, dimana interaksi bagian yang satu dengan yang lainnya berjalan secara harmonis, dinamis, dan pasti. Dengan begitu apa yang menjadi cita-cita dan tujuan organisasi akan tercapai secara efektif, artinya masukan (input) yang diproses akan menghasilkan keluaran *(output)* yang di harapkan sesuai dengan yang di rencanakan.

Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) pada awalnya adalah sebuah kelompok geng motor yang sudah tidak asing lagi di seluruh Kota Bandung bahkan sampai seluruh masyarakat Indonesia yang meresahkan warga. Bermaksud ingin mengubah stigma negatif dari masyarakat, kini Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) di Kota Bandung bahkan di Seluruh Indonesia mengikrarkan diri sebagai organisasi masyarakat (Ormas). Transformasi perubahan itu dilakukan Organisasi *Exalt To Creativity* XTC kedua kalinya, yang sebelumnya pada 23 April 2013 menjadi organisasi kepemudaan (OKP). Bahkan nama yang dulunya adalah *Exalt To Coitus* (XTC) telah diganti menjadi *Exalt To Creativity* (XTC). Pada awal berdiri 31 Desember 1982 silam, organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) berwujud sebagai organisasi otomotif, dimana anggota dari organisasi ini telah menyebar ke seluruh Indonesia. Hingga kini anggota Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Indonesia mencapai 200 ribu di seluruh Indonesia, dengan jumlah terbanyak anggota organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) berada di Bandung sebanyak 10 ribu orang.

Berbagai cara telah dilakukan oleh XTC untuk mengubah stigma negatif yang berada di masyarakat, salah satunya dengan memperketat tata tertib keanggotaan dan menjalin komunikasi dengan berbagai instansi, seperti: Polisi, TNI, termasuk pemerintah. Organisasi ini siap membantu semua program pemerintah, TNI, maupun Polri. Organisasinya non

partisan tapi membuka diri untuk bekerja sama dengan organisasi politik maupun non politik, demi terwujudnya Indonesia yang tentram, adil, makmur, dan sejahtera dengan memegang moto "Kekuatan dalam Persaudaraan".

Organisasi mempunyai dua prinsip yang tidak boleh dilupakan, yaitu organisasi harus bertahan (*survive*) dan berkembang (*develop*). Suatu organisasi tidak akan bertahan lama apabila di dalamnya tidak terjadi komunikasi yang baik antara pemimpin dan yang dipimpinnya, begitu pula sebaliknya. Hubungan yang harmonis diantara para anggota di dalam sebuah organisasi disebabkan oleh komunikasi timbal balik yang baik, demikian pula interaksi antara pimpinan organisasi dengan khalayak organisasi dan yang lebih penting lagi adalah pemimpin organisasi harus memilih salah satu dari berbagai metode dan teknik komunikasi yang disesuaikan dengan situasi pada waktu komunikasi itu dilancarkan. Maka dari itu dibutuhkan pola-pola pengembangan komunikasi yang baru dan pada gilirannya nanti akan melahirkan strategi-strategi yang inovatif sehingga dapat memperkokoh koordinasi semua komponen.

Komunikasi dalam organisasi biasanya ditandai oleh struktur yang menghubungkan antara jabatan-jabatan yang ada dalam organisasi tersebut. Berkaitan dengan hal tersebut, organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) yang merupakan satu diantara sekian banyak kelompok atau organisasi yang ada di daerah Kota Bandung. Perangkat yang ada secara umum dalam organisasi ini antara lain : pimpinan atau ketua dari *Exalt To Creativity* (XTC) sebagai top manajer yang mengkoordinir berjalanya organisasi dan yang kedua adalah para bawahan yaitu anggota-anggota dari *Exalt To Creativity* (XTC) sebagai pelaksana berjalanya program-program.

pemimpin di dalam organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) merupakan pengelola bagi yang di pimpinnya atau anggotanya. Sebagai pengelola, pemimpin memiliki dua fungsi kedalam dan keluar. Fungsi ke dalam, pemimpin melakukan fungsi-fungsi sebagai *educator*, manajer, administator dan *supervisor leader*, inovator dan monivator. Fungsi keluar, pemimpin membina hubungan yang baik dengan anggota-anggotanya dan pendengar setia untuk anggotanya jika ada keluhan atau masalah baik itu di dalam organisasi ataupun diluar organisasi. Pemimpin memerlukan masukan dan dukungan dari pihak lainnya dalam menyusun program yang relevan, untuk menciptakan kondisi itu maka pemimpin harus membangun komunikasi yang efektif. Sebaliknya anggota memberikan hal yang sama pula agar kedua-duanya berjalan sinergis menuju pencapaian cita-cita yang di harapkan.

