

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

##### **2.1.1 Strategi Komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasinya di Kampus UIN Mataram**

Penelitian ini dilakukan oleh Moh. Subhan pada tahun 2020 dengan judul penelitian “ strategi komunikasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah (IMM) dalam mempertahankan eksistensi organisasinya di kampus UIN Mataram.”

Pokok permasalahan dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi IMM dalam mempertahankan eksistensinya di kampus UIN Mataram serta apa saja yang menjadi kendala dalam mempertahankannya. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan komunikasi dan dibahas secara deskriptif. Data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi IMM dalam mempertahankan eksistensinya di kampus UIN Mataram serta apa saja yang menjadi kendala dalam mempertahankannya ialah dimana IMM melakukan kegiatan lebih kepada bagaimana cara agar orang mengetahui serta memahami terkait dengan keberadaan IMM di UIN Mataram dan juga memfokuskan ke dalam aspek diskusi, mempererat silaturahmi dan kaderisasi. Dalam menjaga eksistensinya IMM juga lebih menekankan segi sosialisasi tentang pengenalan IMM kepada mahasiswa.

Disisi lain IMM di UIN Mataram juga memiliki kendala-kendala dalam mempertahankan eksistensi organisasinya, seperti kurangnya melakukan sosialisasi organisasi IMM di kalangan mahasiswa yang kurang masif serta perbedaan ideologi yang melekat dalam individu masing-masing mahasiswa sehingga hal tersebut mampu menghegemoni mahasiswa untuk tidak bergabung di IMM serta maju mundurnya jumlah kader yang membuat IMM kesulitan dalam meningkatkan jumlah kadernya di kampus UIN Mataram.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama memfokuskan pada kegiatan strategi pola kaderisasi di organisasi. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian. Objek penelitian ini adalah PMII OKU sedangkan penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah IMM UIN Mataram.

### **2.1.2 Strategi Komunikasi Organisasi *Life For Ummah* Pekanbaru Melalui Media Sosial Dalam Upaya Mensosialisasikan Program Kemanusiaan**

Penelitian ini dilakukan oleh Susi Artuti Erda Dewi pada tahun 2020 dengan judul penelitian “ strategi komunikasi organisasi *Life For Ummah* Pekanbaru melalui media sosial dalam upaya mensosialisasikan program kemanusiaan.”

Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menyajikan atau secara deskriptif berupa kata-kata tertulis secara mendalam. Pendekatan ini mementingkan pada makna dan bukan kuantitas. Desain penelitian ini bersifat sementara dan fleksibel, yakni desain dapat disesuaikan karena terus menerus sesuai kenyataan dilapangan. Hal ini dikarenakan tidak dapat dibayangkan kenyataan-kenyataan yang ada dilapangan kemudian tidak dapat diprediksi

perubahan-perubahan yang terjadi,bermacam sistem nilai terkait berhubungan dengan cara yang tidak dapat diramalkan (Prastowo,2016,p.44). Teknik pengumpulan data yakni dengan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mensosialisasikan program kemanusiaan *life for ummah* aktif dan peduli terhadap isu-isu dan kejadian tragedi kemanusiaan, bencana alam yang terjadi di Provinsi Riau khususnya Kota Pekanbaru bahkan tragedi kemanusiaan di dunia misalnya di Palestina, Rohingnya dan lain sebagainya. Strategi komunikasi organisasi *Life for Ummah* Pekanbaru dalam memanfaatkan media sosial dalam upaya menyebarluaskan program-program kerjanya, khususnya program kemanusiaan yaitu dengan menggunakan media-media sosial yang ada. Saran yang diajukan adalah relawan *life for ummah* harus terus semangat dan penuh penghayatan mengamalkan sila kemanusiaan yang adil dan beradab, karena melalui kegiatan kemanusiaan tersebut proses penyerapan nilai-nilai kemanusiaan dapat dicerna dengan rasa, hati nuraninya, akal dan kehendaknya untuk berbuat maksimal dalam kinerja salah satunya dengan mengoptimalkan lagi media sosial yang ada bahkan media sosial yang viral sehingga publisitas dan tujuan *life for ummah* akan tercapai sesuai dengan apa yang diharapkan.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada fokus penelitian, penelitian ini fokus pada strategi pola kaderisasi sedangkan penelitian terdahulu fokus pada kegiatan sosialisasi kemanusiaan.

