BAB I

PENDAHULUAN

1.1. 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).

1.2. 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.

1.2.1. 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?**

1.2.2. 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?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 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.

1.3.2 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

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1.4.1 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.

1.4.2 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.