

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Kemajuan teknologi adalah suatu hal yang tidak bisa dihindari dalam kehidupan saat ini, karena kemajuan teknologi akan berjalan sesuai dengan kemajuan ilmu pengetahuan. Pada dasarnya teknologi merupakan alat bantu kemampuan diri manusia yang telah menjadi sebuah kekuatan otonom yang justru membatasi perilaku serta gaya hidup manusia. Perkembangan teknologi memang sangat diperlukan, setiap inovasi diciptakan untuk memberikan manfaat positif bagi kehidupan manusia dan memberikan cara baru dalam melakukan aktivitas. (Nasution, 2017: 190).

Pada era digital saat ini, media sosial melahirkan kebutuhan primer bagi setiap orang. Kehadiran media sosial memudahkan orang-orang untuk mengakses apa pun dan di mana pun serta mempermudah memenuhi kebutuhan hidup. Fungsi utama media sosial ialah memudahkan orang untuk berkomunikasi tanpa batas ruang dan waktu, memberikan informasi dari belahan dunia manapun. Selain itu, media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi untuk kategori komunikasi adalah aplikasi media sosial *WhatsApp Messenger*.

WhatsApp merupakan sebuah aplikasi media sosial yang dirancang untuk memudahkan penggunanya dalam berkomunikasi melalui berbagai macam fitur yang tersedia. Beberapa fitur yang ada pada aplikasi *WhatsApp* antara lain *Chat Group*, *Whats App* di *Web* dan *Desktop*, Panggilan Suara dan Video *WhatsApp*, Enkripsi *End-To-End*, Pengiriman Foto dan Video, Pesan Suara, dan Dokumen. Media sosial *WhatsApp* melalui beragam fitur yang disediakan dapat digunakan untuk kegiatan yang lebih bermanfaat. (Abdulhak dan Darmawan, 2015:110)

Di kehidupan aktivitas Mahasiswa saat ini, keberadaan *Whatsapp Messenger* memudahkan mahasiswa untuk saling bertukar informasi sehingga hal ini merupakan bagian dari efek positif dari media social serta efek negatifnya adalah menimbulkan kecanduan terhadap media sosial, hal itu dapat merubah cara berpikir dan perilaku seseorang. Berkembangnya media sosial membuat tujuannya meluas selain sebagai sarana untuk memberi atau menerima informasi dan komunikasi sehingga perilaku komunikasi akan ikut berubah.

Perilaku komunikasi pada dasarnya adalah perilaku manusia dalam berinteraksi untuk memenuhi kebutuhan hidup. Keberadaan media teknologi yang canggih saat ini menjadi perantara komunikasi yang sangat digemari dan dirasa mudah oleh kalangan mahasiswa sehingga berdampak pada melimpahnya informasi yang beredar di masyarakat khususnya melalui *Whatsapp Messenger*.

Di Universitas Islam Sultan Agung khususnya Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi, sesuai dengan pengamatan awal bahwa mahasiswa di universitas berlomba memakai handphone canggih dengan kapasitas yang lebih tinggi agar dapat menggunakan semua media sosial serta memiliki kamera dengan kualitas gambar paling baik. Hal ini dikarenakan dengan memiliki media sosial khususnya *Whatsapp Messenger* perilaku komunikasi akan sangat mudah dirasakan mahasiswa karena tidak perlu bertatap muka meskipun harus memberi atau menerima informasi.

Mahasiswa dalam kehidupan di perguruan tinggi memiliki berbagai macam kegiatan dan aktivitas salah satunya adalah kegiatan yang ada di organisasi kemahasiswaan salah satunya adalah Badan Eksekutif Mahasiswa selanjutnya disebut BEM fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi. Dalam hal ini, mahasiswa yang tergabung dalam organisasi kemahasiswaan BEM ini juga memiliki perilaku komunikasi yang dilakukan melalui media sosial *Whatsapp Messenger*.

Dalam konteks organisasi kemahasiswaan, keberadaan WhatsApp sangat penting karena dimanfaatkan untuk kepentingan informasi kinerja dan kegiatan BEM serta memudahkan dalam berkoordinasi serta penyampaian informasi. Dalam hal ini komunitas anggota BEM sendiri memanfaatkan fitur Whatsapp sebagai media diskusi dimana dengan membentuk grup sebagai wadah penyampaian informasi secara cepat. Whatsapp Grup selanjutnya

disebut WAG ini menjadi hal yang tidak terpisahkan dalam proses kerja dan aktivitas mahasiswa BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi.