### **2.1.3 Strategi Komunikasi Rekrutmen Kader PMII ( Studi Kasus PMII IAIN Madura ).**

Penelitian ini dilakukan oleh M. Sirat pada tahun 2022 dengan judul penelitian “strategi komunikasi rekrutmen kader Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia (PMII) ( Studi Kasus PMII IAIN Madura ).”

Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata atau tulisan dari orang dan perilaku yang diamati.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berupa kata-kata, gambar dan bukan angka-angka. Selain itu, semua yang dikumpulkan akan menjadi kunci terhadap apa yang diteliti.

Hasil dari penelitian ini adalah Strategi rekrutmen kader PMII IAIN Madura. Pertama yaitu dengan cara melalui persahabatan, satu alumni, dan hubungan satu daerah dan bertatap muka secara langsung atau bertemunya kedua belah pihak. Kedua menggunakan media baik media elektronik maupun media cetak. Ketiga memanfaatkan kader yang ada di organisasi intra untuk sosialisasi. Ke empat membuat BIMSUS ( bimbingan masuk) perguruan tinggi bagi mahasiswa baru. Proses rekrutmen kader PMII IAIN Madura .Pengurus komisariat melakukan rekrutment dengan cara sosialisasi baik secara online ataupun secara offline.

Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu sama-sama memfokuskan pada kegiatan strategi pola kaderisasi di organisasi. Kemudian perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah pada objek penelitian.

Objek penelitian ini adalah PMII OKU sedangkan penelitian terdahulu objek penelitiannya adalah PMII IAIN Madura.

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama & Judul Penelitian	Metode & Teori Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan Penelitian	Perbedaan Penelitian
1	Moh. Subhan ( 2020 ) Strategi Komunikasi Mahasiswa Muhammadiyah Dalam Mempertahankan Eksistensi Organisasi Di Kampus Uin Mataram.	Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan pendekatan komunikasi dan dibahas secara deskriptif. Data yang digunakan melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi.	Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi IMM dalam mempertahankan eksistensinya di kampus UIN Mataram serta apa saja yang menjadi kendala dalam mempertahankannya ialah dimana IMM melakukan kegiatan lebih kepada bagaimana cara agar orang mengetahui serta memahami terkait dengan keberadaan IMM di UIN Mataram dan juga memfokuskan ke dalam aspek diskusi, mempererat silaturahmi dan kaderisasi. Dalam menjaga eksistensinya	Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama memfokuskan dalam kegiatan mempertahankan pola kaderisasi organisasi.	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: terletak pada objek penelitian serta teori penelitian yang digunakan.

			<p>IMM juga lebih menekankan segi sosialisasi tentang pengenalan IMM kepada mahasiswa.</p>		
2	<p>Susi Artuti Erda Dewi pada tahun 2020 dengan judul penelitian “strategi komunikasi organisasi Life For Ummah Pekanbaru melalui media sosial dalam upaya mensosialisasikan program kemanusiaan.”</p>	<p>Jenis penelitian ini adalah deskriptif kualitatif, yaitu menyajikan atau secara deskriptif berupa kata-kata tertulis secara mendalam. Pendekatan ini mementingkan pada makna dan bukan kuantitas. Desain penelitian ini bersifat sementara dan fleksibel, yakni desain dapat disesuaikan karena terus menerus sesuai kenyataan dilapangan.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam mensosialisasikan program kemanusiaan <i>life for ummah</i> aktif dan peduli terhadap isu-isu dan kejadian tragedi kemanusiaan, bencana alam yang terjadi di Provinsi Riau khususnya Kota Pekanbaru bahkan tragedi kemanusiaan di dunia misalnya di Palestina, Rohingnya dan lain sebagainya. Strategi komunikasi organisasi <i>Life for Ummah</i> Pekanbaru dalam memanfaatkan media sosial dalam upaya menyebarkan program-program</p>	<p>Persamaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif.</p>	<p>Perbedaannya terletak pada objek dan teori yang digunakan dalam penelitian.</p>

