

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi memegang peranan penting dalam sebuah lembaga, perusahaan ataupun organisasi. Kegiatan komunikasi secara sederhana tidak hanya sekedar menyampaikan pesan informasi tetapi juga mengandung unsur persuasif yakni agar orang lain bersedia menerima suatu pemahaman dan pengaruh maupun melakukan suatu perintah, bujukan dan sebagainya.

Proses aliran informasi merupakan proses yang rumit sehingga membutuhkan mediator sebagai pihak yang menjembatani penyampaian informasi agar tidak terjadi kesalahpahaman antar anggota serta krisis informasi diantara anggota organisasi.

Secara teoritis, kita mengenal beragam tindakan komunikasi berdasarkan pada konteks dimana komunikasi terjadi berdasarkan pada jumlah peserta atau konteks dimana terjadi berdasarkan level-levelnya, yaitu konteks komunikasi interpersonal, komunikasi intrapersonal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Jika dilihat dari beberapa konteks komunikasi diatas, konteks komunikasi yang berhubungan atau sesuai dengan penelitian ini adalah komunikasi organisasi.

Suatu organisasi dapat juga didekati sebagai sebuah objek studi. Sebagian orang menganggap organisasi sebagai suatu objek yang menyenangkan dan

menarik. Tujuan utama mereka adalah untuk memahami organisasi dengan mendeskripsikan komunikasi organisasinya, memahami kehidupan organisasi, dan menemukan bagaimana kehidupan terwujud lewat komunikasi. Pendekatan ini menekankan apa yang sebenarnya terjadi dalam organisasi dan memberikan suatu penjelasan yang jarang ditemukan dalam pendekatan-pendekatan lainnya.

Dilihat dari pengertian diatas disimpulkan bahwa komunikasi organisasi sangat penting, karena sekarang ini banyak orang yang tertarik dan memberi perhatian kepadanya guna mengetahui prinsip dan keahlian komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk mewujudkan tujuan organisasi.

Ada beberapa arus komunikasi yang berlangsung dalam komunikasi organisasi, yaitu arus komunikasi vertical 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 yang lainnya yang satu sama lain berbeda dalam kedudukan dan unitnya.

Ada banyak sekali jenis organisasi di Indonesia, misalnya organisasi kendaraan bermotor baik roda dua maupun empat, organisasi musik, organisasi non profit, organisasi sosial (LSM), organisasi komunitas dan lain-lain. Berdasarkan pada jenis organisasi tersebut, maka jenis organisasi yang akan diteliti adalah organisasi komunitas, karena organisasi ini memiliki satu

ketertarikan yang sama terhadap suatu hal/seseorang. Salah satu organisasi komunitas yang dapat bertahan dan berkembang sampai sekarang adalah Komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals). Maka dari itu, peneliti memilih komunitas Oi (Penggemar Iwan Fals) sebagai objeknya.

Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals) adalah suatu organisasi yang awal muasalnya bernama Iwan Fals Fans Club (IFFC). Nama “Oi” bukan merupakan singkatan ataupun kepanjangan sebuah makna, melainkan hanya sebuah seruan atau ajakan untuk berkumpul, “Oi...”. Berdirinya Komunitas Oi (penggemar Iwan Fals) ini dilatar belakangi karena terlalu banyaknya penggemar Iwan Fals, serta atas rasa keprihatinan para penggemar Iwan Fals terhadap konser Iwan Fals yang tidak diberikan izin karena dianggap selalu membuat keributan. Maka dari itu, pihak manajemen Iwan Fals mengundang 300 orang perwakilan dari beberapa daerah untuk membentuk Komunitas Oi. Setelah terbentuknya Komunitas Oi, seluruh penggemar Iwan Fals menjadi lebih terorganisir, sehingga tidak ada lagi pencekalan terhadap konser yang dilakukan Iwan Fals. (Hadiyanto, 2008:67)

Iwan Fals merupakan satu-satunya artis di Indonesia yang melahirkan atau membentuk sebuah organisasi. Dan sampai saat ini Komunitas Oi mampu bertahan dalam jumlah anggota yang sangat banyak, dan tercatat kurang lebih ada 14 juta anggota yang tersebar diseluruh Indonesia, bahkan ada di beberapa negara (Jepang, Malaysia, Amerika Serikat tepatnya di Boston dan Arab). Oi memiliki kantor di 72 Kota dari 23 Provinsi di Indonesia. Kantor pusatnya dirumah Iwan Fals di desa Leuwinanggung.(Hadiyanto,2008:68).