Pada observasi dan pemerolehan data awal, WAG yang digunakan oleh organisasi kemahasiswaan BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi ternyata tidak selancar yang dibayangkan karena ditemui dalam studi awal adalah ada anggota BEM Fakultas yang membentuk grup whatsapp sendiri di luar grup whatsapp khusus organisasi kemahasiswaan BEM dengan alasan pembicaraan atau *chatting* di luar keperluan BEM sehingga lebih merekatkan kekeluargaan dan kedekatan antar anggota. Hal ini disampaikan seorang narasumber sebagai berikut :

“Iya mas ada WAG resmi dan itu memudahkan sekali untuk berkomunikasi namun mas juga dibentuk WAG berbeda untuk berkomunikasi hal lain selain mengenai informasi kinerja atau kegiatan kampus mas. Jadi ya memang ada 2 grup berbeda”

Senada dengan yang dikemukakan oleh narasumber lain, sebagai berikut:

“Iya betul kita punya 2 WAG mas WAG resmi dan tidak resmi kalau saya bilang ya guyonan soalnya gini lo mas masalahnya kalau kita nanti ngobrol di grup resmi kan tidak semua sependapat tapi juga tidak menutup kemungkinan ada grup di dalam grup juga kan tidak semua sependapat mas bisa jadi mereka yang punya grup kecil akan membahas hal di grup lain”.

Sesuai dengan pendapat tersebut di atas menunjukkan bahwa dengan adanya beberapa kelompok yang dibuat WAG dalam organisasi akan menyebabkan pola komunikasi yang mengerucut karena ada kerancuan dalam setiap interaksi, di lain sisi pembicaraan di grup whatsapp yang dikatakan non resmi akan menjadikan banyak kesalahpahaman antar anggota bagi yang tidak bisa menerima pendapat. Hal ini juga disampaikan oleh narasumber sebagai berikut:

“Ya mas rancu juga banyak WAG kadang saya bingung, sebagai suatu contoh ketika ada acara di fakultas yang tentunya telah disampaikan dalam grup whatsapp organisasi resmi namun ada yang tidak sependapat maka akan menimbulkan konflik komunikasi yang dibahas di grup whatsapp internal yang non resmi. Selain itu misalnya akan menjadikan rancu dobel informasi sehingga terkadang informasi penting justru dianggap hoax atau sebaliknya. Hal ini tentu kurang menjaga privasi ormawa sendiri di luar visi misi organisasi”.

Di dalam sebuah organisasi jelas dibutuhkan adanya komunikasi yang baik antar individu di dalam organisasi tersebut maupun antara organisasi satu dengan yang lainnya. Hal ini berarti bahwa komunikasi organisasi yang baik akan sangat mempengaruhi kinerja dalam suatu organisasi tersebut. Komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Dalam hal ini komunikasi organisasi merupakan perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. (Morrison, 2013:34).

Melalui organisasi maka sebuah sistem yang terbuka serta dinamis yang secara tidak langsung melahirkan saling tukar menukar informasi satu sama lain. Hal ini dikarenakan kegiatan yang berkali-kali serta tiada hentinya tersebut maka diucapkan sebagai suatu proses. Dalam organisasi hal inilah yang membedakan komunikasi organisasi maupun individu dalam grup WA yang benar-benar resmi membahas acara organisasi dengan grup WA yang hanya sebatas menjalin silaturahmi.

Berkaitan dengan permasalahan fenomena yang terjadi tersebut maka akan berdampak pada pola perilaku seseorang karena melalui media sosial *whatsapp grup* maka akan terbentuk perilaku pada seseorang khususnya perilaku komunikasi antar mahasiswa yang tergabung dalam komunikasi organisasi anggota ormawa BEM Fakultas. Ketika komunikasi terjadi di antara anggota dari kelompok kerja yang sama atau sesama staf yang sederajat, kita menggambarkannya sebagai komunikasi lateral/ horizontal. Dalam hal inilah peran WAG sangat sesuai menjadi fenomena yang dapat diangkat.