			kerjanya, khususnya program kemanusiaan yaitu dengan menggunakan media-media sosial yang ada.		
3	M. Sirat pada tahun 2022 dengan judul penelitian Strategi Komunikasi Rekrutmen Kader PMII ( Studi Kasus PMII IAIN Madura	Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan pendekatan penelitian secara kualitatif. Menurut Bogda dan Taylor mengemukakan bahwa penelitian yang bersifat kualitatif merupakan proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif yang berupa kata-kata atau tulisan dari orang dan perilaku yang diamati.	Hasil dari penelitian ini adalah Strategi rekrutmen kader PMII IAIN Madura. Pertama yaitu dengan cara melalui persahabatan, satu alumni, dan hubungan satu daerah dan bertatap muka secara langsung atau bertemunya kedua belah pihak. Kedua menggunakan media baik media elektronik maupun media cetak. Ketiga memanfaatkan kader yang ada di organisasi intra untuk sosialisasi. Keempat membuat BIMSUS ( bimbingan masuk) perguruan tinggi bagi mahasiswa	Persamaan pada penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu: sama-sama meneliti dalam rekrutmen dan menarik minat mahasiswa dan sama-sama menggunakan metode kualitatif.	Sedangkan perbedaan penelitian ini dan penelitian terdahulu yaitu, terletak pada objek penelitian dan teori yang digunakan.

			baru. Proses rekrutmen kader PMII IAIN Madura .Pengu rus komisariat melakukan rekrutment dengan cara sosialisasi baik secara online ataupun secara offline.		
--	--	--	---	--	--

## 2.2 Strategi

### 2.2.1 Pengertian Strategi

Secara etimologi kata strategi berasal dari bahasa Yunani kuno yaitu *strategos* yang berarti suatu cara untuk memenangkan pertempuran. Suatu strategi mempunyai dasar-dasar atau skema untuk mencapai sasaran yang dituju. Jadi pada dasarnya strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan yang berarti.

Tujuan-tujuan utama, kebijakan-kebijakan, urutan-urutan aksi kedalam keseluruhan yang saling terkait. Strategi dapat dipandang sebagai pola tujuan, kebijakan, program, tindakan, keputusan atau alokasi sumber daya yang mendefinisikan bagaimana organisasi itu, apa yang dikerjakan organisasi dan mengapa organisasi melakukannya oleh karena itu strategi merupakan peluasan misi guna menjembatani organisasi (atau komunitas) dalam lingkungannya.

Menurut Efendy (2011) strategi pada hakekatnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Strategi adalah hal menetapkan arah kepada “managemen” dalam arti tentang sumber daya di dalam organisasi dan



bagaimana mengidentifikasi mendapat hasil maksimal. Sedangkan menurut David (2011) strategi adalah rencana yang disatukan luas dan berintegrasi yang menghubungkan keunggulan startegis perusahaan dengan tantangan lingkungan, yang dirancang untuk memastikan bahwa tujuan utama dari perusahaan yang dapat dicapai dari pelaksanaan yang tepat oleh organisasi Click or tap here to enter text..

Dari definisi para ahli tersebut dapat penulis tarik kesimpulan bahwa strategi merupakan suatu proses penentuan rencana pimpinan puncak dalam merencanakan serangkaian tindakan termasuk penggunaan metode dan pemanfaatan sumber daya manusia yang mengintegrasikan tujuan utama, kebijakan-kebijakan serta urutan aksi kedalam keseluruhan yang terkait yang didasari oleh tindakan yang bersifat incremental atau senantiasa meningkat berdasarkan sudut pandang tentang apa yang diharapkan para pelanggan dimasa depan. Dari defenisi diatas, dapat disimpulkan bahwa strategi ini meliputi perencanaan dan manajemen, strategi yang baik sangat diperlukan sebagai cara untuk mencapai tujuan suatu perusahaan atau organisasi.

### **2.2.2 Proses Strategi**

Dalam hal ini proses strategi dapat dibagi menjadi tiga tahapan yaitu:

#### **1. Perumusan Strategi**

Dalam perumusan strategi termasuk di dalamnya ada pengembangan tujuan, mengenali dan ancaman eksternal, menetapkan suatu objektivitas, menghasilkan strategi alternative dan memilih strategi untuk dilaksanakan.