Peneliti memilih Organisasi Oi sebagai objek penelitian ini karena Komunitas Oi lebih menekankan pada pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang dapat melakukan perubahan secara realitas sosial, mengingat banyak sekali anggota yang berkualitas dibidangnya masing-masing dengan berbagai profesi dalam struktur kemasyarakatan.

Selain itu komunitas ini tidak seperti *fans club* kebanyakan, yang apabila bertemu dengan idolanya mereka hanya sekedar berfoto bersama atau meminta tandatangan. Komunitas ini tidak berorientasi pada kegiatan foto ataupun

tandatangan, melainkan lebih mengarah pada kegiatan-kegiatan positif, seperti pada acara jambore, kegiatan ini dijadikan ajang kreatifitas. Pada kegiatan ini anggota Oi diberikan kesempatan untuk menunjukkan potensi dan bakat yang dimiliki masing-masing dari anggota, misalnya lomba olahraga, kreasi seni, menciptakan lagu dan lain lain. Organisasi Komunitas ini tidak hanya fokus pada Iwan Fals, tetapi pada kemajuan dan kesejahteraan anggotanya.

Tujuan terbentuknya Oi adalah untuk mempersatukan para penggemar Iwan Fals dan simpatisannya dalam sebuah wadah organisasi. Komunikasi dalam organisasi tidak akan selamanya berjalan mulus dan lancar sesuai dengan yang diharapkan. Hambatan akan seringkali dijumpai dalam suatu organisasi seperti terjadi salah pengertian antara satu anggota dengan anggota lainnya mengenai pesan yang mereka sampaikan dalam berkomunikasi.

Solidaritas dalam sebuah organisasi sangat dibutuhkan, karena untuk dapat mempertahankan suatu organisasi harus terjalin kerjasama yang baik didalamnya. Jadi jika dalam suatu organisasi ada salah satu anggota ataupun kelompok yang tidak solid maka biasanya organisasi itu tidak akan bertahan lama.

Dengan meluasnya wilayah dan meningkatnya jumlah anggota, komunikasi dalam organisasi tentu menjadi suatu hal yang sulit dan kompleks untuk dilakukan. Tetapi kondisi Komunitas Oi yang hingga kini masih dapat bertahan dan terus berkembang menunjukkan kemampuan Komunitas Oi untuk mengelola komunikasi organisasi tersebut dengan sangat baik.

Begitu pesat perkembangan penggemar Iwan Fals, baik didalam maupun diluar negeri merupakan sebuah respon diluar dugaan membuat Oi harus mengurus dan *manage* penggemar Iwan Fals yang begitu banyak itu dengan lebih tertata.

Oleh sebab itu dibuatlah struktur kepengurusan Oi dari Pusat sampai daerah, yang terdiri dari empat kepengurusan, yaitu Badan Pengurus Pusat (BPP), Badan Pengurus Wilayah (BPW), Badan Pengurus Kota (BPK), dan Badan Pengurus Kelompk (BPKel). Dengan adanya pembagian ini diharapkan komunikasi yang terjadi didalam organisasi tersebut dapat berlangsung secara maksimal. Dibawah binaan Badan Pengurus Kota (BPK), komunitas Oi ini dibagi menjadi beberapa kelompok-kelompok.

Peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam mengenai Oi. Sebagai sebuah organisasi massa yang bertahan dan berkembang selama kurang lebih lima belas tahun hingga kini bagaimana Oi sendiri memahami dan mendeskripsikan komunikasi organisasinya. Bagaimana pendekatan-pendekatan tersebut dilakukan dalam suatu komunikasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan medianya, orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skilnya.

Peneliti memilih Komunitas Oi sebagai objek penelitian ini, karena Komunitas Oi lebih menekankan pada pemberdayaan Sumber Daya Manusia (SDM) yang menekankan pada realitas sosial, mengingat banyak sekali anggota yang berkualitas dibidangnya masing-masing dengan berbagai profesi dalam struktur kemasyarakatan.