Pada dasarnya komunikasi yang terjalin via *chat* terkadang tidak semua orang akan sama penerimaannya karena sesuai dengan konsep perilaku oleh Skinner (2013) bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsangan dari luar). Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori skiner disebut teori "S-O-R" atau stimulus-organisme-respon. Skinner membedakan adanya dua proses meliputi respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu serta respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Maka dari itulah keberadaan **Grup Media Sosial "Whatsapp"** menjadi bagian dari salah satu rangsangan terhadap perilaku komunikasi seseorang terutama komunikasi organisasi.

Penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh Wonodihadrjo (2014) bahwa Konsep diri seseorang mengarah kepada konsep diri yang positif setelah mereka bergabung dalam sebuah komunitas, hal ini berarti bahwa komunikasi kelompok terbentuk konsep diri positif seseorang. Persamaannya adalah menggunakan landasan teori yang sama yaitu komunikasi yang membentuk sebuah perilaku hanya saja sebelumnya dibentuk perilaku konsep diri sedangkan yang dilakukan peneliti hanya membentuk pola perilaku dan akan diketahui setelah hasil penelitian selesai.

Lain halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Rahmansari (2017) bahwa yang menyatakan bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pegawai sangat dibantu oleh aplikasi WhatsApp karena dapat mendukung fungsi komunikasi organisasi yang meliputi fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, dan fungsi relasional tetap dapat terkomunikasikan, dengan percepatan dan efisiensi dari fasilitas aplikasi WhatsApp yang ditawarkan. Persamaan mendasar penelitian sebelumnya menggunakan teori komunikasi organisasi sedangkan dalam penelitian ini lebih fokus pada teori komunikasi organisasi yang ada dalam lingkup organisasi lebih kecil.

Beberapa fenomena yang ditemukan tersebut di atas menunjukkan bahwa aplikasi Whatsapp Grup merupakan media sosial yang sangat membantu dalam mengubah perilaku komunikasi seseorang sehingga sebagai ajang bagi mahasiswa untuk memudahkan bertemu atau menjalin silaturahmi tanpa harus bertatap muka. Maka Urgensi penelitian ini penting dilakukan

karena bagi peneliti untuk mengetahui pola perilaku mahasiswa yang tergabung menjadi anggota BEM dan menjalani komunikasi organisasi melalui fitur aplikasi Whatsapp sehingga sesuai dengan uraian tersebut di atas maka peneliti tertarik untuk mengkaji mengenai **“Analisis Perilaku Komunikasi Organisasi Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Dalam Grup Whatsapp (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang)”**.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang tersebut di atas maka rumusan masalahnya adalah bagaimana Perilaku Komunikasi Organisasi Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Dalam Grup Whatsapp (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang)?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan uraian latar belakang dan rumusan masalah tersebut di atas maka tujuan penelitian ini untuk mengetahui Perilaku Komunikasi Organisasi Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Dalam Grup Whatsapp (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang)”

## **1.4 Signifikansi Penelitian**

### **1. Signifikansi Akademis**

Melalui kajian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan komunikasi dewasa ini. Khususnya bagi mahasiswa untuk terus mengembangkan dan memberikan sumbangan yang cukup

berarti bagi perkembangan ilmu komunikasi, khususnya teori-teori dalam komunikasi Organisasi.

## 2. Signifikansi Praktis

Secara praktis, penelitian ini dapat memberi referensi bacaan untuk publik. Menambah ilmu dan memperluas wawasan sebagai paduan atau rekomendasi bagi praktisi komunikasi, terutama yang berhubungan dengan objek tentang membangun pola perilaku baru dalam komunikasi Organisasi antar mahasiswa.

## 3. Signifikansi Sosial

Sebagai informasi wawasan dan wacana pengetahuan dengan pendekatan teoritis dan praktis bagi pemerhati kajian komunikasi Organisasi.

## **1.5 Kerangka Teori**

### **1.5.1 Paradigma Penelitian**

Paradigma penelitian adalah kerangka berpikir yang menjelaskan bagaimana cara pandang peneliti terhadap fakta kehidupan sosial dan perlakuan peneliti terhadap ilmu atau teori. Paradigma penelitian juga menjelaskan bagaimana peneliti memahami suatu masalah, serta kriteria pengujian sebagai landasan untuk menjawab masalah penelitian (Sugiyono, 2017:88).

