BAB IV

ANALISIS DATA

Analisis data menurut Moleong ialah suatu proses pengorganisasian dan mengurutkan data ke dalam pola kategori dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.[1]

Dalam penelitian kualitatif, analisis data merupakan tahap yang bermanfaat untuk menelaah data yang telah diperoleh dari beberapa informan yang telah dipilih selama penelitian berlangsung. Selain itu bermanfaat untuk mengecek kebenaran dari setiap data yang diperoleh apakah valid atau tidak. Analisis data ini telah dilakukan sejak awal penelitian dan bersamaan dengan proses pengumpulan data di lapangan. Dalam menggunakan analisis ini telah mampu mengkonfirmasi data dengan suatu teori, dan bisa mencakup setiap permasalahan yang di teliti. Analisis ini menggunakan metode analisis induktif mengembangkan suatu teori dari data tersebut.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk melihat kondisi alami dari suatu fenomena. Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau perilaku yang diamati. Penelitian ini berjudul Komunikasi Penyebaran Marhaenisme Yang dilakukan Organisasi GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) Di Surabaya Untuk Menjaga Eksistensi Ideologi.

[1] Lexy J. Moleong, *Metodelogi Penelitian Kualitatif,* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2002), hlm 318

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

A. **Temuan Penelitian**

Manusia sebagai pribadi maupun mahluk sosial akan saling berkomunikasi dan saling mempengaruhi satu sama lain dalam hubungan yang beraneka ragam, dengan gaya dan cara yang berbeda. Salah satu unsur untuk berkomunikasi yakni untuk menyatakan dan mendukung identitas-diri, untuk membangun kontak sosial dengan orang diser , dan untuk mempengaruhi orang lain, merasa, berfikir, atau berperilaku seperti yang inginkan[2].

Mengenai organisasi, salah satu definisi menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupa mencapai tujuan yang ditetapkan. Dengan landasan konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang diuraikan, komunikasi organisasi menurut Gold Halber yaitu arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungann saling bergantung satu sama lain (*the flow of message within a network of interdependent relationship*)

Kemudian dalam segi kinerja kepengurusan, kepengurusan GMNI sangat terorganisir. Ini bisa dilihat dari kedekatan pengurus-pengurus GMNI dengan pejabat-pejabat tinggi pemerintah, padahal notabene pengurus GMNI merupakan mahasiswa yang masih dianggap bau kencur (masih bisa dikatakan dalam sesi pembelajaran masalah politik) jika dibandingkan dengan pejabat-pejabat tinggi pemerintah.

Kemudian dari segi pergerakan itu sendiri. Pergerakan GMNI lebih tepat sasaran dan lebih menjiwai akan tujuan organisasi itu sendiri. Dan dari segi

[2] Dedi Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, (Bandung: PT. Remaja Rosda Karya. 2009), hal.4

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

perekrutan anggota baru, GMNI lebih mengedepankan pendekatan personal dan emosional serta tidak ada pemaksaan bagi calon anggota baru yang akan masuk ke dalam organisasi tersebut. Begitu juga tidak ada paksaan untuk mempelajari serta mengamalkan ideologi Marhaenisme yang menjadi dasar dari ideologi GMNI. Ini semua menurut pengalaman pribadi peneliti.

Dalam berkomunikasi atau penyampaian pesan ideologi Marhaenisme dari pengurus GMNI kepada semua anggotanya termasuk dalam pengklasifikasian pesan komunikasi organisasi dari berbagai variabel yakni dari variabel penerima, variabel hubungan, variabel tujuan dari pesan, variabel penerima dan variabel berdasarkan metode difusi.[3]

Pengklasifikasian pesan berdasarkan variabel hubungan. Berdasarkan hubungan ini pesan dapat diklasifikasikan atas komunikasi *dyadic* atau komuunikasi diantara dua orang, komunikasi kelompok dan komunikasi publik untuk banyak orang.

Pengklasifikasian pesan berdasarkan variabel tujuan dari pesan. Berdasarkan tujuan pesan ini, komunikasi dapat dibedakan komunikasi untuk pemeliharaan, komunikasi untuk tugas, komunikasi untuk tujuan kemanusiaan dan komunikasi untuk pembaruan.

Pengklasifikasian pesan berdasarkan variabel penerima. Berdasarkan penerima pesan, komunikasi dapat diklasifikasikan atas komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Komunikasi internal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada anggota dalam suatu organisasi. Sedangkan komunikasi

[3] Arni Muhammad, *KOMUNIKASI ORGANISASI* , Bumi Aksara, hlm.97

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

eksternal adalah komunikasi yang dikirimkan kepada orang yang diluar suatu organisasi. Dengan kata lain komunikasi internal penerima pesan adalah orang dalam organisasi sedangkan komunikasi eksternal penerima pesan adalah orang diluar organisasi.