Berdasarkan beberapa uraian diatas, ada satu hal yang menarik perhatian peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) di Kota Bandung

yakni, dengan bertransformasinya organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) ke arah yang lebih positif, ingin merubah stigma di masyarakat yang selama ini menganggap Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) geng motor mempunyai pengaruh negatif di masyarakat, dan alasan lainnya karena organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Bandung memiliki jumlah anggota yang sangat banyak, maka dari itu pengemasan pesan sangat berpengaruh demi berlangsungnya komunikasi yang efektif dalam lingkup organisasi, juga bertujuan agar pesan tersebut sampai kepada seluruh anggota secara menyeluruh. Salah satu contohnya pesan dapat dikemas dalam bentuk diskusi dan bulletin bulanan. Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) mampu mempertahankan eksistensinya sebagai suatu organisasi atau organisasi masyarakat yang kreatif dan mampu bertahan selama 33 tahun dengan adanya transformasi ke arah yang lebih baik hingga saat ini di Kota Bandung. Pola komunikasi pemimpin atau ketua terhadap anggota organisasi tentunya memiliki pengaruh yang cukup signifikan dalam upaya mempertahankan organisasi tersebut.

Komunikasi merupakan kebutuhan dasar manusia dalam menjalani kehidupannya. Kegiatan komunikasi ini berlangsung dari hari ke hari, dari waktu ke waktu, selama manusia hidup dan melakukan aktivitasnya. Jika kita mengamati di sekitar kita, maka kita akan melihat bahwa komunikasi merupakan aktivitas yang paling menonjol dalam suatu kehidupan bermasyarakat. Bahkan dapat dipastikan, di mana manusia hidup bersama-sama dengan orang lain maka di sana selalu ada kegiatan komunikasi, karena komunikasi merupakan kebutuhan hidup manusia.

Hartley dan Hartley dalam tulisan mereka "*The Importance and Nature of Communication, dalam Fundamental of Social Psychology*" (New York: Alfred A. Knopf, 2001) menyebut komunikasi sebagai suatu proses sosial yang bersifat mendasar (*Basic Social Process*). Jadi, proses komunikasi merupakan dasar dari segala apa yang disebut sosial (dalam arti kebersamaan aktivitas) dalam berfungsinya organisme yang hidup. Bagi manusia, proses kebersamaan tersebut merupakan sesuatu yang mendasar sifatnya, untuk : berkembangnya individu; terbentuk dan berkelanjutannya kelompok-kelompok manusia; serta untuk terlaksananya antarhubungan (interaksi) di antara sesama kelompok tersebut.

Komunikasi memegang peran penting dalam sebuah lembaga, perusahaan ataupun organisasi. Kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya sekedar menyampaikan pesan informasi tetapi juga mengandung unsur persuasif yakni agar orang lain bersedia menerima suatu pemahaman dan pengaruh maupun melakukan suatu perintah, bujukan dan sebagainya. Proses aliran informasi merupakan proses yang rumit sehingga membutuhkan mediator

sebagai pihak yang menjembatani penyampaian informasi sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antar anggota serta krisis informasi sesama anggota suatu organisasi.

Komunikasi organisasi sangat penting, karena sekarang ini banyak orang yang tertarik dan memberi perhatian kepadanya guna mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan tujuan organisasi. Sebuah organisasi dapat terbentuk karena dipengaruhi oleh beberapa aspek seperti penyatuan visi dan misi serta tujuan yang sama dengan perwujudan eksistensi sekelompok orang tersebut terhadap masyarakat. Organisasi yang dianggap baik adalah organisasi yang dapat diakui keberadaannya oleh masyarakat disekitarnya, karena memberikan kontribusi seperti; pengambilan sumber daya manusia dalam masyarakat sebagai anggota-anggotanya.