#### **2. Implementasi Strategi**

Termasuk pengembangan budaya dalam mendukung strategi, menciptakan struktur organisasi yang efektif, megubah arah, menyiapkan anggaran, mengembangkan, dan memanfaatkan sistem informasi yang masuk implementasi sering pula disebut sebagai tindakan dalam strategi yang telah dirumuskan menjadi tindakan.

### 3. Evaluasi Strategi

Tahap akhir dalam sebuah strategi adalah tahap evaluasi. Tiga macam aktifitas mendasar untuk melakukan evaluasi strategi, yaitu:

- a) Meninjau faktor-faktor eksternal (berupa peluang dan ancaman) dan faktor internal (berupa kekuatan dan kelemahan) yang menjadi dasar asumsi pembuatan strategi.
- b) Mengukur prestasi (membandingkan hasil yang diharapkan dengan kenyataan yang di dapat).
- c) Mengambil tindakan korektif untuk memastikan bahwa prestasi sesuai dengan rencana. Tindakan korektif diperlukan bila tindakan atau hasil tidak sesuai dengan yang dibayangkan semula atau pencapaian yang direncanakan, maka disitulah tindakan korektif diperlukan.

#### **2.2.3 Pengertian Komunikasi**

Komunikasi dapat mengidentifikasi mereka yang membawa perubahan dan memberi cara terbaik untuk menghadapi mereka, memungkinkan telaah kegiatan organisasi saat ini dan memberikan tolok ukur untuk mengukur keberhasilan diwaktu yang akan datang.

Menurut R. Wayne Pace , Brent D. Peterson, dan M. Dallas dalam bukunya, *Techniques for Effective Communication* (1997), menyatakan bahwa tujuan sentral kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu :

Pertama *to secure understanding*, memastikan bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya harus di bina (*to establish acceptance*). Pada akhirnya kegiatan dimotivasikan (*to motivate action*).

Setiap lembaga atau organisasi biasanya melakukan promosi untuk menarik perhatian para mahasiswa baru agar tertrik pada organisasi tersebut. Setiap lembaga atau organisasi memiliki strategi dan cara tersendiri untuk menarik perhatian khalayak. Jadi, apabila suatu lembaga atau organisasi tidak memiliki strategi dan cara khusus maka lembaga tersebut tidak akan bisa menarik perhatian khalayak. Salah satu upaya yang harus dilakukan oleh lembaga atau organisasi adalah menyusun suatu strategi dalam berkomunikasi kepada khalayak.

Dalam perkembangannya, lembaga atau organisasi ini dituntut untuk semakin meningkatkan jumlah anggota, sehingga dalam meningkatkan jumlah anggotanya tidak hanya dikarenakan melihat media promosi yang ada saja, tetapi bisa melalui pembicaraan orang lain dari mulut kemulut sebagai komunikasi antar pribadi.

Semakin banyaknya lembaga atau organisasi yang berdiri dan mereka akan melakukan strategi komunikasi dalam memperkenalkan organisasinya kepada masyarakat dan saling bersaing untuk meningkatkan jumlah anggota melalui mutu dan kualitas organisasi tersebut. namun pertumbuhan dan perkembangan

organisasi dipengaruhi oleh kemampuan administrator dalam melakukan *scanning* lingkungan eksternal, kompetitor lembaga lain, memperhitungkan kompetensi internal, harus dapat menciptakan strategi yang mumpuni untuk memenangkan persaingan. tanpa meninggalkan esensi dari pendidikan itu sendiri. Disinilah letak peran penting pengurus organisasi untuk menunjukkan kemampuannya dalam menganalisis situasi dan kondisi masyarakat atau mahasiswa agar penyusunan program kerja tidak salah arah sebab akan berdampak pada keseluruhan pola manajemen organisasi.

Strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi seperti peta jalan, yang hanya menunjukka arah saja, tapi harus menunjukkan bagaimana taktik oprasionalnya. Begitu pula dengan strategi komunikasi merupakan paduan dari perencanaan komunikasi dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana oprasionalnya secara taktis harus dilakukan. Menurut arifin strategi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang apa yang dilaksanakan guna mencapai tujuan.

Dalam sebuah strategi tidak akan lepas dari yang namanya komunikasi, setiap orang yang hidup dalam masyarakat, sejak bangun tidur sampai tidur lagi, secara kodrat senantiasa terlibat dalam komunikasi.