Pengklasifikasian pesan berdasarkan variabel metode difusi. Berdasarkan variabel ini, komunikasi dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan tulisan serta komunikasi dengan menggunakan perangkat keras atau menggunakan peralatan elektronik, seperti komunikasi melalui telepon, radio, televisi dan sebagainya.

Dari penjelasan diatas, penelitian yang berjudul Komunikasi penyebaran Marhaenisme yang dilakukan organisasi GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) di Surabaya untuk menjaga eksistensi Ideologi ini, peneliti mengambil beberapa poin dari rumusan masalah yang ada yakni "Bagaimana cara komunikasi penyebarluasan ideologi Marhaenisme pada mahasiswa baru dan masyarakat oleh GMNI di Surabaya?". Berikut jawaban dari rumusan masalah yang telah peneliti analisis :

1. Tidak bertemu secara langsung

   Saat berkomunikasi dengan anggotanya para pengurus tidak salingg bertemu melainkan melalui media atau lebih jelasnya melalui media social seperti BBM. Proses komunikasi dengan menggunakan channel atau bermedia yang dilakukan terdapat efek didalamnya,yaitu komunikasi yang mereka lakukan tetap berlangsung walaupun hanya melalui media social. Meskipun yang mereka bicarakan adalah bukan hanya masalah GMNI atau

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

formal melainkan juga berinteraksi antar sesame teman dalam artian hanya ingin mengajak bertemu dalam artian hanya sekedar ingin *cangkruk'an*.

Media sosial juga menjadi kunci informasi atau komunikasi mereka antara pengurus dengan pengurus atau pengurus dengan anggota. Karena dari GMNI Surabaya ini baik pengurus ataupun anggota berasal dari kampus yang berbeda. Dan untuk komunikasi nya mereka adalah hanya komunikasi biasa teman antar teman atau komunikasi untuk menyebarkan bahwa akan adanya kegiatan atau rapat. Di dunia era modern seperti saat ini pola komunikasi yang sering digunakan adalah melalui dunia maya. Pola komunikasi modern sering dilakukan saat antar anggota tidak bisa bertemu dan ingin berkomunikasi, mereka bertemu secara maya yaitu melalui sosial media. Dan untuk pertemuan langsung biasanya mereka mengadakan rapat.

Para pengurus dan anggota lainnya sangat mementingkan komunikasi meskipun komunikasi yang mereka lakukan sering menggunakan media sosial termasuk BBM dan Line. Jika dalam suatu organisasi tidak ada komunikasi sama sekali atau jarang adanya komunikasi, maka organisasi tersebut akan goyah dan hancur karena tidak adanya keterbukaan satu sama lain, karena jika ada masalah dalam suatu organisasi, harus dibicarakan dengan semua anggota organisasi agar semua anggota tahu permasalahannya dan bisa diselesaikan bersama-sama dengan cara berkomunikasi secara langsung.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam komunikasi organisasi pengklasifikasian pesan yang dilakukan oleh pengurus GMNI dengan anggotanya adalah berdasarkan variabel metode difusi. Karena berdasarkan variabel ini, komunikasi dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan tulisan serta komunikasi dengan menggunakan perangkat keras atau menggunakan peralatan elektronik, seperti komunikasi melalui telepon, radio, televisi dan sebagainya.[4]

2. Adanya respon dari kedua belah pihak

Adanya Respon dari kedua belah pihak atau dalam berkomunikasi, antara pengurus dan anggota saat membicarakan tentang organisasi gmni (dalam rapat) selalu ada feedback dari kedua belah pihak. Sehingga komunikasi yang mereka lakukan bias dikatakan berlangsung dua arah.

Pola komunikasi dua arah adalah pola komunikasi yang terbentuk dari proses komunikasi yang berlangsung dari dua arah. Dalam pola ini, komunikator dan komunikan tidak diketahui secara jelas sebab antara keduanya saling bertukar pesan dan saling merespon pesan yang diterimanya. Jadi pola komunikasi ini umpan balik dapat dilakukan secara langsung.[5]

Model komunikasi interaksional. Sebagai kelanjutan dari model yang pertama, pada tahap ini sudah terjadi *feedback* atau umpan balik. Komunikasi yang berlangsung bersifat dua arah dan ada dialog, di mana setiap partisipan memiliki peran ganda, dalam arti pada suatu saat bertindak sebagai komunikator, pada saat yang lain bertindak sebagai

[4] Arni Muhammad, *KOMUNIKASI ORGANISASI* , Bumi Aksara, hlm.98
[5] Yoyon Mudjiono, *Ilmu Komunikasi*, Surabaya: Laboratorium PPAI Fakultas Dakwah Surabaya IAIN Sunan Ampel, 1992, hlm. 120

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikan. Komunikasi yang terjadi secara tatap muka atau (*face to face*). Komunikasi berbentuk verbal atau bahasa atau kata-kata, gerakan-gerakan yang berarti khusus, dan penggunaan isyarat.[6]

Pengklasifikasian pesan berdasarkan variabel hubungan. Berdasarkan hubungan ini pesan dapat diklasifikasikan atas komunikasi *dyadic* atau komuunikasi diantara dua orang, komunikasi kelompok dan komunikasi publik untuk banyak orang.[7]

Salah satu kegiatan yang dilakukan oleh semua anggota dan pengurus GMNI adalah mengadakan rapat. Dalam rapat tersebut pasti ada umpan balik, karena dalam rapat pasti para pengurus terutama ketua butuh pendapat atau masukan dari para anggotanya. Jadi ada feedback dari para anggota untuk menanggapi apa yang dikatakan oleh ketua.