Berdasarkan literatur yang peneliti pelajari bahwa di dalam sebuah organisasi saling terjadi pertukaran pesan, dan pertukaran pesan tersebut dilakukan melalui pola komunikasi. Pola komunikasi merupakan proses komunikasi dalam menyampaikan sebuah pesan dari anggota satu kepada anggota lain didalam suatu organisasi. Organisasi Masyarakat *Exalt To Creativity* (XTC) melakukan suatu pola komunikasi untuk mempertahankan eksistensi organisasinya, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang baik.

Banyak hal yang mempengaruhi kemampuan suatu organisasi untuk terus bertahan dan berkembang. Secara umum, hal terpenting yang diperlukan adalah menciptakan saling pengertian dan kesepahaman terhadap hal-hal tertentu dalam organisasi. Untuk menumbuhkan saling pengertian dan kesepahaman tersebut, keberadaan komunikasi mutlak dibutuhkan. Bila komunikasi sebuah organisasi tidak efektif, bukan hanya tidak akan berkembang, tetapi organisasi tersebut akan hancur.

Komunikasi dalam organisasi tidak akan selamanya berjalan dengan mulus dan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan akan seringkali dijumpai dalam suatu organisasi seperti terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya atau antara atasan dengan bawahannya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi.

Melihat begitu pentingnya sebuah proses komunikasi dalam sebuah organisasi, maka peneliti tertarik untuk mengadakan penelitian guna mengetahui bagaimana membangun sebuah pola komunikasi yang baik antara pemimpin dan anggotanya dalam sebuah organisasi dalam mempertahankan eksistensi organisasinya tersebut, khususnya di Organisasi Masyarakat *Exalt To Creativity* (XTC).

2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti mengambil rumusan masalah pada dua bentuk pertanyaan yaitu, pertanyaan makro dan pertanyaan mikro. Pengertian dari pertanyaan makro adalah inti dari permasalahan yang peneliti ingin teliti, lalu pertanyaan mikro merupakan pertanyaan permasalahan yang berdasarkan teori sebagai landasan penelitian ini.

A. Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih dalam tentang bagaimana **Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung?**

B. Rumusan Masalah Mikro

1) Bagaimana **Arus Pesan** Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung?

2) Bagaimana **Hambatan** Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung?

3. Maksud dan Tujuan Penelitian

A. Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini untuk mengetahui Bagaimana Pola Komunikasi Ketua Organisasi Masyarakat *Exalt To Creativity* (XTC) Terhadap Anggotanya Untuk Mempertahankan Organisasinya Di Kota Bandung.

B. Tujuan Penelitian

1) Untuk mengetahui **Arus Pesan** Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya.
2) Untuk mengetahui **Hambatan** Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya

4. Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian ini dapat dilihat dari segi teoritis dan praktis, sebagai berikut :

A. Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi, secara umum dibandingkan kehumasan maupun secara khusus bagi peneliti, bagi universitas, dan bagi masyarakat.

B. Kegunaan Praktis

Adapun hasil penelitian bagi kegunaan praktis, diharapkan hasil penelitian ini menjadi:

1) **Bagi Peneliti**

   Penelitian ini berguna bagi peneliti sebagai aplikasi ilmu dan pengetahuan, yaitu mengkaji langsung studi deskriptif pola komunikasi organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) dalam mempertahankan eksistensi organisasinya chapter Kota Bandung.

2) **Bagi Universitas**

   Penelitian ini secara praktis diharapkan dapat berguna bagi mahasiswa/i Universitas Komputer Indonesia secara umum, terlebih mahasiswa/i fakultas ilmu sosial politik jurusan ilmu komunikasi konsentrasi kehumasan khusus yang dapat dijadikan sebagai literatur dan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

3) **Bagi Masyarakat**

   Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan dan pemahaman tentang pola komunikasi organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) dalam mempertahankan eksistensi organisasinya chapter Kota Bandung.