Komunikasi adalah Istilah komunikasi berasal dari Bahasa latin *commionis*

yang berarti membuat kebersamaan atau membangun kebersaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasalatin yang artinya membagi. *Communication* yang bersumber dari kata.

Secara umum komunikasi dapat diartikan sebagai suatu proses penyampaian pesan dari komunikan kekomunikator dengan maksud untuk mempengaruhi penerima pesan. Dari konsep diatas paling tidak ada duahal yang memaknai komunikasi. *Pertama*, komunikasia dalah suatu proses, yakni aktivitas untuk mencapai tujuan komunikasi itu sendiri. Dengan demikian proses komunikasi terjadi bukan secara kebetulan, melainkan dirancang dan diarahkan kepada pencapaian tujuan. *Kedua*, dalam proses komunikasi ada tiga komponin penting, yakni *peneerima pesan*, yaitu

orang yang akan menyampaikan atau mengomunikasikan sesuatu, *pesan* itu sendiri atau segala sesuatu yang ingin disampaikan atau materi komunikasi dan *penerima pesan*, yaitu orang yang ingin menerima informasi. Ketiga komponen komunikasi tersebut merupakan komponin dasar dalam proses komunikasi manakala hilang salah satu komponin maka hilang pula makna komunikasi.

Banyak ditemukan berbagai pendapat mengenai definisi komunikasi namun dari berbagai definisi tentang komunikasi semuanya tidak ada yang salah, semuanya mengandung unsur-unsur esensial bagi komunikasi. Karena komunikasi berbeda dan terjadi di mana-mana maka berbagi definisi menyentuh semua yang mampudicapai oleh hakikat komunikasi itu. Jadi dalam strategi komunikasi ada strategi pesan dan strategi media. Strategi pesan, berkaitan dengan pengembangan dan penyusunan kerangka pesan agar pesan yang disampaikan sesuai dengan

kebutuhan public dan bisa dipahami pula oleh seorang marketing. Dalam strategi komunikasi yang penting untuk diperhatikan, ada kecenderungan strategi dipandang sebagai cara tunggal yang diberlakukan untuk semua kebijakan, program dan kegiatan yang dilaksanakan suatu lembaga. Padahal lebih tepat, strategi itu disusun berdasarkan tujuan apa yang hendak dicapai.

Agus Hermawan (2012) menyatakan bahwa kesan yang buruk datang dari ketidakpedulian prasangka buruk, sikap dan apatis sehingga humas harus mampu mengubah hal-hal tersebut menjadi pengetahuan, pengertian, penerimaan dan ketertarikan. Karena itulah strategi promosi sangat dibutuhkan untuk mempengaruhi para calon yang bersangkutan melalui berbagai macam kegiatan positif.

Pengurus organisasi mempunyai ruang lingkup kegiatan yang menyangkut banyak manusia, baik di dalam dan di luar. Pengurus organisasi dalam suatu usaha sebagai komunikator mempunyai fungsi ganda, yaitu keluar memberikan informasi kepada khalayak dan ke dalam menyerap reaksi dari khalayak. Perusahaan atau organisasi mempunyai tujuan dan berkehendak untuk mencapai suatu tujuan.<sup>26</sup> untuk memajukan organisasinya dan memiliki kader yang militan.

#### **2.2.4 Komunikasi dalam organisasi**

Organisasi merupakan sekelompok masyarakat yang bekerja sama demi mencapai tujuan tertentu . Organisasi juga dimaknai sebagai suatu unit sosial yang terdiri atas dua orang atau lebih, dikoordinasi dengan sadar, dan berfungsi dalam suatu dasar yang relatif terus-menerus untuk mencapai satu atau serangkaian tujuan.

Secara umum sebuah organisasi setidaknya memiliki 5 elemen berikut.

1. *The operating core*, yaitu para pegawai yang melaksanakan pekerjaan dasar yang berkaitan dengan produksi, baik barang maupun jasa.
2. *The strategic apex*, yaitu seorang pemimpin atau Manajer teratas yang bertanggungjawab penuh atas organisasi tersebut.
3. *The middle line*, yaitu para manager yang menjadi penghubung antara *operating core* dengan *strategic apex*.
4. *The technostructure*, yaitu mereka yang ditugaskan melaksanakan suatu bentuk standarisasi secara khusus dalam organisasi.
5. *The staff support*, yaitu orang-orang yang mengisi unit staf yang memberikan jasa guna mendukung jalannya organisasi.