Kegiatan yang dilakukan oleh organisasi antara pengurus dan anggota tidak lepas dari ideologi yang mereka anut atau sebagai acuan yaitu ideologi Marhaenisme, seperti contohnya dengan mengadakan pendekatan personal pada individu terbaik, Saling sharing dalam forum formal maupun non formal, Sering mengadakan kegiatan sosial yang melibatkan mahasiswa dan masyarakat.

Dalam organisasi GMNI menerapkan pola komunikasi dua arah dengan kata lain saling bertemu atau tatap muka. Dan saat mengadakan pertemuan atau kegiatan yang mereka adakan, mereka selalu menggunakan komunikasi verbal dan selalu ada umpan balik dari setiap

[6] Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi dan Medianya (Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir dan Anak Remaja)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 154
[7] [7] Arni Muhammad, *KOMUNIKASI ORGANISASI* , Bumi Aksara, hlm.98

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi yang mereka lakukan baik dari pihak pengurus dan pihak anggota GMNI. Seperti halnya semua anggota organisasi GMNI sering sekali datang ke basecamp disaat waktu senggang kegiatan kampus. Mereka menyempatkan diri untuk datang ke basecamp, meskipun tidak ada pertemuan atau kegiatan seperti rapat mereka tetap datang ke basecamp untuk bertemu dan sekedar komunikasi dengan anggota lainnya. Seperti penjelasan dari informan AD, dia lebih sering menggunakan komunikasi tatap muka untuk bersosialisasi dengan angggota lainnya.

Dari ungkapan AD, saat diwawancarai oleh peneliti AD tidak mengungkapkan bahwa dia atau antara pengurus dan anggota terkadang menggunakan media sosial seperti apa yang diungkapkan oleh keempat informan lainnya. AD langsung mengatakan kalau komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi langsung atau tatap muka. Jadi AD hanya berkomunikasi dengan pengurus atau anggota lainnya hanya disaast dia bertemu di basecamp atau jika ada kegiatan saja. Berbeda dengan keempat informan lainnya mengatakan kalau komunikasi antara pengurus dan anggota lainnnya menggunakan media sosial atau secara tatap muka.

3. Cara penyampaian pesan berlangsung Formal Dan Informal

Komunikasi Organisasi terjadi di dalam organisasi maupun antarorganisasi, baik yang bersifat formal maupun informal. Semakin formal sifatnya, semakin terstruktur pesan yang disampaikan. Komunikasi formal adalah komunikasi menurut struktur komunikasi ke atas, ke bawah,

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

maupun horizontal. Sedangkan komunikasi informal adalah yang terjadi di luar struktur organisasi.[8]

Dalam organisasi GMNI sering sekali dari para pengurus mengadakan kegiatan untuk mewujudkan atau menyebarkan ideologi Marhaenisme. Seperti mengadakan kegiatan untuk anggota baru dengan mengadakan pendekatan personal antar mahasiswa baru dengan angggota senior atau para pengurus. Para senior GMNI tidak membedakan antara senior dan junior mereka menganggap sama derajatnya meskipun ada tingkatan yang tinggi dalam susunan atau tatanan organisasi seperti pengurus dengan anggota baru atau anggota lama.

Para anggota juga sering mengadakan rapat atau pertemuan untuk membicarakan atau membahas persiapan yang akan mereka adakan atau laksanakan. Komunikasi yang mereka lakukan dalam rapat adalah menggunakan komunikasi formal. Namun saat diluar forum atau rapat antar sesama anggota sering menggunakan komunikasi informal, meskipun ada juga dimana ada saat mereka menggunakan komunikasi formal diluar forum saat berbicara dengan para alumni yang lebih tua, atau untuk sekedar menghormati yang lebih tua.

4. Pesan Sesuai Dengan Tujuan Dan Target

Setiap komunikasi yang berlangsung, pasti ada sebuah harapan antara komunikator dan komunikan bahwa mereka semua (komunikator) sangat menginginkan jika pesan yang mereka sampaikan bisa diterima

[8] Dani Vardiansyah, PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI (Pendekatan Taksonomi Konseptual), Bogor : Ghalia Indonesia, 2004, hlm 32

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

oleh pihak komunikan dan nantinya setelah pesan itu telah sampai, diterima dan dapat dimengerti. hal tersebut bisa dikatakan bahwa pesan telah sesuai dengan tujuan dan target. Seperti komunikasi yang dilakukan oleh para pengurus GMNI sudah sesuai dengan apa yang diharapkan dalam menjaga eksistensi Ideologi Marhaenisme.