5. Tinjauan Pustaka

A. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan dengan pola komunikasi sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan peneliti. Dengan Demikian, peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan dalam penelitian ini. Berikut ini peneliti temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang peranan komunikasi interpersonal.

B. Tinjauan Tentang Komunikasi Organisasi

1). Definisi Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn mengatakan bahwa, “Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *Downward* atau komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi *Upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan,

komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program". (Masmuh, 2010 : 5)

Berbeda dengan R. Wayne Pace dan Don F. Faules (1998) mengklasifikasikan definisi komunikasi organisasi menjadi dua, yakni definisi fungsional dan definisi interpretatif. Definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. Sedangkan definisi interpretatif komunikasi organisasi cenderung menekankan pada kegiatan penanganan pesan yang terkandung dalam suatu batas organisasi. Dengan kata lain, definisi interpretatif komunikasi organisasi adalah proses penciptaan makna atas interaksi yang menciptakan, memelihara, dan mengubah organisasi. Jadi, perspektif interpretatif menekankan peranan "orang-orang" dan "proses" dalam menciptakan makna. Makna tersebut tidak hanya pada orang, namun juga dalam "transaksi" itu sendiri. Sifat terpenting komunikasi organisasi adalah penciptaan pesan, penafsiran, dan penanganan kegiatan anggota organisasi. (Masmuh, 2010:5)

Joseph A. Devito mendefinisikan komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi – di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri yang sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja didalam organisasi, produktifitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi. Komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada para anggotanya secara individual. (Masmuh, 2010:6)

2). Fungsi Komunikasi Organisasi

Dalam suatu organisasi, baik yang berorientasi komersil maupun sosial, aktivitas komunikasi melibatkan empat fungsi. Menurut Sasa Djuarsa Sendjaja dalam buku Teori Komunikasi (2007:4.8 – 4.10) yaitu:

1. Fungsi Informatif

   Dalam fungsi informatif organisasi dipandang sebagai suatu sistem pengelolaan informasi berupaya memperoleh informasi sebanyak-banyaknya dengan kualitas sebaik-baiknya dan tepat waktu. Informasi yang diperoleh oleh setiap orang dalam organisasi diharapkan akan

memperlancar pelaksanaan tugas masing-masing. Melalui penyebaran informasi ini, setiap orang didalam organisasi menjadi mengerti akan tata cara serta kebijaksanaan yang diterapkan pimpinan.

2. Fungsi Regulatif

   Fungsi regulatif berhubungan dengan peraturan-peraturan yang berlaku dalam suatu organisasi, ada dua hal yang berperan dalam fungsi ini, yaitu:

   a. Atasan atau orang-orang yang berada pada pucuk pimpinan (tatanan manajemen) adalah mereka yang memiliki kewenangan untuk mengendalikan informasi.
   b. Berhubungan dengan pesan regulatif pada dasarnya berorientasi pada kerja, artinya bawahan membutuhkan kepastian tata cara dara batasan mengenai pekerjaannya.

3. Fungsi Persuasif

   Fungsi persuasif lebih banyak dimanfaatkan oleh pihak pimpinan dalam sebuah organisasi dengan tujuan untuk memperoleh dukungan dari karyawan tanpa adanya unsur paksaan apalagi kekerasan. Dalam mengatur suatu organisasi, kekuasaan dan kewenangan tidak akan selalu membawa hasil sesuai dengan yang diharapkan. Adanya kenyataan ini, maka banyak pimpinan yang lebih suka untuk mempersuasi bawahannya daripada memberi perintah. Pekerjaaan yang dilakukan secara sukarela oleh karyawan akan menghasilkan kepedulian yang lebih besar dibandingkan jika pemimpin sering memperlihatkan kekuasaan dan kewenangannya.

4. Fungsi Integratif

   Untuk menjalankan fungsi integrasi, setiap organisasi berusaha untuk menyediakan saluran yang memungkinkan karyawan dapat melaksanakan tugas dan pekerjaan dengan baik.