Sedangkan komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi di dalam organisasi dan komunikasi yang terjadi diantara organisasi dengan lingkungannya yang mendefinisikan organisasi maupun menentukan kondisi-kondisi eksistensi serta arah pergerakannya.

#### **2.2.5 Pola komunikasi dalam organisasi**

Secara umum, pola komunikasi dalam organisasi dibedakan menjadi *formal communication channel* atau saluran komunikasi formal dan *informal communication channel* atau saluran komunikasi nonformal.

1. Saluran Komunikasi Formal, adalah aliran informasi yang mengikuti rantai komando dalam struktur organisasi. Pola komunikasi formal ini dibedakan menjadi top down communication, bottom up communication, horizontal communication.

2. Saluran komunikasi Nonformal, mengalirkan informasi tanpa mengikuti struktur organisasi yang ada. Para pelaku yang terlibat dalam saluran komunikasi non formal tidak memperdulikan jenjang hierarki, pangkat atau kedudukan, maupun jabatan, sehingga dapat berkomunikasi secara luas.

### **2.3 Teori Koorientasi Organisasi**

James Taylor dan beberapa rekan yang melanjutkan gagasan Weick memandang organisasi sebagai suatu proses interaksi tetapi Taylor menguraikan gagasannya dengan cara yang berbeda dengan Weick. Dengan menggabungkan berbagai teori seperti teori mengenai linguistic, wacana dan organisasi, Taylor melalui teorinya yang dinamakan “kooorientasi organisasi” (*coorientation theory of organization*). Teori ini menjelaskan bagaimana organisasi dibangun melalui percakapan. Gagasan Taylor sebenarnya menerima pengaruh cukup kuat dari pemikiran sosiokultural dan fenomenologi, namun Littlejohn dan Foss (2008) menempatkan pemikiran Taylor ini ke dalam tradisi sibernetika, selain karena teori ini memiliki ciri sibernetika yang kuat juga karena teori kooorientasi organisasi merupakan perluasan dari teori yang dikemukakan Karl Weick.

Taylor memulai pemikirannya dengan ide bahwa organisasi terjadi ketika “*two people interact around a particular focus of concern*” (dua orang yang berinteraksi di sekitar suatu fokus perhatian tertentu). Taylor menyebut proses ini dengan nama “kooorientasi” (*coorientation*), yaitu



gagasan bahwa dua orang memberikan perhatian pada suatu objek yang sama ( suatu topik, isu, perhatian, situasi, ide, tujuan, orang, kelompok dan sebagainya ). Ketika para komunikator memberikan perhatian pada objek yang sama atau melakukan koorientasi maka mereka mencoba untuk menegosiasikan suatu makna yang koheren (utuh) terhadap objek yang menjadi perhatian bersama itu.

Menurut Taylor struktur organisasi tidak bersifat tetap tetapi terus menerus mengalami reproduksi atau penciptaan kembali melalui interaksi yang terjadi di setiap tingkatan. Interaksi pada level manajerial merupakan salah satu tipe dari banyak tipe interaksi lainnya, dan semua interaksi memberikan kontribusinya kepada organisasi. Level makro organisasi yang merupakan gambaran dari struktur keseluruhan organisasi dan level mikro yang merupakan interaksi antar anggota organisasi sehari-hari, adalah saling memengaruhi sehingga kita tidak dapat memisahkan struktur keseluruhan organisasi dengan interaksi sehari-hari yang disebut Taylor dengan “percakapan”( *conversation* ).

Proses interpretasi percakapan memberi bentuk dan kehidupan pada organisasi. Menurut Taylor, organisasi merupakan proses yang berputar terus menerus seperti siklus (bersifat sirkuler) di mana interaksi dan interpretasi saling memengaruhi satu sama lain. Dengan kata lain, interaksi mengarah pada makna bersama yang pada gilirannya memengaruhi interaksi selanjutnya. Proses ini akan lebih mudah

dimengerti jika kita dapat memahami perbedaan antara dua konsep teoritis yang diajukan Taylor mengenai percakapan dan teks.