Komunikasi yang mereka lakukan telah sesuai harapan dari masing-masing pihak, karena pesan yang disampaikan bisa diterima meskipun komunikasi yang mereka lakukan atau sampaikan terkadang melalui dunia maya atau sosial media, tetap saja semua pihak merasa puas dan sesuai target. Seperti apa yang diungkapkan oleh informan KF, bahwa komunikasi yang dilakukan para pengurus untuk menyebarkan ideologi marhaenisme sudah cukup semaksimal mungkin.

5. Ketepatan dan keefektifan pesan yang disampaikan.

Semua manusia saat berkomunikasi pasti ingin setiap komunikasi yang mereka lakukan mendapatkan respon, baik pesan yang disampaikan oleh komunikator ke pihak komunikan. Menurut Onong Uchjana Efendi, komunikasi adalah proses penyampaian suatu pernyataan yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial.[9]. Steward L.Tubes dan Sylvia Moss dalam "*Human Communication*" menguraikan beberapa model komunikasi salah satunya adalah model komunikasi linier (*one-way communication*), dalam model

[9] Yoyon mudjiono, Ilmu Komunikasi, Surabaya: Laboratorium PPAI Fakultas Dakwah IAIN Sunan Ampel, 1991, hlm. 6.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

ini komunikator memberikan suatu stimuli dan komunikan melakukan respon yang diharapkan tanpa meengadakan seleksi dan intrepertasi. Komunikasinya bersifat monolog.[10]

Pentingnya peran komunikasi bagi kehidupan fundamental manusia tidaklah dapat dipungkiri. Begitu juga halnya bagi proses berorganisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, seluruh proses dalam organisasi dapat berjalan lancar dan berhasil. Komunikasi yang sempurna adalah ketika suatu pemikiran atau gagasan ditransmisikan sehingga pesan dapat diterima dan diinterpretasikan oleh si penerima sama dengan apa yang diinginkan oleh si pengirim pesan. Komunikasi yang efektif sangat penting bagi semua organisasi tanpa terkecuali. Oleh karena itu, para pimpinan organisasi sebagai *the core communicator* dalam sebuah organisasi perlu memahami dan menyempurnakan kemampuan komunikasi mereka agar tidak terjadi kesalahpahaman dalam penyampaian pesan.

Komunikasi menjadi faktor terpenting bagi organisasi dalam mendapatkan informasi. Kemudian dengan komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan lancar dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Tanpa komunikasi yang efektif di antara berbagai pihak, pola hubungan yang ada pada organisasi tidak akan bisa melayani kebutuhan seseorang atau anggota dalam organisasi tersebut dengan baik.

[10] Dasrun Hidayat, *Komunikasi Antar Pribadi dan Medianya (Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir dan Anak Remaja)*, Yogyakarta: Graha Ilmu, 2012, hlm. 154

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Komunikasi bertindak dan berfungsi mengendalikan perilaku anggota organisasi dalam berbagai cara. Dalam hal ini, komunikasi melaksanakan empat fungsi utama dalam organisasi, yaitu fungsi informasi, fungsi kendali, fungsi motivasi dan fungsi penyampaian perasaan emosional. Fungsi internal komunikasi ini akan berunjung pada diri anggota organisasi itu sendiri berupa munculnya kesadaran diri yang tinggi terhadap organisasi, pemahaman terhadap kinerja organisasi, struktur organisasi dan reputasi organisasi.

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seorang komunikator harus mampu mengidentifikasi sasaran yang menjadi penerima pesan, menentukan tujuan komunikasi, merancang pesan, memilih media, memilih sumber pesan, dan mengumpulkan umpan balik.

Efek komunikasi adalah pengaruh yang ditimbulkan pesan komunikator dalam diri komunikannya. Efek komunikasi dapat bedakan atas efek kognitif (pengetahuan), afektif (sikap), dan konatif (tingkah laku). Efek komunikasi dapat diukur dengan membandingkan antara pengetahuan, sikap dan tingkah laku sebelum dan sesudah komunikan menerima pesan. Karenanya, efek adalah salah satu elemen komunikasi yang penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang diinginkan.[11]

Pada komunikasi yang dilakukan oleh para pengurus GMNI, bisa dikatakan termasuk komunkasi yang efektif. Karena pesan tersebut telah

[11] Dani Vardiansyah, *PENGANTAR ILMU KOMUNIKASI*, (Bogor : GHALIA INDONESIA, 2004),hal 110

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

memiliki efek bagi komunikan atau para anggotanya. Beberapa efek komunikasi yang didapat adalah efek kognitif (pengetahuan) yang mana saat para pengurus menyampaikan ideologi Marhaenisme semua angggota terutama anggota baru GMNI mendapatkan pengetahuan atau gambaran seperti apa ideologi Marhaenisme. Kemudian efek selanjutnya adalah efek afektif (sikap) komunikan atau anggota yang telah memahami apa maksud dari komunikator atau pesan yang disampaikan oleh komunikator ditinjukkan dengan cara adanya sesi tanya jawab, dan setelah itu efek konatif (tingkah laku) wujud dari efek ini ditunjukkan dengan cara terjun langsung ke masyarakat.

6. Lebih Memperhatikan Eksistensi Ideologi Marhaenisme

Ideologi yang merupakan dasar suatu bangsa atau landasan berfikir pada era modern ini. Ideologi menjadi suatu hal yang sangat sering diperbincangkan dalam pertarungan kapital global, ideologi pancasila yang di cetuskan oleh founding father bangsa ini memiliki nilai tawar yang relefan dalam menghadapi arus global, marhaenisme sebagai perasan dari pancasila juga menjadi sorotan dunia, marhaenisme di sini memiliki 3 nilai dasar yakni sosio nasionalisme, sosio demokrasi dan ketuhanan yang maha esa, sebelum pancasila dicetuskan oleh founding father, marhaenisme sudah menjadi gagasan awal untuk menuju masyarakat Indonesia yang berkeadilan sosial.

Eksistensi ideologi menjelaskan tentang penilaian ada atau tidaknya pengaruh terhadap keberadaan ideologi tersebut. Apabila ideologi

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

tersebut dianggap mempunyai sebuah eksistensi , maka keberadaan ideologi tersebut sudah dianggap dan dapat menjadi acuan. Seperti hal nya dengan eksistensi ideologi Marhaenisme yang dikembangkan dari pemikiran presiden pertama Indonesia yakni Ir. Soekarno. Yang mana ideologi Marhaenisme ini menentang adanya penindasan manusia atas manusia dan bangsa atas bangsa. Ajaran ini awalnya bermaksud mengangkat kehidupan rakyat/orang kecil. Orang kecil yang dimaksud disini adalah petani dan buruh yang hidupnya selalu dalam cengkraman orang-orang kaya atau yang berkedudukan tinggi.

Dalam hal ini organisasi GMNI lebih mengedapankan Ideologi Marhaenisme karena organisasi GMNI itu didirikan untuk menginterprentasikan atau mewujudkan ideologi Marhaenisme tersebut. Idelogi tersebut telah menjadi acuan dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh organisasi GMNI atau para pengurus GMNI. Adapun beberapa kegiatan yang dilakukan atau diadakan tiap tahunnya oleh pengurus GMNI demi mengenalkan atau mewujudkan ideologi Marhaenisme baik kepada para anggota dan masyarakat. Untuk menerapkan ideologi marhaenisme para pengurus mengadakan beberapa kegiatan untuk mahasiswa (anggota baru dan anggota lama) dan masyarakat. Beberapa kegiatan tersebut adalah Kegiatan untuk mahasiswa (anggota baru dan anggota lama). Dari hasil wawancara kelima informan terdapat beberapa untuk para pengurus dan anggota terutama anggota baru, kegiatan yang berlangsung dalam menyebar luaskan ideologi Marhaenisme adalah sebagai berikut :

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Mengadakan rekrutmen PPAB (Pekan Penerimaan Anggota Baru) dimana anggota mendapatkan materi-materi pengenalan terhadap organisasi ini secara umum.
b. Lalu ada pendalaman materi pada saat kegiatan KTD (Kaderisi Tingkat Dasar) dimana disana para mahasiswa dan anggota baru ini dijelaskan apa itu Marhaenisme lalu tantangan Marhaenisme untuk dapat diaplikasikan di Indonesia dalam kondisi Global dan Modern di era sekarang seperti apa dan juga bagaimana cara mengatasinya.
c. Pendekatan kulturan yang non formal, Melalui diskusi perbulan. Pendekatan personal pada individu terbaik, Saling sharing dalam forum formal maupun non formal, Sering mengadakan kegiatan sosial yang melibatkan mahasiswa dan masyarakat.
d. Kegiatan bakti sosial dan melalui penguasaan BEM, Memberikan ruang bakti sosial dan Membawa rekrutmen anggota
e. Lalu ada jenjang KTD (Kaderisasi Tingkat Dasar),
f. KTM (Kaderisasi Tingkat Menengah),
g. KTP (Kaderisasi Tingkat Pelopor).

Dan untuk mewujudkan Ideologi Marhaenisme DPC GMNI kota Surabaya banyak melakukan beberapa hal yang berkaitan kepada masyarakat adalah:

a. dengan mengadakan penyuluhan untuk pemilu agar tidak golput dan menyuarakan suara mereka yang sangat berpengaruh terhadap perubahan Indonesia di masa depan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

b. diadakannya acara bakti sosial yang mana disana juga ada penyuluhan mengenai kesehatan dan juga HIV/AIDS, dan di dalam kegiatan tersebut diselingi penyuluhan kampanye sehat dan juga ada pengobatan gratis

c. Penyadaran ke masyarakat dengan mendirikan rumah belajar dilingkungan yang awalnya tempat tersebut merupakan tempat tinggal yang mayoritas adalah peminum. Berangkat dari rasa kepedulian terhadap kurang nya pendidikan di daerah Lumumba dan sernya. Rumah belajar tersebut pengajarnya adalah para voluntir.

d. Organisasi GMNI Surabaya pernah mengawal dan membela hak rakyat miskin dan tak berdaya. Mereka sempat mengadvokasi masyarakat tren kalimas yang pada akhirnya juga tergusur. Dimana mereka disana mengawal pihak dari masyarakat Ini untuk memperoleh haknya jadi tidak hanya digusur saja tapi mereka juga memiliki atau memperoleh hak yang layak atas kompensasi yang dijanjikan oleh pihak pemilik tanah.

