BAB IV

ANALISI DATA

Salah satu proses analisis data ini telah dikembangkan lebih lanjut yang materinya diambil dari hasil deskripsi data penelitian untuk nantinya dijadikan sebagai suatu temuan penelitian yang akan mengupas permasalahan gaya komunikasi jamaah pengajian mustahal, sehingga pada akhirnya dari analisis data ini dihasilkan suatu kajian yang dapat dipahami.

A. Temuan Penelitian

1. Gaya komunikasi berdasarkan status sosial

   Setiap individu dalam masyarakat memiliki status sosialnya masing-masing. Status merupakan perwujudan atau pencerminan dari hak dan kewajiban individu dalam tingkah lakunya. Status sosial sering pula disebut sebagai kedudukan atau posisi, peringkat seseorang dalam kelompok masyarakatnya.

   Pada semua sistem sosial, tentu terdapat berbagai macam kedudukan atau status, seperti anak, isteri, suami, ketua RW, ketua RT, Camat, Lurah, Kepala Sekolah, Guru dan sebagainya.

   Adapun gaya komunikasi yang ditemukan berdasarkan status sosial. Muncul jika sedang berlangsung pengajian. Sebagai contoh kedudukan bapak Mudzakkir sebagai penceramah atau pemberi materi sedangkan yang lain sebagai jamaah pengajian yang

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

mendengarkan dan komunikasi cenderung berjalan satu arah. Selain itu, biasanya ada penyebutan panggilan khusus seperti ustadz, pak kyai. Namun jika diluar forum pengajian, tetap seperti biasa memanggil pakde dzakkir, pak dzakkir, lek dzakkir dan lain-lain.

Sedang untuk jamaah yang memiliki status sebagai seorang haji, disini tidak muncul atau menunjukkan statusnya. Mereka tampak sama seperti yang lain dan tidak ada yang mencolok. Seperti penggunaan baju berwarna putih, menggunakan peci putih ataupun sebutan-sebutan khusus lainnya diantara jamaah.

Secara status sosial, gaya komunikasi yang dilakukan lebih ke arah Controlling jika dilihat dari komunikasi yang dilakukan antara pengajar yang memberi materi dengan jamaah pengajiannya. Karena disitu terjadi komunikasi satu arah.

2. Gaya komunikasi berdasarkan demografis

Klasifikasi penting dari demografi adalah perbedaan jenis kelamin dan keragaman ras dan budaya. Penelitian menunjukkan bahwa pria dan wanita adalah sama dalam hal kemampuan belajar, daya ingat, kemampuan penalaran, kreativitas, dan kecerdasan.

Namun, beberapa peneliti masih percaya adanya perbedaan kreativitas penalaran dan kemampuan belajar di antara pria dan wanita. Wanita mempunyai tingkat absensi yang lebih tinggi. Tetapi lebih memperhatikan pada anak-anak, orang tua, dan pasangan sakit

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

didominasi wanita. Tingkat absensi lebih tinggi dari wanita disebabkan peran mengasuh mereka.

Dalam masyarakat, ketika masyarakat menekankan perbedaan kelamin dan memperlakukan mereka secara berbeda ada beberapa perbedaan dalam bidang-bidang tertentu seperti agresivitas dan perilaku sosial. Tetapi jika masyarakat lebih banyak memberikan penekanan pada persamaan perlakuan dan kesempatan, banyak perbedan akan hilang.

Segmen dari demografis itu sendiri dikelompokkan berdasarkan jenis kelamin, umur, tingakat pendidikan dan pekerjaan. Jika secara materi maka hampir sama dengan pengajian-pengajian yang lain. Hanya saja penjelasannya saja yang membuat berbeda.

Berdasarkan pembagian umur di klasifikasikan lebih banyak didominasi yang berusia 30-39 itu tergolong usia matang. Baik perempuan, dengan status yang sudah menikah biasa cenderung pembicaraannya tentang aktivitas keseharian seperti, keluarga, anak, masakan, dan lain-lain.

Sedangkan untuk jamaah yang berusia 20-29 tahun yang kebanyakan mahasiswa atau *fresh graduate* lebih suka sibuk dengan Blackberry mereka sendiri-sendiri. Walaupun ditidak semua seperti itu namun potret seperti itu sering terjadi karena merasa berada pada lingkungan usia yang lebih tua dibanding mereka.

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

Penggunaan gaya komunikasinya cenderung ke arah Equalitarian yang lebih mengarah kepada kesamaan satu sama lain yang ingin berbagi informasi dua arah baik kepada yang lebih muda ataupun yang lebih tua dan seumuran, serta tidak ada batasan diantara mereka.

3. Gaya komunikasi berdasarkan personality

Personality atau yang biasa kita sebut sebagai kepribadian, secara nyata dibentuk oleh kultur atau budaya, keturunan, kelas sosial dan hubungan keluarga.

Pengajian Mustahal ini adalah pengajian keluarga, yang mana sudah jelas jika pesertanya memiliki hubungan keluarga yang sangat dengan, dan pasti masih satu keturunan dari bapak H. Ridwan Mustahal. Yang mana dalam menerapkan aturan dan mendidik anak-anak berada pada kultur atau budaya sama. Maka secara tidak langsung sifat atau kebiasaan dari mereka satu sama lainpun hampir sama. Memiliki karakter dasar yang sama dan itu sulit untuk hilang atau dirubah.

Gaya komunikasinya Dynamic karena mereka lebih berdasar pada cara penyampaian mereka yang cenderung agresif dan mempengaruhi orang lain untuk menjalankan apa yang mereka bicarakan.

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. Konfirmasi Temuan Dengan Teori

Setelah kajian mengenai Temuan Penelitian tersusun sedemikin rupa maka menindak lanjuti hal tersebut penulis membandingkan dengan berbagai teori-teori komunikasi yang telah dimodelkan oleh berbagai pakar komunikasi untuk membuat tolak ukur sejauh mana atau cukup efektifkah langkah-langkah tersebut dilakukan sesuai dengan pedoman dari berbagai macam teori yang telah ada.

1. *Equalitarian Style*

Aspek penting gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah *(two-way traffic of communication)*.

Dalam gaya komunikasi ini, tindak komunikasi dilakukan secara terbuka. Artinya, setiap anggota dapat mengungkapkan gagasan ataupun pendapat dalam suasana yang rileks, santai dan informal. Dalam suasana yang demikian, memungkinkan setiap anggota organisasi mencapai kesepakatan dan pengertian bersama.

Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini, adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup hubungan kerja.

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

2. *Dynamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis ini memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan *(actionoriented).*

The dynamic style of communication ini sering dipake oleh juru kampanye ataupun supervisor yang membawahi para wiraniaga *(salesman* atau *saleswoman).*

Tujuan utama gaya komunikasi yang agresif ini adalah menstimulasi atau merangsang orang lain untuk melakuan hal-hal dengan lebih cepat dan lebih baik.

3. *Controlling Style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan ini, ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau one-way communicators.

Pihak yang memakai controlling style of communication ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berbagai pesan.

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

Pesan-pesan yang berasal dari komunikator satu arah ini, tidak berusaha menjual gagasan agar dibicarakan bersama, namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya.

4. Atraksi Interpesonal

Dean C. Barlund[30], ahli komunikasi interpersonal menuliskan,

"Menghetahui garis-garis atraksi dan penghindaran dalam system sosial artinya mampu meramalkan dari mana pesan akan muncul, kepada siapa pesan itu akan mengalir, dan lebih-lebih lagi bagaimana pesan akan diterima."

Dalam bahasa sederhana, ini berarti dengan mengetahui siapa tertarik kepada siapa atau menghindari siapa, kita dapat meramalkan arus komunikasi interpersonal yang akan terjadi.

Makin tertarik kita kepada seseorang, makin besar kecenderungan kita berkomunikasi dengan dia. Kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang kita sebut sebagai atraksi interpersonal.

Faktor-faktor personal dan situasi yang mempengaruhi atraksi interpersonal,

a) Kesamaan Karakteristik Personal

Orang yang memiliki kesamaan dalam nilai-nilai, sikap, keyakinan, tingkat sosioekonomis, agama, ideologis, cenderung saling menyukai.

[30] Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Kmunikasi* (Bandung: Rosda, 2007), hlm. 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

b) Daya tarik

c) Ganjaran (*Rewward*)

d) Familiarity artinya sering kita lihat atau sudah kita kenal baik.

e) Kedekatan (*Proximity*).

5. Komunikasi Efektif

Jika ingin gaya komunikasi yang sudah terbentuk itu bisa berhasil, seperti tujuan manusia berkomunikasi adalah untuk menghasilkan suatu tindakan komunikasi efektif. Atau dengan kata lain, menyampaikan apa yang ada di pikiran komunikator, agar sama dengan apa yang dipikirkan oleh pihak komunikan.

Maka tinggal dibentuk cara yang disesuaikan dengan situasi dan kondisi harus menggunakan komunikasi efektif yang setidaknya menimbulkan lima hal, yaitu pengertian, kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik serta tindakan.

a) Pengertian : Penerimaan yang cermat dari isi stimuli seperti yang dimaksudkan oleh komunikator

b) Kesenangan : Komunikasi fatis (*phatic communication*), dimaksudkan menimbulkan kesenangan. Komunikasi inilah yang menjadikan hubungan kita hangat, akrab, dan menyenangkan.

c) Mempengaruhi sikap : Komunikasi persuasif memerlukan pemahaman tentang faktor-faktor pada diri komunikator, 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

pesan menimbulkan efek pada komunikate. Persuasi didefiniksikan sebagai "proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan dengan menggunakan manipulasi psikologis sehingga orang tersebut bertindak seperti atas kehendaknya sendiri.

d) Hubungan sosial yang baik : manusia adalah makhluk sosial yang tidak tahan hidup sendiri. Kita ingin berhubungan dengan orang lain secara positif. Abraham Maslow menyebutnya dengan "kebutuhan akan cinta" atau "*belongingness*". William Schutz merinci kebuthan dalam tiga hal : kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan yang memuaskan dengar orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi (*inclusion*), pengendalian dan kekuasaan (*control*), cinta serta rasa kasih sayang (*affection*).

e) Tindakan : Persuasi juga ditujukan untuk melahirkan tindakan yang dihendaki. Menimbukan tindakan nyata memang indikator efektivitas yang paling penting. Karena untuk menimbulkan tidakan, kita harus berhasil lebih dulu menanamkan pengertian, membentuk dan menguhan sikap, atau menumbukan hubungan yang baik.

Disinilah peranan psikologi dalam komunikasi. Selain menganalisis penyebab, dampak dll, psikologi juga berusaha menemukan apa cara yang paling baik untuk menimbulkan

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 efektif. Dengan mempelajari psikologi, komunikasi yang akan kita lakukan dapat dilancarkan dengan cara yang terbaik. Selain itu, dampak dari komunikasi yang dilakukan pun dapat diprediksikan.

Bila suatu komunikasi telah berhasil, maka tujuan yang ingin kita tuju pun dapat dicapai. Selain itu kepribadian yang kita miliki pun akan berkembang dengan baik.

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