Percakapan adalah interaksi, yaitu perilaku komunikator atau partisipan terhadap lawan bicaranya sedangkan teks adalah apa yang dikatakan atau diucapkan yaitu ide dan isi yang melekat pada Bahasa yang digunakan. Kita tidak dapat melakukan percakapan tanpa teks dan kita tidak akan memiliki teks tanpa percakapan. Proses ini disebut Taylor sebagai “terjemahan ganda” (*double translation*) karena terdiri atas terjemahan pertama dan terjemahan kedua.

Lebih jauh, teori koorientasi mengemukakan jika anda memerhatikan orang berkomunikasi dan melihat bagaimana pola interaksi dan hubungan diantara mereka maka anda tengah memerhatikan “struktur permukaan” suatu organisasi, namun selain itu terdapat pula “struktur dalam.”

1. Struktur permukaan (*surface structure*)

Struktur permukaan organisasi adalah aktivitas sehari-hari anggota organisasi. Aktivitas tersebut bukanlah interaksi yang tidak saling berhubungan atau kebetulan saja. Berbagai kegiatan tersebut pada dasarnya di gerakkan dari “struktur dalam” (*deep structure*) organisasi bersangkutan.

2. Struktur dalam (*deep structure*)

Struktur dalam adalah suatu tata bahasa (*grammar*) atau pengaturan structural yang memberikan organisasi karakternya dan memandu

tindakannya. Struktur dalam adalah suatu jaringan aturan yang rumit mengenai pola-pola interaksi yang diperbolehkan dalam organisasi, kewajiban anggota dan tugas serta tanggung jawab yang diharapkan. Struktur dalam adalah aturan moral atau suatu rasa mengenai bagaimana sesuatu harus dikerjakan.

Terdapat hubungan antara struktur dalam dan struktur permukaan pada organisasi. Struktur dalam dibuat oleh orang-orang yang saling berkomunikasi satu sama lainnya, dan struktur dalam pada gilirannya memandu atau mengarahkan komunikasi itu sendiri sehingga membentuk lingkaran pengaruh yaitu suatu hubungan timbal balik antara struktur dalam dan struktur permukaan yang melibatkan hubungan yang intim di antara dua bentuk terjemahan, dari teks ke percakapan dan dari percakapan kepada teks.

#### **2.4 Kerangka Pemikiran**

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi pergerakan mahasiswa islam Indonesia (PMII) dalam menarik minat organisasi mahasiswa baru, maka diperlukan sosialisasi mengenai pentingnya organisasi bagi seorang mahasiswa dan manfaat untuk mahasiswa ketika mengikuti organisasi sehingga mahasiswa dapat tertarik untuk ikut organisasi khususnya organisasi PMII.

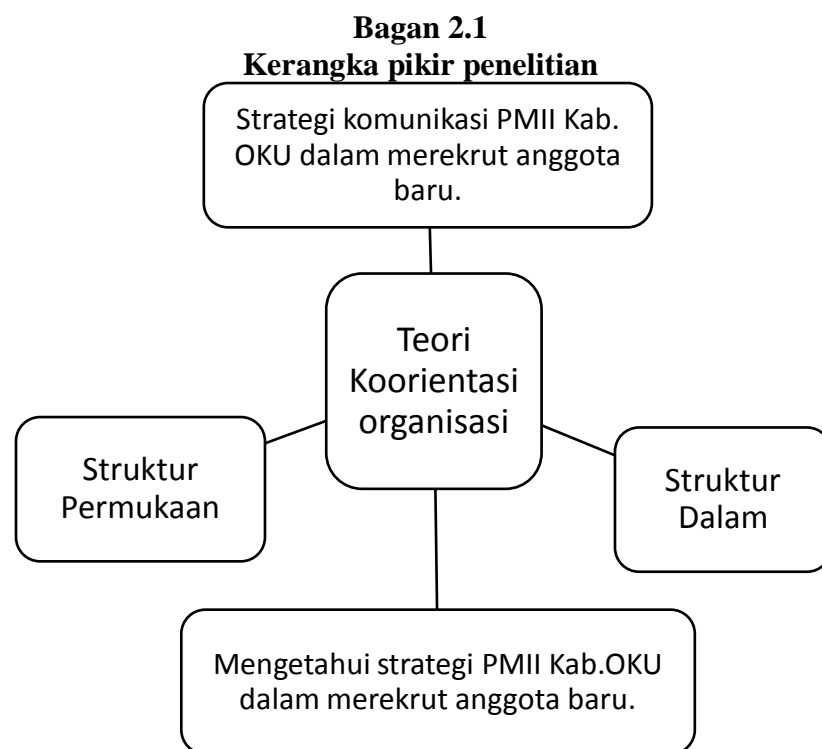
Teori koorientasi organisasi membawa pandangan dan perspektifnya ketika sekelompok orang melakukan interaksi dan sama-sama memiliki kepentingan dalam interaksinya. Koorientasi