B. Konfirmasi Dengan Teori

Dari penelitian ini, peneliti mengkonfirmasikan hasil penelitian yang ada dengan teori komunikasi persuasi dengan model komunikasi Harold D. Lasswell. Penelitian Komunikasi Penyebaran Marhaenisme Yang Dilakukan Organisasi GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) Di Surabaya Untuk Menjaga Eksistensi Ideologi berawal dari proses komunikasi yang dilakukan oleh pengurus GMNI kepada anggota GMNI. Disetiap proses

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi yang berjalan pasti terdapat hambatan-hambatan komunikasi di dalamnya, baik secara langsung maupun tidak langsung. Proses komunikasi dua arah dan komunikasi bermedia merupakan proses komunikasi yang selalu diterapkan dalam Komunikasi Penyebaran Marhaenisme Yang Dilakukan Organisasi GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) Di Surabaya Untuk Menjaga Eksistensi Ideologinya.

TEORI KOMUNIKASI PERSUASI

Secara etimologis komunikasi berarti "pemberitahuan" jadi kalau seseorang mengatakan sesuatu kepada orang lain dan orang ini mengerti, dan karenanya menjadi tahu, maka komunikasi terjadi. Sampat disitu komunikasi hanya bertaraf informatif. Lain jadinya apabila yang dikatakan oleh orang tadi bukan hanya sekedar memberi tahu, tetapi mengandung tujuan agar orang yang dihadapinya itu melakukan suatu kegiatan dan tindakan, maka tarafnya menjadi persuasif, komunikasi yang mengandung persuasi.[12]

Secara istilah "persuasi" atau dalam bahasa inggris *persuasion* berasal dari kata latin *persuasio*, yang secara harfiah berarti hal membujuk, hal mengajak, atau meyakinkan.[13]

Dalam penelitian tentang Komunikasi Penyebaran Marhaenisme Yang Dilakukan Organisasi GMNI (Gerakan Mahasiswa Nasional Indonesia) Di Surabaya Untuk Menjaga Eksistensi Ideologinya. Para pengurus organisasi GMNI di Surabaya, mereka menyebarkan ideologi Marhaenisme dengan cara

[12] Onong Uchana, Effenddy, HUBUNGAN MASYARAKAT (Suatu Studi Komunikologis), (Bandung : PT Remaja Rosdakarya), 1992, hal 79
[13] Onong Uchana, Effenddy, HUBUNGAN MASYARAKAT (Suatu Studi Komunikologis), (Bandung : PT Remaja Rosdakarya), 1986, hal 103

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikasi persuasif, yang mana dalam komunikasi persuasif itu sendiri mengandung persuasi, yang artinya mengajak dan meyakinkan. Pengurus GMNI Surabaya meyakinkan para anggotanya untuk mengerti makna ideogi Marhaenisme, karena Oraganisasi GMNI didirikan atas dasar ideologi Marahenisme dan GMNI ada hanya untuk mengimplementasikan ideologi Marhaenisme. Para pengurus GMNI cabang Surabaya juga mengajak para anggotanya untuk lebih menegenal ideologi Marhaenisme dengan cara mengadakan beberapa kegiatan yaitu pendekatan personal pada individu terbaik, saling sharing dalam forum formal maupun non formal, kegiatan bakti sosial kemudian ering mengadakan kegiatan sosial yang melibatkan mahasiswa dan masyarakat.

Pada dasarnya, teori komunikasi persuasi ini lebih melibatkan pesan verbal dan non verbal. Jadi, hendaknya semua Pengurus GMNI Surabaya juga dapat menggunakan semua bentuk pesan supaya semua anggotanya terutama anggota baru menjadi terpengaruh akan pesan yang telah disampaikan. Jika proses komunikasi persuasi seperti ini berjalan dengan baik, maka proses komunikasi tersbut merupakan komunikasi yang efektif.

Komunikasi menjadi faktor terpenting bagi organisasi dalam mendapatkan informasi. Kemudian dengan komunikasi yang baik maka suatu organisasi akan dapat berjalan lancar dan begitu juga sebaliknya, kurangnya atau tidak adanya komunikasi organisasi dapat macet atau berantakan. Tanpa komunikasi yang efektif di antara berbagai pihak, pola hubungan yang ada

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

pada organisasi tidak akan bisa melayani kebutuhan seseorang atau anggota dalam organisasi tersebut dengan baik.

Untuk menjaga keefektifan komunikasi persuasi ini perlu menjaga keefektifan empat hal juga, yaitu :

a. Komunikator

Dalam hal ini, seorang komunikator atau setiap individu dari para pengurus GMNI Surabaya dituntut untuk memiliki kredibilitas dan daya tarik baik itu fisik maupun psikologis, salah satu dari daya tarik psikologis yaitu adanya kesamaan dan juga didukung dengan adanya keterbukaan, ketenangan kemampuan bersosialisasi dan karisma.

b. Pesan

Dalam menyampaikan pesan atau mengenalkan ideologi Marhaenisme, para pengurus GMNI membuat pesan yang kreatif sehingga menjadikan komunikasi persuasi tersebut lebih efektif. Ada tiga aspek yang terkait langsung dengan pengorganisasian pesan dalam komunikasi persuasi yaitu sisi pesan, susunan penyajian, dan pernyataan kesimpulan.

c. Komunikan

Komunikan adalah sasaran dari komunikasi, sasaran penerima pesan disini adalah para anggota GMNI baik anggota baru ataupun anggota yang lama. Beberapa hal yang menentukan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

komunikan dalam merespon pesan-pesan persuasi yaitu keyakinan, sikap dan perilaku.

d. Efek

Efek yang ingin dicapai adalah adanya perubahan baik secara kognitif, afektif maupun behavioral. Efek kognitif berkenaan dengan pendapat dan ide komunikan, dalam setiap pertemuan formal atau rapat pihak komunikator (pengurus) memberi kesempatan pada pihak komunikan untuk bersuara dalam bersuara untuk megajukan ide-ide dan pendapat yang ada pada mereka (para anggota) untuk diutarakan dan dibahas bersama-sama. Efek afektif berhubungan dengan emosi dan psikologis sedangkan behavioral berhubungan dengan sikap dan perilaku yang timbul sebagai akibat dari penerimaan pesan. Dari pesan yang disampaikan oleh komunikator (pengurus), komunikan (anggota) mengerti dan memahami maksud dari komunikator. Sehingga wujud dari sikap pemahaman mereka adalah dengan mengikuti beberapa kegiatan yang diadakan oleh para pengurus atau komunikator.

C. **Relevansi Temuan dalam Sudut Pandang Islam**

Diawali dengan firman Allah SWT yang menjelaskan tentang dakwah, yakni sebagai berikut:

وَلْتَكُنْ مِنْكُمْ أُمَّةٌ يَدْعُونَ إِلَى الْخَيْرِ وَيَأْمُرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَيَنْهَوْنَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْمُفْلِحُونَ ﴿104﴾

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

"Dan hendaklah ada di antara kamu sekalian segolongan umat yang mengajak pada kebajikan, menyuruh pada yang makruf, dan mencegah orang dari kemungkaran. Dan mereka itulah orang-orang yang beruntung." (QS Ali Imran: 104)[14]

Agama Islam yang dibawa oleh Nabi Muhammad SAW mengandung ajaran yang komprehensif, meliputi seluruh aspek kehidupan manusia dan membimbing manusia menuju kebahagiaan di dunia dan di akhirat. Apabila dikaji dari perspektif ilmu komunikasi Al-Quran dan hadits sebagai sumber dari segala sumber ilmu pengetahuan, memuat ternyata memuat unsur-unsur pokok bagi perkembangan ilmu pengetahuan yang banyak memberikan manfaat bagi kehidupan manusia.

Karakteristik komunikasi persuasif yang ditandai dengan unsur membujuk, mengajak, mempengaruhi dan meyakinkan, jika dilihat dari perspektif Islam dapat dikategorikan pada dakwah Islam. Unsur-unsur yang terkandung dalam komunikasi persuasif menjadi dasar kegiatan dakwah karena dakwah secara etimologis berarti mengajak atau menyeru. Dakwah merupakan bagian dari tugas setiap muslim, dalam beberapa ayat Al-Quran disebutkan bahwa dakwah menuju jalan Allah SWT hukumnya wajib. Kewajiban ini didasari perintah melaksanakan dakwah disampaikan dalam bentuk *fiil amr*, yaitu perintah secara langsung sebagaimana yang terdapat dalam surat An-Nahl ayat 125. dakwah yang dimasud dalam konteks yang

[14] Surah al 'imran. Al Hikmah "Al-Quran 20 baris dan terjemah 2 muka". Jakarta:penerbit wali 2013 cet.2. hal 33

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

relevan dengan komunikasi persuasif adalah *dakwah billisan* atau dakwah dengan menggunakan kata-kata atau lebih dikebal dengan tabligh.[15]

ٱدۡعُ إِلَىٰ سَبِيلِ رَبِّكَ بِٱلۡحِكۡمَةِ وَٱلۡمَوۡعِظَةِ ٱلۡحَسَنَةِۖ وَجَٰدِلۡهُم
بِٱلَّتِي هِيَ أَحۡسَنُۚ إِنَّ رَبَّكَ هُوَ أَعۡلَمُ بِمَن ضَلَّ عَن سَبِيلِهِۦ وَهُوَ
أَعۡلَمُ بِٱلۡمُهۡتَدِينَ ١٢٥

"Serulah (manusia) kepada jalan Tuhan-mu dengan hikmah dan pelajaran yang baik serta bantahlah mereka dengan cara yang baik. Sesungguhnya Tuhanmu Dialah yang lebih mengetahui siapa yang tersesat dari jalan-Nya dan Yang lebih mengetahui orang-orang yang mendapat petunjuk"[16]

Surat An-Nahl ayat 125 mengandung pengertian bahwa dakwah merupakan proses berperilaku ke-Islaman yang melibatkan unsur da'i, pesan, uslub (metode), wasilah (media), mad'u (yang didakwahi), dan tujuan. Perilaku keislaman itu, dari segi bentuknya antara lain berupa irsyad (internalisasi dan bimbingan), tabligh (transmisi dan penyebarluasan), tadbir (rekayasa daya manusia), tatwir (pengembangan kehidupan muslim) dan aspek-aspek kultur universal. Penjelasan yang diturunkan melalui istinbath (berpikir deduktif) menjadi teori utama ilmu dakwah.[17]

---

[15] http://altajdidstain.blogspot.co.id/2011/02/komunikasi-persuasif-menurut-al-quran_09.html 23.20 WIB

[16] Surah An-Nahl. Al Hikmah "Al-Quran 20 baris dan terjemah 2 muka". Jakarta:Penerbit Wali 2013 cet.2. hal 142

[17] .,opcit., http://altajdidstain.blogspot.co.id

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dalam menyebarkan Ideologi Marhaenisme, pengurus GMNI menggunakan proses komunikasi persuasif yang mana proses komunikasi persuasif adalah upaya seseorang dalam mengkomunikasikan pesan kepada orang lain yang sikapnya ingin diubah atau dibentuk dan dirubah pola pikirnya (doktrinisasi).

Pengurus GMNI ingin menyebarkan dan menerangkan apa yang diketahui nya tentang ideologi Marhaenisme. Dengan upaya pesan yang dikomunikasikan kepada anggota dipercaya dapat memengaruhi sikap dan pada akhirnya memengaruhi perilaku dan tindakan para anggota terhadap pesan yang disampaikan oleh pengurus tentang ideologi Marhaenisme.

Para pengurus menyebarkan ilmu yang mereka miliki tentang Ideologi Marhaenisme kepada anggota karena menurut mereka, ilmu yang mereka miliki sudah baik dan benar.

Dalam penyebarannya, pengurus GMNI lebih suka mengadakan acara-acara yang mana acara-acara tersebut mengandung pesan tentang ideologi marhaesime. Cara ini lebih efektif karena mahasiswa baru dan mayarakat ditanami ideologi selain dengan teori juga dengan praktek. Selain itu para pengurus GMNI lebih banyak mengajak tukar pendapat dengan mahasiswa baru dan masyarakat tentang pemahaman ideologi mereka.

Penyebaran ideologi marhaenisme yang dilakukakn pengurus GMNI termasuk dakwah dalam islam. Dan menurut surat An-Nahl 125, penyebaran yang dilakukan termasuk perilaku islam yaitu *irsyad* (internalisasi dan bimbingan), *tabligh* (transmisi dan penyebarluasan). Bimbingan dan

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

penyebarluasan yang dimaksud adalah pengurus GMNI melakukan beberapa kegiatan yang bisa memberi pelajaran atau pengertian tentang ideologi marhaenisme. Kegiatan tersebut seperti mengadakan bakti sosial, karena marhaen sendiri mempunyai arti kaum yang tertindas atau bisa diartikan kaum buruh atau tidak mampu (rakyat miskin kota). Dan kegiatan bakti sosial tersebut mengadakan penyuluhan tentang kesehatan dan juga HIV/AIDS disana ada penyuluhan kampanye sehat dan juga ada pengobatan gratis. Penyuluhan lainnya adalah penyuluhan pemilu agar tidak golput dan menyuarakan suara mereka yang sangat berpengaruh terhadap perubahan Indonesia di masa depan. Dalam hal penyuluhan pemilu tersebut juga merupakan bentuk dakwah menurut surat An-Nahl 125, yang mana menyeru kepada masyarakat terutama anggota dari GMNI itu sendiri agar tidak golput, karena pemilu juga termasuk salah satu ajang untuk memilih pemimpin Indonesia kedepan seperti apa yang diharapkan ole rakyat Indonesia entah dari kaum marhaen atau orang kaya atau terpandang. Karena pada intinya, ideologi marhenisme itu mengandung kebaikan- kebaikan yang mana kebaikan-kebaikan tersebut sudah disebarkan oleh para pengurus GMNI.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id