3). Tujuan Komunikasi Organisasi

Pada dasarnya komunikasi organisasi bertujuan untuk mengetahui dan memahami proses, prinsip dan arus komunikasi yang ada didalam organisasi untuk mewujudkan tujuan organisasi. Seperti yang dikemukakan oleh para ahli berikut ini:

1. Memahami peristiwa komunikasi di dalam organisasi
2. Mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang berlangsung dalam organisasi baik arus komunikasi vertikal yang terdiri dari *downward communication dan upward communication serta komunikasi horizontal.* (Sinurat, 2010: 21)

Menurut R. Wayne. Pace dan Don F. Faules dalam bukunya "Komunikasi Organisasi" tujuan utama komunikasi organisasi yaitu memperbaiki organisasi yang

ditafsirkan sebagai memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, serta memperoleh hasil yang diinginkan.

4). Unsur-Unsur 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 tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sumber

   Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia, sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentuk kelompok, misalnya partai, organisasi, atau lembaga. Sumber sering disebut pengirim, komunikator atau dalam bahasa inggrisnya disebut *source, sender*, atau *encoder*.

b. Pesan

   Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message, content* atau *information*.

6. Desain Penelitian

Peneliti melakukan suatu penelitian dengan pendekatan secara kualitatif dimana untuk mengetahui dan mengamati segala hal yang menjadi ciri sesuatu hal. Menurut (David Williams, 1995) dalam buku Lexy Moleong menyatakan "Bahwa penelitian kualitatif adalah pengumpulan data pada suatu latar alamiah, dengan menggunakan metode alamiah, dan dilakukan oleh orang atau peneliti yang tertarik secara alamiah" (Moleong, 2007:5).

Adapun menurut penulis pada buku kualitatif lainnya, seperti yang diungkapkan oleh Denzin dan Lincoln (1987) dalam buku Lexy Moleong, menyatakan bahwa "penelitian kualitatif adalah penlitian yang menggunakan latar alamiah, dengan maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada" (Moleong, 2007:5).

Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti dalam melaksanakan penelitian ini yaitu metode penelitian deskriptif. Metode deskriptif menurut penjelasan Moh.Nazir (2000:63).adalah :

> "Metode deskriptif bertujuan untuk mendapatkan fakta secara cermat dan faktual mengenai fakta-fakta, sifat-sifat serta berhubungan antar fenomena yang diselidiki serta mengembanngkan atau memaparkan masalah dan mengadakan analisa yang didasarkan atas hasil pengamatan dari berbagai kejadian."

Metode deskriptif menurut Djalaludin Rakhmat (2002:22) adalah: "Metode deskriptif yaitu dengan cara mempelajari masalah-masalah dan tata cara yang berlaku dalam masyarakat, serta situasi-situasi tertentu dengan tujuan penelitian yaitu menggambarkan fenomena secara sistematis, fakta atau karakteristik, populasi tertentu atau bidanng tertentu secara faktual dan cermat."

Dengan kata lain penelitian deskriptif yaitu penelitian yang memusatkan perhatian kepada masalah-masalah sebagaimana adanya saat penelitian dilaksanakan, Dikatakan deskriptif karena bertujuan memperoleh pemaparan yang objektif khususnya mengenai Pola komunikasi organisasi dalam mempertahankan organisasinya di Kota Bandung.

7. Informan Penelitian

A. Teknik Penentuan Informan

Teknik yang digunakan dalam penelitian kualitatif ini adalah teknik purposive sample, (teknik sampel bertujuan) karena sampel yang diambil relatif kecil dengan pertimbangan tertentu sesuai dengan tujuan penelitian ini. **Purposive sampling** adalah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu. (Sugiyono, 2012: 53-54).

Oleh karena peneliti menentukan kriteria dasar dari orang-orang yang akan peneliti pilih untuk menjadi informan dalam penelitian ini. Informan tersebut adalah Organisasi Masyarakat XTC kota Bandung ditinjau dari pola komunikasi. Adanya kesulitan yang peneliti rasakan untuk mendapatkan mencari waktu yang tepat untuk informan membuat peneliti memutuskan untuk menjadikan beberapa orang anggota Organisasi Masyarakat XTC kota Bandung sebagai informan dalam penelitian ini.