dalam organisasi merupakan gagasan bahwa dua orang memberikan perhatian pada satu objek yang sama seperti topik, isi, perhatian, situasi, ide, tujuan, kelompok dan sebagainya. Ketika hasil tercapai maka suatu koorientasi positif dapat tercapai dan kedua pihak menjadi satu tim. PMII merupakan organisasi berbasis mahasiswa ekstra kampus atau luar perguruan tinggi. PMII tentu memiliki strategi dalam menarik minat organisasi pada mahasiswa di perguruan tinggi dengan keberadaan PMII sebagai organisasi ekstra kampus untuk terus mempertahankan eksistensinya. Penelitian ini berfokus pada proses koorientasi dalam organisasi yang terdapat pada organisasi PMII Cabang OKU, mengingat PMII yang dengan segala tuntutan dan tantangannya, diperlukan ko-orientasi yang positif dan budaya organisasi yang tepat agar setiap anggotanya dan calon anggotanya dapat berkomunikasi secara efektif dan efisien serta memberikan manfaat untuk setiap anggotanya.

Teori koorientasi organisasi mengemukakan dua struktur untuk melihat pola-pola interaksi dan hubungan dalam komunikasi yaitu struktur dalam dan struktur permukaan. Struktur dalam fokus pada tata bahasa dan pengaturan structural sehingga memberikan organisasi karakternya untuk memandu tindakannya. Selanjutnya struktur permukaan yaitu aktivitas sehari-hari dari anggota organisasi yang tidak saling berhubungan atau kebetulan saja.

Mengkaji teori koorientasi organisasi dari Taylor, strategi koorientasi organisasi yang ditinjau dari aspek struktur dalam dan struktur luar yang melalui percakapan atau teks. Konsep teori ini digunakan untuk menjadi landasan penelitian, yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh PMII OKU apakah sudah sesuai dalam menarik minat organisasi mahasiswa baru.

Dari uraian data, maka kerangka pemikiran pada penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :



Mengkaji teori koorientasi organisasi dalam melakukan penelitian peneliti melakukan analisis dan pengumpulan data dengan wawancara mendalam kepada narasumber untuk mengetahui strategi yang dilakukan PMII OKU dalam hal rekrutmen anggota baru, untuk itu peneliti memilih teori koorientasi organisasi

yang memiliki dua elemen yang saling berkaitan untuk melihat bagaimana struktur permukaan dan struktur dalam yang dilakukan oleh PMII OKU dalam merekrut anggota baru.

## **BAB III**

### **METODOLOGI PENELITIAN**

#### **3.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian merupakan sudut pandang peneliti dalam memandang realitas yang diteliti. Paradigma adalah suatu set asumsi, konsep, nilai-nilai dan praktek serta cara pandang realitas dalam disiplin ilmu. Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Paradigma konstruktivisme adalah paradigma penelitian yang melihat suatu realita yang dibentuk oleh berbagai macam latar belakang sebagai bentuk realita tersebut. Realita yang disajikan sebagai objek penelitian merupakan suatu tindakan sosial oleh aktor sosial.

Peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme karena peneliti ingin melihat realita dengan melakukan wawancara mendalam kepada informan yang berkaitan, yang dapat memberikan informasi terhadap masalah penelitian ini. Untuk mengetahui Strategi Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia dalam menarik minat organisasi mahasiswa baru .

#### **3.2 Metode Penelitian**

Metode penelitian adalah suatu cara untuk memecahkan masalah ataupun cara membangun ilmu pengetahuan dengan menggunakan metode ilmiah. Metode penelitian yang digunakan peneliti yaitu metode kualitatif. Menurut Lexy J. Moleong penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku,