BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar belakang masalah

Terbitnya kembali Mahasiswa Indonesia di bulan Mei 2014, oleh suatu kelompok generasi baru mahasiswa, mungkin bisa disebutkan sebagai dimasukinya fase keempat. Lahir kembali. Meski, hubungan yang ada antara Mahasiswa Indonesia (1966-1974) dengan Mahasiswa Indonesia 2014 hanyalah suatu benang merah kesamaan idealisme dasar gerakan mahasiswa tentang kebenaran dan keadilan.

Untuk berinteraksi dengan sesama anggota yang lainnya agar terciptanya rasa solid Media Mahasiswa Indonesia dapat berlangsung secara silih berganti dimana setiap anggota menyampaikan pesan untuk disampaikan kepada anggota Media Mahasiswa Indonesia lainnya, agar mampu menciptakan suatu komunikasi yang kondusif. Akan tetapi banyaknya permasalahan di dalam organisasi Media Mahasiswa Indonesia dilatarbelakangi oleh rasa ketidaknyamanan setiap anggotanya.

Berawal dari beberapa anggota organisasi Media Mahasiswa Indonesia dari UIN, UNIKOM dan UNJANI yang sering berhalangan hadir dalam rapat redaksi karena terhalang oleh aktifitas organisasi internal kampus masing-masing. Sehingga dari kasus diatas penulis menyimpulkan bahwa itu adalah penyebab tidak adanya solidaritas antar angota dari

beberapa kampus karena dipengaruhi oleh jarak sehingga waktu berkumpul dan berkomunikasi menjadi tidak efektif.

Penulis juga menemukan kasus lain yang menjadi permasalahan dalam organisasi Media Mahasiswa Indonesia yaitu minimnya tulisan yang masuk untuk cetakan majalah Media Mahasiswa Indonesia, hal ini disebabkan para wartawan MI banyak yang tidak menulis dan mengumpulkan tulisannya tepat waktu. Isi berita yang ada dalam cetakan majalah setiap bulannya selalu kurang. dan kasus kurangnya bahan berita untuk cetakan majalah adalah kasus yang sering terjadi dalam organisasi Media Mahasiswa Indonesia.

Seperti yang dijelaskan oleh Martin Yahya sebagai Wakil Pimpinan Umum Media Mahasiswa Indonesia saat ditemui di Gedung Indonesia Menggugat (GIM) pada saat rapar redaksi MI (13/04), bahwa:

> "Dalam prosesnya MI berjalan dengan semangat dari para anggotanya. Awalnya MI berdiri kembali hanya melibatkan tiga kampus saja, yang pada kenyataanya hal tersebut tidak membuat hubungan antar anggota tidak solid karena memang anggotanya masih dalam cakupan tiga universitas yang berbeda, nah ada hal yang menarik saya lihat sebagai wakil PU ketika ketika organisasi ini mulai besar dan dikenal, dan MI melakukan *open recruitment* anggota baru, yang ternyata respon mahasiswa yang ingin bergabung menjadi anggota sangat banyak, setelah selesai melakukan *open recruitment* anggota dalam organisasi ini mulai heterogen yaitu mulai banyak universitas yang diwakili anggotanya, dan pada saat berjalan kita mengalami kesulitan untuk langsung mengakrabkan para anggota yang baru dan yang lama dengan latar belakang universitas yang berbeda. Kita menyadari hal tersebut maka dari itu kami selaku jajaran pengurus organisasi melakukan beberapa langkah untuk mendekatkan secara komunikasi dengan para anggota, komunikasi dalam organisasi ini kita coba buat perencanaan yang tepat, namun ternyata tidak mudah

> untuk langsung merubah keadaan tersebut, banyak hambatan-hambatan yang kita temui, yang paling berpengaruh adalah semangat para anggota untuk mau aktif berkontribusi, kita sadari bahwa kita adalah organisasi yang menuntut anggotanya untuk aktif dan diberikan tugas-tugas redaksi, hal ini menurut saya tidak semua anggota memiliki semangat yang besar untuk itu, karena memang dibutuhkan semangat yang besar untuk berkontribusi dalam MI, belum lagi kegiatan kawan-kawan mahasiswa yang sangat padat tentunya mereka harus membagi, mungkin hal tersebut juga yang kadang menjadi dilema para anggota untuk meluangkan waktu antara organisasi dengan kuliah". (Wawancara Martin Yahya, 13 April 2016)