8. Hasil Penelitian

Pada bab ini, peneliti akan menguraikan hasil penelitian di lapangan yang disesuaikan berdasarkan judul yang diangkat yaitu mengenai pola komunikasi Organisasi *Exalt To*

Creativity (XTC) Chapter Kota Bandung. Data-data yang diperoleh disesuaikan berdasarkan tema yang diangkat tercantum dalam rumusan mikro tentang pola komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung. Peneliti melaksanakan proses penelitian dimulai sejak Maret 2016 sampai dengan bulan Juni 2016. Agar penelitian ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan informan untuk melihat langsung bagaimana Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung, dan agar dapat dipahami secara komprehensif maka disini peneliti menguraikan dalam rumusan mikro yaitu, arus pesan dan hambatan pola komunikasi.

Dalam hasil penelitian dan untuk membahas hasil penelitian ini, peneliti membutuhkan informan, adapun informan utamanya adalah Dicky Beje dan Reza Polo sebagai ketua dan Wakil Ketua, serta untuk memperkuat data yang diperoleh di lapangan maka peneliti mewawancarai anggota organisasi tersebut sebagai informan pendukung. Keseluruhan pemilihan informan tersebut dilakukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*.

Tahap analisis, yang dilakukan peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk mewawancarai, pengumpulan data, dan analisis data untuk dapat mengetahui bagaimana data yang diberikan oleh informan, dalam pengumpulan data tersebut, peneliti menggunakan beberapa tahap yang telah disusun terlebih dahulu sebelum melakukan penelitian, adapun tahapan dalam penelitian ini adalah: Pertama, melakukan observasi terlebih dahulu yaitu pada tanggal 1 Mei 2016 peneliti mewawancarai langsung ketua, wakil ketua dan anggota organisasi tersebut. Kedua, menyusun *draft* pertanyaan wawancara berdasarkan kebutuhan yang akan ditanyakan pada informan kunci dan informan pendukung. Ketiga, melakukan wawancara mendalam kepada Dicky Beje dan Reza Polo sebagai informan kunci, serta para anggota yang telah terpilih menjadi informan pendukung. Selain melakukan wawancara peneliti juga berkesempatan mendokumentasikan hasil kegiatan wawancara berupa foto pada saat melakukan wawancara. Keempat, memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada informan. Kelima, mendeskripsikan data hasil wawancara dan keenam, menganalisis hasil data wawancara.

Logo XTC Kota Bandung



Arti logo XTC yaitu di dalam logo tersebut terdapat segi enam, lebah yang ada di dalam segienamnya dan ada nama atau tulisan XTC, di dalam tulisan itu ada gambar salju dimana setiap ulang tahun XTC di tanggal 31 Desember mereka merekrut orang-orang yang mau masuk XTC, dan untuk lebahnya sendiri karena lebah itu memiliki filosopi yang sangat baik dimana lebah itu berarti jika kumpul harus mendapatkan manfaat seperti lebah yang mencari madu dan XTC juga dimana mereka berkumpul disana juga harus memberikan manfaat. Menurut mereka lebah itu adalah makhluk yang kompak, mereka akan memburu siapa saja yang mengusiknya atau mengganggunya walaupun resikonya adalah mati setelah menyengat musuhnya. Di Kota Bandung sekarang sudah tidak ada keributan karena mereka menjalin komunikasi yang baik dengan organisasi-organisasi yang lain apalagi mantan musuh mereka seperti GBR, BRIGEZ selalu ada komunikasi yang baik untuk memuat kinerja kegiatan bersama juga.