I.2 Fokus Penelitian

Organisasi Oi adalah sebuah organisasi massa berskala nasional yang bergerak dan aktif dalam bidang sosial dan pemberdayaan. Oi sebagai wadah pembinaan dan pemberdayaan kreatifitas anggota-anggota Oi pada khususnya dan pada masyarakat umumnya terutama dalam bidang kesenian, olah raga, pendidikan dan perpustakaan maupun niaga. Berpusat di Desa Leuwinanggung, Cimanggis-Depok, Badan Pengurus Pusat (BPP)Oi memimpin dan mengendalikan jalannya Organisasi Oi secara nasional.

BPK Oi Jakarta Barat memiliki 15 Kelompok yang tersebar diseluruh kotamadya Jakarta Barat. Berdiri pada tanggal 12 September 1999, Oi Jakarta Barat sepakat untuk menempatkan dirinya sebagai pelopor komitmen “Oi untuk pemberdayaan”. Komitmen ini didasari dari cita-cita luhur pemrakarsa terbentuknya Oi itu sendiri.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih dalam tentang pendekatan komunikasi organisasi yang terjadi pada Organisasi Oi dimana Organisasi ini begitu kompleks (membentuk BPP,BPW,BPK,BPKel), sehingga peneliti tertarik untuk mengkajinya lebih dalam.

Bagaimana komunikasi organisasi Oi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal, Bagaimana komunikasi organisasi Oi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah dan medianya, Bagaimana Komunikasi Organisasi Oi

meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skilnya.

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka identifikasi masalah pada penelitian ini yaitu Pendekatan Komunikasi dengan meninjau komunikasi dari BPP Oi (Depok) sampai pada BPK Oi Jakarta Barat dan Kelompok. Penulis merumuskan fokus penelitian yaitu **“BAGAIMANA PENDEKATAN KOMUNIKASI ORGANISASI OI MULAI DARI BADAN PENGURUS PUSAT, BADAN PENGURUS WILAYAH JAKARTA, BADAN PENGURUS KOTA JAKARTA BARAT HINGGA BADAN PENGURUS KELOMPOK.**

I.3 Tujuan Penelitian

Berkaitan dengan masalah yang diteliti maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah :

1. Untuk mengetahui **Fungsi** komunikasi organisasi pada Oi (Penggemar Iwan Fals) di masing-masing Badan Kepengurusan (BPP, BPW, BPK, BPKel).
2. Untuk mengetahui **Pola** komunikasi organisasi pada Oi dari Badan Pengurus Pusat (BPP) hingga Badan Pengurus Kelompok (BPKel).
3. Untuk mengetahui **Pendekatan** organisasi dalam Oi dari Badan Pengurus Pusat (BPP) hingga Badan Pengurus Kelompok (BPKel).

4. Untuk mengetahui **hambatan** komunikasi organisasi dalam Oi dari Badan Pengurus Pusat (BPP) hingga Badan Pengurus Kelompok (BPKel).

I.4 Manfaat Penelitian

I.4.1 Manfaat Teoritis

Diharapkan dapat menjadi bahan masukan bagi perkembangan konsep dan teori Komunikasi Organisasi, serta keberlakuannya dalam sebuah Organisasi Komunitas.

I.4.2 Manfaat Praktis

Diharapkan dapat menjadi bahan evaluasi dan masukan bagi Organisasi Oi dalam memilih strategi komunikasi yang tepat, sekaligus kepada komunitas sejenis yang melakukan pendekatan yang sama dalam upaya meningkatkan kemampuan berkomunikasi pada organisasi.

I.5 Sistematika Penulisan

Penjabaran hasil penelitian ini terdiri dari lima bab, dengan perincian tiap bab sebagai berikut :

BAB 1 PENDAHULUAN

Berisi uraian mengenai latar belakang masalah, fokus penelitian, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA

Berisi uraian mengenai kerangka teori, definisi konsep, dan kerangka pemikiran sebagai landasan dalam menjawab fokus permasalahan secara teoritis.

BAB 3 METODOLOGI PENELITIAN

Berisi uraian mengenai desain penelitian, unit analisis, key informan & informan, instrumen, reliabilitas data, dan analisis data.

BAB 4 HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Berisi uraian mengenai subjek penelitian, hasil penelitian dan pembahasan.

BAB 5 PENUTUP

Berisi kesimpulan dan saran hasil penelitian .