Media Mahasiswa Indonesia melakukan suatu komunikasi organisasi untuk menumbuhkan solidaritas organisasinya, karena dengan menjalin suatu hubungan yang baik dan solid diperlukan komunikasi yang efektif agar Media Mahasiswa Indonesia ini bisa menumbuhkan solidaritas mereka. Akan tetapi proses komunikasi yang dibentuk oleh organisasi Media Mahasiswa Indonesia dengan agenda rapat rutin setiap minggunya tidak berjalan dengan baik dikarenakan kurangnya partisipasi dari beberapa anggota MI untuk datang pada agenda rapat rutin tersebut yang mengakibatkan proses komunikasi berjalan tidak efektif, sehingga untuk membentuk rasa solid antar anggotanya membutuhkan proses komunikasi yang efektif.

Mengapa proses komunikasi penting dalam suatu organisasi? Pertanyaan ini kerap dilontarkan oleh mereka yang perhatian terhadap kajian fenomena komunikasi maupun mereka yang tertarik pada gejala-gejala keorganisasian. Dalam kenyataan masalah komunikasi senantiasa muncul dalam proses pengorganisasian. Komunikasi mempunyai andil membangun iklim organisasi, yang berdampak kepada membangun

budaya organisasi, yaitu nilai dan kepercayaan yang menjadi titik pusat organisasi. Tujuan komunikasi dalam proses organisasi tidak lain dalam rangka membentuk saling pengertian *(mutual understanding)*.

Peran penting komunikasi sangat diperlukan pada sebuah organisasi. Dengan adanya komunikasi, sebuah organisasi dapat berjalan dengan baik sesuai aturan-aturan yang berlaku dalam organisasi itu sendiri. Komunikasi yang terjalin secara baik dalam sebuah organisasi dapat menambah keharmonisan hubungan antara anggota-anggota dalam sebuah organisasi itu sendiri yang pada akhirnya dapat menumbuhkan solidaritas serta keutuhan anggota-anggota yang ada dalam naungan sebuah organisasi tersebut agar terus bertahan dan memperkokoh organisasinya. Keberhasilan, keutuhan serta jalinan erat antara sesama anggota organisasi didukung penuh oleh sebuah komunikasi, artinya komunikasi sangat berperan penting dalam kemajuan organisasi itu sendiri. "Organisasi adalah sebuah kelompok individu yang diorganisasikan untuk mencapai tujuan tertentu". (Wiryanto, 2004 : 52).

Menurut Goldbaher (1979:14) yang dikutip dari buku R.Wayne Pace & Don F. Faules (1993) editor Deddy Mulyana (2006:201) 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 organisasi dapat ditentukan oleh

jabatan dan peranan yang ditetapkan bagi jabatan tersebut. Ini memberi struktur dan stabilitasi kepada organisasi tersebut.

Komunikasi organisasi menurut Persepsi Redding dan Sanborn (Masmuh, 2010 : 5) adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk bidang ini merupakan :

a. Komunikasi internal
b. Hubungan manusia
c. Hubungan persatuan pengelola
d. Komunikasi downward (komunikasi dari atasan kepada bawahan)
e. Komunikasi upward (komunikasi dari bawahan kepada atasan)
f. Komunikasi horizontal (komunikasi dari orang-orang yang sama tingkatnya dalam organisasi) keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan evaluasi program.

Berdasarkan pengertian-pengertian komunikasi organisasi tersebut, dapat diketahui bahwa komunikasi memiliki peranan penting dalam sebuah organisasi. Komunikasi dapat memelihara keutuhan organisasi, mengembangkan organisasi, serta memberikan aturan – aturan yang harus ditaati dalam sebuah organisasi.

”Komunikasi organisasi *(organizational communication)* terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan juga informal, dan berlangsung dalam suatu jaringan yang lebih besar daripada komunikasi kelompok. Komunikasi organisasi seringkali melibatkan juga komunikasi diadik,

komunikasi antarpribadi dan adakalanya juga komunikasi publik. Komunikasi Formal adalah komunikasi menurut struktur organisasi, yakni komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, dan komunikasi horizontal, sedangkan komunikasi informal tidak bergantung pada struktur organisasi, seperti komunikasi antarsejawat, juga termasuk gosip ". (Mulyana, 2005 : 75).

Organisasi adalah sebuah wadah yang menampung orang-orang dalam organisasi yang berusaha mencapai tujuan bersama. Menurut Paul Preston dan Thomas Zimmerer yang dimaksud organisasi adalah sekumpulan orang-orang yang disusun dalam kelompok-kelompok, yang bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama. Manusia membentuk sebuah organisasi karena ingin bekerjasama dengan manusia yang lain untuk memiliki tujuan yang sama.

Ada beberapa arus komunikasi yang berlangsung dalam komunikasi organisasi, yaitu arus komunikasi vertikal yang terdiri dari atas kebawah *(downward communication)* dan arus komunikasi dari bawah ke atas *(upward communication)* serta arus komunikasi yang berlangsung antara dan diantara bagian dalam tingkatan yang sama. Arus komunikasi ini dikenal dengan nama komunikasi horizontal. Dan komunikasi diagonal, komunikasi dalam organisasi antara seseorang dengan lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya. Komunikasi diagonal tidak menunjukkan kekakuan sebagaimana dalam komunikasi vertikal, tetapi tidak juga menunjukkan keakraban sebagaimana dalam komunikasi

horizontal. Dilain hal komunikasi diagonal kadang terjadi menyimpang dari jalur prosedur birokrasi, misal seorang pegawai suatu unit mengeluhkan masalah pekerjaan kepada kepala unit lain.

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.

Organisasi adalah sekumpulan orang atau individu yang terorganisir, dengan kesamaan kegiatan dan tujuan yang sama. Maka, imbasnya tujuan organisasi hendaknya ditentukan bersama-sama. Sebagai titik awal dalam membangun organisasi. Hal ini, sangat ditentukan oleh individu-individu yang ada dalam organisasi itu sendiri. Oleh karena itu, yang harus dimiliki individu-individu dalam organisasi adalah adanya sebuah ikatan sosial diantara mereka yang diharapkan akan menimbulkan rasa kepemilikan dan kepedulian individu pada organisasi yang telah didirikan.

Untuk membangun ikatan sosial, dibutuhkan sebuah kesadaran pada masing-masing individu yang didasari atas masalah dan kebutuhan bersama. Ujungnya, diharapkan akan ada gerakan bersama untuk memecahkan masalah dan memenuhi kebutuhan bersama, yang pada

gilirannya akan terbentuk solidaritas dalam kelompok tersebut. Solidaritas pada masing-masing individu ini, akan menjadi suatu ikatan tanggung jawab dalam organisasi. Tanggung jawab dalam arti sederhana bisa dianalogikan sebagai saat dimana dalam sebuah organisasi itu ada individu yang sakit, maka individu yang lain ikut merasakannya. Apabila organisasi yang dibentuk sudah mencapai tingkat kesadaran tersebut, organisasi ini akan dapat berkembang dan bisa memecahkan masalah-masalah anggotanya.

Proses komunikasi adalah bagaimana komunikator menyampaikan pesan kepada komunikannya, sehingga dapat menciptakan suatu persamaan makna antara komunikan dengan komunikatornya. Proses komunikasi ini bertujuan untuk menciptakan komunikasi yang efektif (sesuai dengan tujuan komunikasi pada umumnya). Proses komunikasi termasuk juga suatu proses penyampaian informasi dari satu pihak ke pihak lain dimana seseorang atau beberapa orang, kelompok, organisasi dan masyarakat menciptakan dan menggunakan informasi agar terhubung dengan lingkungan dan orang lain.

Dalam buku Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek karangan Prof. Drs Onong Uchajana Effendy, M. A menjelaskan tentang proses komunikasi. Dimana untuk melakukan sebuah proses komunikasi dibagi menjadi 2 tahap yaitu :

1. Proses Komunikasi Secara Primer

> "Adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang *(symbol)* sebagai media."

2. Proses Komunikasi Secara Sekunder

> "Proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama." (Effendy, 2004:11 & 16)

Sebuah interaksi manusia yang dilakukan tentunya diawali dengan tindakan komunikasi dan pada dasarnya, komunikasi meliputi berbagai proses, yakni proses komunikasi primer dan proses komunikasi sekunder. Proses komunikasi primer berlaku tanpa alat, yaitu secara langsung atau tatap muka dengan menggunakan bahasa, gerakan yang diberi arti khusus, aba-aba dan sebagainya. Sedangkan proses komunikasi sekunder, berlaku dengan menggunakan alat agar dapat melipatgandakan jumlah penerima pesan, yang berarti pula mengatasi hambatan-hambatan geografis (berupa radio, televisi), serta hambatan waktu (berupa telepon).

Komunikasi berlangsung untuk menjalin hubungan antar individu, individu dengan kelompok, dan kelompok dengan kelompok. 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.

Komunikasi menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana yaitu proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu

penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka.(Mulyana, 2001:62).

Komunikasi menurut Gerald R. Miller, terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima."(Mulyana, 2001:62)

Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita mampu menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Secara teoritis, kita mengenal beragam tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks dimana komunikasi tersebut dilakukan, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Jika di lihat dari beberapa konteks komunikasi di atas, konteks komunikasi yang berhubungan atau sesuai dengan penelitian ini adalah komunikasi organisasi.

Dari latar belakang tersebut, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **"Bagaimana Proses Komunikasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?".**

1.2 Rumusan Masalah

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Berdasarkan penjelasan yang telah dikemukakan di atas, maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut :

"Bagaimana Proses Komunikasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya ?"

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Pada penelitian ini, penulis merinci secara jelas dan tegas dari fokus pada rumusan masalah yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih, yakni :

1. Bagaimana cara **komuikator** melakukan penyampaian pesan kepada anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
2. Bagaimana isi **pesan** yang disampaikan anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
3. Bagaimana **media** yang digunakan anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
4. Bagaimana cara **komunikan** menerima pesan dari anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?

5. Bagaimana **efek** yang ditimbulkan Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini pun memiliki maksud dan tujuan yang menjadi bagian dari penelitian sebagai ranah kedepannya, adapun maksud dan tujuannya sebagai berikut:

1.3.1 Maksud Penelitian

Adapun maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih jelas lagi tentang : **"Proses Komunikasi Media Mahasiswa Indonesia dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya."**

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui cara **komuikator** melakukan penyampaian pesan kepada anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
2. Untuk mengetahui **isi pesan** yang disampaikan anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?

3. Untuk mengetahui **media** yang digunakan anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
4. Untuk mengetahui bentuk pesan yang diterima oleh **komunikan** dari anggota Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?
5. Untuk mengetahui **efek** yang ditimbulkan Organisasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya?

1.4 Kegunaan Penelitian

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

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis penulis berharap agar penelitian ini dapat menjadi bahan pengembangan ilmiah terutama bagi Ilmu Komunikasi khususnya mengenai proses komunikasi.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Adapun kegunaan penelitian ini secara praktis, diharapkan bisa memberikan suatu masukan atau referensi tambahan yang dapat diaplikasikan dan menjadi pertimbangan.

Kegunaan secara praktis pada penelitian ini, sebagai berikut:

1.4.2.1 Kegunaan Bagi Peneliti

Dapat dijadikan bahan referensi sebuah pengetahuan dan pengalaman serta penerapan ilmu yang diperoleh peneliti selama studi secara teoritis. Dalam hal ini khususnya mengenai Proses komunikasi Media Mahasiswa Indonesia Dalam Menumbuhkan Solidaritas Antar Anggotanya

1.4.2.2 Kegunaan Bagi Akademik

Secara praktis penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa UNIKOM (Universitas Komputer Indonesia) secara umum, dan mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi secara khusus yang dapat dijadikan sebagai literatur dan referensi tambahan terutama bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.

1.4.2.3 Kegunaan Bagi Media Mahasiswa Indonesia

Dapat dijadikan sebagai bahan Infrormasi dan evaluasi bagi organisasi Media Mahasiswa Indonesia terutama mengenai proses komunikasi dalam menumbuhkan solidaritas dalam organisasi tersebut.