9. Pembahasan

Telah dibahas pada metode penelitian dalam bab sebelumnya, bahwa penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif, dengan judul penelitian Pola Komunikasi Organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung**.** Komunikasi merupakan proses penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan media tertentu dengan maksud agar komunikan memiliki pemikiran yang serupa dengan yang dimaksudkan oleh komunikator. Bentuk komunikasi yang terjadi di dalam organisasi yaitu bentuk komunikasi organisasi. Sesuai dengan pendapat Redding dan Sanborn, mereka mendefinisikan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Maksud organisasi yang kompleks di sini yaitu sebuah organisasi yang di dalamnya terdapat struktur organisasi yang terdiri dari Ketua, Wakil Ketua, Sekretaris, Bendahara, serta divisi-divisi yang ada di bawahnya. Jadi,

komunikasi organisasi itu adalah kegiatan pengiriman dan penerimaan informasi yang dilakukan oleh ketua dengan anggota ataupun sebaliknya dengan tujuan untuk menyamakan sebuah pengertian. Komunikasi organisasi terjadi di XTC karena XTC merupakan sebuah organisasi yang di dalamnya terdiri dari sekumpulan anak muda yang masih aktif di dalam organisasi. XTC membuat organisasi karena sudah mengubah perilaku negatifnya ke hal-hal yang positif. Tujuan dibuatnya organisasi ini yaitu supaya para anggota lebih terorganisir. XTC adalah sebuah organisasi bukan Geng motor lagi, karena mereka tidak hanya fokus tehadap organisasi tetapi lebih menekankan pada pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menekankan pada realitas sosial. Seperti yang dikemukakan oleh ketua "kepada anggota XTC Kota Bandung kalau ketemu aku biasa aja saling berkomunikasi dan memberikan informasi." (Hadiyanto, 2008:66)

Jadi mereka lebih menekankan pada kegiatan-kegiatan positif yang berguna bagi anggota maupun lingkungan sekitar. Hal tersebut jelas memperlihatkan bahwa organisasi ini sangat berbeda dengan organisasi lain yang ada di Kota Bandung.

A. Arus Pesan Komunikasi Organisasi

Arus pesan merupakan sebuah batasan dalam komunikasi organisasi yang sifatnya saling bergantung satu sama lain. Arus pesan terdiri dari arus komunikasi vertikal *(upward communication dan downward communication)*, arus komunikasi horizontal dan arus komunikasi diagonal.

B. Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Hambatan sering dijumpai ketika berkomunikasi, termasuk berkomunikasi di dalam suatu organisasi. Komunikasi yang dilakukan tidak selalu sesuai dengan yang diharapkan karena suasana hati seseorang tidak selalu sama, hambatan pun tidak dapat dihindari yang pada akhirnya akan terjadi salah pengertian di antara anggota. Ada beberapa hambatan dalam komunikasi yang dapat mengakibatkan pesan yang disampaikan tidak sesuai dengan yang diharapkan. Ada hambatan manipulasi, perasaan selektif, perasaan dan bahasa. Hambatan-hambatan tersebut berpengaruh pada penerimaan pesan. XTC Kota Bandung sendiri tidak dapat menghindari hambatan-hambatan tersebut, misalnya memanipulasi informasi dengan alasan untuk menghindari keributan dan tidak ingin anggotanya terlibat masalah. Hambatan berikutnya yaitu berupa perasaan selektif, dimana perasaan selektif ini dapat dilatarbelakangi oleh beberapa hal, seperti: pengalaman, melihat, mendengar, pengetahuan, dan motivasi. Hal-hal tersebut merupakan penghambat dalam penyampaian informasi, karena apa yang disampaikan oleh komunikator belum tentu diterima dengan baik oleh komunikan.

Organisasi XTC sendiri, perasaan selektif tersebut memang menjadi penghambat, khususnya pada suatu kegiatan.

10. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisa dari bab sebelumnya, maka peneliti menarik simpulan sebagai berikut:

1. Arus pesan

   Penelitian ini ingin mengetahui arus pesan yang terjadi dalam organisasi *Exalt To Creativity* (XTC) Chapter Kota Bandung. Arus pesan dalam organisasi ini dilakukan dari bawah ke atas, dari atas ke bawah, dari yang sama tingkatan, dan dari orang-orang yang menempati bagian fungsional yang berbeda.

2. Hambatan Komunikasi

   Hambatan-hambatan tersebut antara lain: terkait komunikasi internal organisasi XTC ini sendiri, yaitu sering adanya *miss*-komunikasi antar anggota, adanya juga informasi yang tidak akurat yaitu yang tidak sesuai dengan apa yang diinformasikan dari yang menyampaikan informasi sehingga kerap kali hambatan-hambatan tersebut dapat menyebabkan kesalahpahaman kepada yang diberikan informasi.

3. Pola komunikasi.

   Pola komunikasi yang dilakukan organisasi xtc chapter kota Bandung sudah sesuai berdasarkan pengertian Syaiful Bahri yang mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

11. Saran

Sebuah penelitian, seorang peneliti harus mampu memberikan suatu masukan berupa saran-saran yang bermanfaat yang berkaitan dengan penelitian ini. Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini adalah:

A. Saran Bagi XTC Kota Bandung

Agar sub kelompok XTC Kota Bandung tidak terlalu banyak dan ketua tidak terlalu sulit dalam mengontrol seluruh anggota, maka sebaiknya sub-sub kelompok XTC Kota Bandung ini dijadikan satu kesatuan yaitu XTC Kota Bandung. Untuk mempermudah mendapatkan segala informasi tentang XTC maka sebaiknya harus terjaga komunikasi antara ketua dan anggota. Untuk seluruh anggota, sebaiknya lebih

sering mengupdate informasi kepada ketua ataupun pengurus XTC Kota Bandung yang sudah ada, supaya masyarakat luar organisasi dapat mengikuti seluruh informasi yang ada didalam XTC Kota Bandung. Hilangkan jarak antara senior dan junior dengan cara mengadakan sebuah kegiatan rutin bulanan, agar komunikasi selalu terjalin.

B. Saran Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti yang akan melakukan penelitian selanjutnya, disarankan untuk mencari dan membaca referensi lain lebih banyak lagi sehingga hasil penelitian selanjutnya akan semakiin baik serta dapat memperoleh ilmu pengetahuan yang baru.

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya yakni dalam program studi ilmu komunikasi.

Daftar Pustaka

Arni, Muhamad. *Komunikasi Organisasi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta, 2005

Bungin, Burhan. 2001. Metodelogi Penelitian Kualitatif. Jakarta: PT Raja Grapindo Persada.

Dovito, Joseph A. 2000 Komunikasi Antar manusia: Kuliah Dasar. Edisi Kelima Penerjemah. Agus Maulana. Jakarta: Profesional Books.

Effendi, Onong Uchjana, 2003 *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi.* Bandung : PT. Citra Aditya Bakti.

Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek.* Cetakan Ke-sepuluh. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya.

Effendy, Uchjana Onong. 2004. Ilmu Komunikasi Teori dan Prkatek. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Fajar, Marhaeni. 2009. Ilmu komunikasi: Teori & Praktek. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Littlejhon.W, Stephen. 2009. Theories of Human Communication. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. 2003. *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru IlmuKomunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Morissan. 2009. Teori Komunikasi Organisasi. Bandung : Ghalia Indonesia.

Masmuh, Abdullah. 2010. Komunikasi Organisasi dalam Perspektif Teori dan Praktek. Malang : Universitas Muhammadiyah Malang.

Moleong, Lexy. 2007. Metode Penelitian Kualitatif, Remaja Rosda Karya, Bandung

Muhammad, Arni. 2001. Komunikasi Organisasi. Jakarta : PT. Bumi Aksara.

Mulyana, Deddy. 2001. Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya

Mulyana, Deddy. dan Solatun. 2008. Metode Penelitian Komunikasi: Contoh-contoh Penelitian Kualitatif dengan Pendekatan Praktis. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Nazir, M. 2001. *Metode Penelitian*. Penerbit Balai Aksara :Jakarta.

Onong Uchjana. 2009. Komunikasi teori dan praktek. Bandung : PT Remaja Rosdakarya.

Pawito. 2007. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Jogjakarta: Lkis

Rakhmat, Jalaludin. 2000. *Metode Penelitian Komunikasi.* PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Rakhmat Jalaludin. 2002. Metode penelitian komunikasi. Bandung: PT Remaja Rosdakarya, Bandung.

Sugiono. 2005 memahami penelitian kualitatif alphabeta. Bandung

Wiryanto. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi.* PT. Grasindo, Jakarta.