Pada penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma kualitatif. Paradigma kualitatif ini mewujudkan paradigma penelitian yang

menekankan pada pemahaman mengenai masalah-masalah dalam kehidupan sosial berdasarkan kondisi realitas atau natural setting yang holistik, kompleks, dan rinci. Penelitian yang memakai pendekatan induksi mempunyai tujuan penyusunan konstruksi teori atau hipotesis melalui pengungkapan fakta adalah penelitian yang menggunakan paradigma kualitatif. Paradigma ini disebut juga dengan pendekatan konstruktifis, naturalistik atau interpretatif (*constructivist, naturalistic or interpretative approach*), atau perspektif post-modern.

### 1.5.2 *State of the Art*

| No | Nama Penulis  | Judul Penelitian  | Metode Penelitian   | Hasil Penelitian   |
|----|---|---|---|--|
| 1. | Riskyta Rahmansari (2017)<br>Jurusan Hubungan Masyarakat, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo | Penggunaan Aplikasi WhatsApp dalam Komunikasi Organisasi Pegawai Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Sidoarjo | Penelitian ini merupakan penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Prosedur pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini ialah dengan melakukan wawancara semi terstruktur, dokumentasi, dan observasi pada Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo. Setelah memperoleh data, kemudian data dianalisis dengan menggunakan analisis | Hasil penelitian ini menerangkan bahwa komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pegawai di Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo sangat dibantu oleh aplikasi WhatsApp. Aplikasi WhatsApp memiliki peran penting dalam mendukung fungsi komunikasi organisasi yang meliputi fungsi produksi dan pengaturan, fungsi pembaharuan, fungsi pemeliharaan, fungsi tugas, fungsi perintah, dan fungsi relasional tetap dapat terkomunikasikan, dengan percepatan dan efisiensi dari fasilitas aplikasi WhatsApp yang ditawarkan. Namun masih terdapat beberapa kendala yang dialami dalam komunikasi organisasi |

|    |  |   |  |   |
|----|--|---|--|---|
|    |  |   | deskriptif, dengan melakukan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.   | yang terjadi di Dinas Lingkungan Hidup dan Kebersihan Kabupaten Sidoarjo dengan menggunakan aplikasi WhatsApp, yakni kendala baterai telepon genggam yang cepat habis dan kesulitan dalam mencari sinyal yang baik ketika berada di lapangan.   |
| 2. | Amrin Tegar Sentosa (2015) Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman | Pola Komunikasi Dalam Proses Interaksi Sosial Di Pondok Pesantren Nurul Islam Samarinda | Penelitian ini termasuk studi deskriptif kualitatif yaitu penelitian yang hanya menggambarkan , meringkas berbagai kondisi dan situasi yang ada. Data dalam penelitian ini diperoleh melalui teknik observasi guna mendapatkan dan mengumpulkan data-data yang valid untuk mendukung penelitian. | Hasil penelitian menunjukkan bahwa Pola komunikasi yang dilakukan kelompok heterogen adalah sangat baik menggunakan empat pola komunikasi yaitu primer, sekunder, linear dan sekuler. Pola komunikasi primer yaitu dilakukan secara langsung melalui forum pertemuan kelompok. Kemudian pola komunikasi sekunder dilakukan melalui media elektronik berupa handphone lewat pesan singkat sms atau telepon langsung, juga lewat media madding, pola komunikasi linear yaitu dilakukan melalui pertemuan kelompok dan pola komunikasi sekuler yaitu adanya tanggapan santriwan mengenai kegiatan proses interaksi sosial. |

|    |  |  |  |  |
|----|--|--|--|--|
| 3. | Arief Fajar (2016) Program Pascasarjana Ilmu Komunikasi, Universitas Sebelas Maret Surakarta | The Group; Kunci Relasi dalam Konteks Komunikasi Kelompok (Pemetaan Tradisi Teori Komunikasi mengenai Komunikasi Kelompok dalam Pandangan Stephen W. Littlejohn) | Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan kajian pustaka yang berasal dari berbagai macam literatur ilmiah berupa buku, jurnal, artikel, bertia dll. | Berdasarkan pembahasan yang disajikan, maka dapat diambil kesimpulan kajian komunikasi komunikasi dalam Pemetaan Tradisi Teori Komunikasi dari Stephen W. Littlejohn sebagai berikut; 1) Fokus utama dalam kajian komunikasi kelompok adalah fase pengambilan keputusan dalam kelompok merupakan interaksi penyepakatan melalui komunikasi kelompok. 2) Ada dua topik besar yang bisa dikaji dalam kajian komunikasi kelompok lewat tradisi komunikasi menurut Littlejohn. Pertama; keberadaan individu sendiri dalam membentuk dan mengelola kelompok lewat conversation berkonteks kelompok. Kedua, memilah aktifitas atau menjaga keberlangsungan dengan pembagian struktur dan tugas lewat kelompok itu sendiri. |
| 4. | Felicia Wonodihadrjo (2014) Prodi Ilmu Komunikasi, Universitas Kristen Petra Surabaya        | Komunikasi Kelompok Yang Mempengaruhi Konsep Diri Dalam Komunitas Cosplay "COSURA" Surabaya  | Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode Kuantitatif deskriptif.   | Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa Konsep diri remaja anggota komunitas cosplay ini mengarah kepada konsep diri yang positif setelah mereka bergabung dalam komunitas ini.  |

Sumber: Data Peneliti diolah, 2019

### 1.5.3 Kajian Teori

Teori yang menjadi landasan pada penelitian ini adalah *new media*, teori perilaku serta teori *uses and effect*.

#### 1. Teori *New Media*

Dalam perspektif studi media atau komunikasi massa, media online menjadi kajian teori “media baru”, yaitu istilah yang mengacu pada permintaan akses ke konten (isi/informasi) kapan saja, di mana saja, pada setiap perangkat digital serta umpan balik pengguna interaktif, partisipasi kreatif, dan pembentukan komunitas sekitar konten media, juga aspek generasi “*real-time*” (Romli, 2012:31). Teori media baru membahas tentang perkembangan teknologi komunikasi pada jaman global sekarang ini. Hal yang memisahkan suatu media lama dengan media baru ialah media baru melepaskan batasan percetakan dan model penyiaran.

Media baru (*new media*) adalah sebuah terminologi untuk menjelaskan konvergensi antara teknologi komunikasi digital yang terkomputerisasi serta terhubung ke dalam jaringan. Ciri utama media baru ialah adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaan yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada di mana - mana (McQuail, 2011:43).

McQuail (2011:157), merujuk karakteristik kunci untuk membedakan media lama dengan media baru dari perspektif pengguna :

- a) Interaktivitasnya
- b) Kehadiran sosial dialami oleh pengguna
- c) Kekayaan media dimana jangkauan di mana media dapat menjembatani kerangka referensi yang berbeda, memberikan lebih banyak petunjuk
- d) Otonomi, mandiri dari sumber
- e) Kegunaan untuk hiburan dan kesenangan
- f) Privasi
- g) Personalisasi, derajat di mana konten dan penggunaan menjadi personal dan unik

## 2. Konsep Perilaku Komunikasi

Perilaku atau kegiatan dalam pengertian yang luas, adalah perilaku yang menampak (*overt behavior*) dan atau perilaku yang tidak menampak (*inert behavior*), demikian pula aktivitas – aktivitas dan kognitif. Sedangkan perilaku komunikasi sendiri yaitu suatu tindakan atau perilaku komunikasi baik itu berupa verbal ataupun non verbal yang terdapat pada tingkah laku seseorang.

Komunikasi bergerak menyertakan unsur lingkungan sebagai wahana yang "mencipta" cara komunikasi itu berlangsung. Porter dan Samovar, dalam Mulyana (2014) menjelaskan bahwa alih-alih komunikasi ialah matrik tindakan - tindakan sosial yang rumit dan saling berinteraksi, serta terjadi dalam suatu lingkungan sosial yang kompleks. Lingkungan sosial ini menggambarkan bagaimana orang hidup, dan berinteraksi

kepada orang lain, lingkungan sosial ini merupakan budaya, dan bila akan benar-benar memahami komunikasi, maka harus mengerti budaya.

Skinner (2013) seorang ahli psikologi, merumuskan bahwa perilaku merupakan respon atau reaksi seseorang terhadap stimulus (rangsang dari luar). Oleh karena perilaku ini terjadi melalui proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespon, maka teori skinner disebut teori "S-O-R" atau stimulus-organisme-respon. Skinner membedakan adanya dua proses.

- a) Respondent respon atau *reflexive*, yakni respon yang ditimbulkan oleh rangsangan-rangsangan (stimulus) tertentu. Stimulus semacam ini disebut *eliciting stimulation* karena menimbulkan respon-respon yang relatif.
- b) Operant respon atau instrumental respon, yakni respon yang timbul dan berkembang kemudian diikuti oleh stimulus atau perangsang tertentu. Perangsang ini disebut *reinforcing stimulation* atau *reinforce*, karena memperkuat respon.

Sementara itu komunikasi memegang kontribusi penting dalam aktivitas manusia. Jackson (2015) "*we can not not communicate*", apalagi ketika berdoa sekalipun. Komunikasi berasal dari Bahasa latin yakni *communico* yang artinya membagi gagasan, ide atau pikiran; *communication* dalam bahasa inggris, *communicate* dari kata Bahasa Belanda. Komunikasi akan berjalan dengan baik bila ada kesamaan makna antara komunikator dan komunikan. Menurut Beamer dan Varner (2014)

menyatakan bahwa komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pendapat, pikiran, perasaan terhadap orang lain yang di pengaruhi oleh lingkungan sosial dan budayanya.

Jadi pengertian tentang perilaku komunikasi adalah suatu aktifitas atau tindakan manusia dari proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons, yang dipengaruhi lima unsur komunikasi Menurut Harold Lasswell yakni siapa, apa, dengan saluran apa, kepada siapa, dengan akibat atau hasil apa (*who? says what? in which channel? to whom? with what effect?*). dan komunikasi akan berlangsung dengan baik dan berhasil apa bila ada kesamaan makna antara komunikator dan komunikan yang di tunjukkan kepada komunikan dengan pesan non-verbal atau gerak tubuh.

### **3. Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Komunikasi**

Faktor yang mengubah perilaku komunikasi Menurut *Green* (2011) maka perilaku itu sendiri dipengaruhi oleh berbagai faktor-faktor yaitu :

- a) Terwujud pada sikap dan perilaku petugas lainnya merupakan sebuah faktor predisposisi yang terwujud dalam pengetahuan, sikap, kepercayaan keyakinan, nilai - nilai dan motivasi.
- b) Factor *enabling*/pendukung yang terbentuk dalam lingkungan fisik, tersedia atau tidak tersedianya fasilitas - fasilitas atau sarana - sarana kesehatan. Misalnya : pusat pelayanan kesehatan.
- c) Factor *reenforcing*/pendorong terhadap kelompok referensi dari perilaku masyarakat.

Adapun diungkapkan oleh Tim ahli WHO (1984) dalam Green (2011) maka yang membawa seseorang itu bersikap ada empat alasan pokok, yaitu

- a) Pemikiran serta perasaan, bentuk pemikiran dan perasaan ini merupakan pengetahuan, kepercayaan, sikap dan lain-lain.
- b) Orang penting seperti acuan apabila itu penting bagi kita, lalu apapun yang dikatakan dan lakukan mengarah untuk kita.
- c) Sumber - sumber daya yang termasuk merupakan fasilitas-fasilitas misalnya: waktu, uang, tenaga kerja, ketrampilan dan pelayanan. Dampak sumber daya pada perilaku dapat bersifat positif serta negatif.
- d) Kebudayaan perilaku normal, kebiasaan, nilai-nilai serta pengadaan sumber daya di dalam sebuah masyarakat akan menghasilkan satu pola hidup yang disebut kebudayaan. Perilaku yang normal menjadi satu aspek dari kebudayaan dan selanjutnya kebudayaan memiliki pengaruh yang dalam kepada perilaku.

#### **4. Bentuk Perilaku Komunikasi**

- a) Perilaku tertutup adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk terselubung atau tertutup. Respon atau aksi terhadap stimulus ini masih terbatas pada perhatian, persepsi, pengetahuan/kesadaran dan sikap yang terjadi belum bisa diamati secara jelas oleh orang lain.
- b) Perilaku terbuka adalah respon seseorang terhadap stimulus dalam bentuk tindakan nyata atau terbuka. Respon terhadap stimulus tersebut jelas dalam bentuk tindakan atau praktek (*practice*).

## 5. Pembentukan Perilaku

Perilaku manusia pada kehidupannya dipengaruhi dengan banyak faktor yang melatarbelakangi dalam berperilaku, diantaranya perilaku dipengaruhi oleh sikap serta lingkungan menjadi respon atas suatu kondisi. Selanjutnya perilaku dibagi atas dua bentuk yakni perilaku jadi upaya kepentingan atau guna mencapai sasaran dan perilaku sebagai respon akan lingkungan.

Pertama, perilaku sebagai jalan mengisi kebutuhan atau demi mendekati sasaran merupakan perilaku yang terwujud oleh gerak dari dalam serta berjalan secara sadar. Hal yang dimaksud atas penggerak sejak dalam adalah sistem nilai yang ditambahkan serta tertanam, melembaga dan hidup didalam diri orang yang bersangkutan. Nilai tertanam atau berarti nilai menjadi keyakinan, pendirian serta pegangan. Perilaku merupakan aktualisasi, sosialisasi dan internalisasi keyakinan, pendiri atau sikap.

Kedua, dan perilaku sebagai respon kepada lingkungan merupakan respon terhadap treatment pada atau kondisi lingkungan. Kemudian pembentukan perilaku dari luar itu ada yang berupa stimulus berdasarkan stimulus respon (seperti pujian, hadiah atau berupa teguran) dan ada pula berbentuk *challenge* berdasarkan challenge respon yang berwujud tanggung jawab, persaingan, perlombaan, kemenangan, kejuaraan, kehormatan dan sebagainya (Ndraha, 2015).

## 6. Solidaritas Kelompok

Komunikasi kelompok (*group communication*) berarti komunikasi yang terjadi ketika seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Definisi komunikasi kelompok menurut Burgon dan Ruffner yang dikutip oleh Sendjaja (2015) dalam bukunya yang berjudul Teori komunikasi mengatakan jika komunikasi kelompok merupakan interaksi tatap muka dari tiga atau lebih individu demi mendapatkan maksud atau tujuan tertentu yang dikehendaki seperti berbagi informasi, pemeliharaan diri atau pemecahan masalah sehingga semua orang dapat menumbuhkan karakteristik pribadi anggota lainnya dengan akurat.

Sementara itu menurut Shaw (1976) yang dikutip oleh Ndraha (2015) bahwa komunikasi kelompok merupakan sekumpulan individu yang bisa mempengaruhi satu sama lain, mendapat beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk sebuah tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain serta berkomunikasi tatap muka. Kemudian disimpulkan jika komunikasi kelompok adalah sebuah interaksi yang terjadi didalam suatu kelompok antara anggota kelompok dengan cara tatap muka maka akan menciptakan tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya baik itu tujuan secara teoritis dalam ilmu komunikasi untuk membedakan komunikasi kelompok kecil atau komunikasi kelompok besar tidak didasarkan kepada jumlah komunikasi dalam hitungan secara matematika, melainkan pada kualitas sistem komunikasi.

a) Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil (*Small group communication*) ialah komunikasi berupa :

- (1) Ditujukan terhadap kognisi komunikan
- (2) Prosesnya berlangsung selaku dialogis

Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator memperlihatkan pesannya terhadap benak dan pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lainnya. Pada kejadian seperti ini logika berperan penting. Komunikan bisa dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator.

Ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil adalah bahwa prosesnya berlangsung dialogis, tidak linier, melainkan sirkular. Umpan balik terjadi secara verbal. Komunikan bisa menanggapi uraian komunikator, Peran Komunikasi Kelompok Dalam Keharmonisan Antar Anggota Kelompok bertanya jika tidak mengerti, serta dapat menyanggah bila tidak setuju, dan lain sebagainya.

b) Komunikasi Kelompok Besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar (*large group communication*) ialah komunikasi berupa :

- (1) Ditujukan terhadap afeksi komunikan
- (2) Prosesnya berlangsung selaku linier

Pesan yang diutarakan pada komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya dan kepada perasaannya. Contoh komunikasi kelompok besar rapat raksasa di sebuah lapangan, kampanye dalam sebuah lapangan dan lain-lain. Jika komunikan pada komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain yang seperti jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama umurnya, sama status sosialnya), maka komunikan pada komunikasi kelompok besar umumnya berperan heterogen dan berbagai macam jenisnya.

Masyarakat yang heterogen terhadap jumlahnya relatif sangat banyak ini mereka tidak sempat berfikir logis terhadap pesan komunikator, karena kerena pikiran mereka di dominasi oleh perasaan, maka dalam situasi kelompok besar terjadi apa yang dinamakan "*Contagion mentale*" yang berarti wabah mental. Seperti halnya wabah yang cepat menjalar, maka dalam situasi komunikasi seperti itu jika satu orang menyatakan sesuatu maka akan segera diikuti oleh anggota kelompok lainnya, secara serentak dan serempak.

Proses komunikasi kelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan. Tidak seperti pada komunikasi kelompok kecil yang terjadi dialog atau tanya jawab dalam berpidato di lapangan amat kecil kemungkinannya terjadi dialog antara seorang orator dengan khalayak massa.

## 7. Konsep Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut Gold Halber dalam Morrison (2013:56) merupakan arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya. Saling bergantung satu sama lain (*the flow of message within a network of interdependent relationship*). Sedangkan definisi komunikasi organisasi oleh Marhaeni (2009) adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi amkna atas apa yang sedang terjadi.

Maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Daefinisi tersebut mengandung beberapa konsep sebagai berikut :

### a) Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem yang terbuka dan dinamis yang secara tidak langsung menciptakan saling tukar menukar informasi satu sama lain. Karena kegiatan yang berulang-ulang dan tiada hentinya tersebut maka dikatakan sebagai suatu proses.

### b) Pesan

Pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang objek, orang, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang lain. Pesan dalam organisasi dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi,

dan arus tujuan dari pesan. Klasifikasi pesan dalam bahasa dapat dibedakan menjadi 2 (dua) bagian yaitu verbal dan non verbal, dimana pesan verbal dalam organisasi berupa: surat, memo, percakapan, dan pidato. Sedangkan pesan non verbal dalam organisasi bisa berupa: bahasa gerak tubuh, sentuhan, ekspresi wajah, dan lain-lain.

c) Jaringan

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang atau keseluruhan organisasi. Luas dari jaringan komunikasi ini dipengaruhi oleh banyak faktor, diantaranya: arah dan arus pesan, isi pesan, hubungan peranan, dan lain-lain.

d) Keadaan saling tergantung

Hal ini telah menjadi sifat dalam organisasi yang merupakan suatu sistem yang terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh kepada bagian yang lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi.

e) Hubungan

Karena organisasi merupakan suatu sistem yang terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada manusia yang ada dalam organisasi. Oleh karena itu hubungan

manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat suatu hubungan perlu dipelajari. Sikap, skill, dan moral dari seseorang mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat organisasi.

f) Lingkungan

Hal yang dimaksud lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Yang termasuk dalam lingkungan internal adalah personal (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan juga komponen lainnya seperti tujuan, produk, dan lainnya. Organisasi sebagai sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti: teknologi, ekonomi, dan faktor sosial. Karena faktor lingkungan berubah-ubah maka organisasi memerlukan informasi baru untuk mengatasi perubahan dalam lingkungan dengan menciptakan dan melakukan penukaran pesan baik secara internal maupun eksternal.

g) Ketidakpastian

Ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Ketidakpastian dalam organisasi juga disebabkan oleh terjadinya banyak informasi yang diterima daripada informasi yang sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka. Bisa dikatakan ketidakpastian dapat disebabkan

oleh terlalu sedikit informasi yang didapatkan dan juga karena terlalu banyak informasi yang diterima.

Dari berbagai definisi yang dikemukakan oleh para ahli mengenai komunikasi organisasi ini dapat disimpulkan definisi komunikasi organisasi bahwa komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang dipengaruhi oleh pihak internal maupun eksternal dan meliputi pesan, tujuan, arus komunikasi dan media komunikasi. Selain itu, komunikasi organisasi meliputi orang yang mempunyai skill, hubungan dan perasaan yang sama.

Apabila dilihat dari arah komunikasi ada dua macam komunikasi yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal

a. Komunikasi vertikal

Dalam komunikasi vertikal dapat dibagi menjadi 2 arah, yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas.

(1) Komunikasi ke bawah (*downward communication*)

Proses komunikasi yang berlangsung dari tingkatan tertentu dalam suatu kelompok atau organisasi ke tingkatan yang lebih rendah disebut komunikasi ke bawah. Ketika membayangkan para manager berkomunikasi dengan bawahannya, komunikasi dengan pola kebawah adalah pola yang pada umumnya diperkirakan. Pola tersebut digunakan oleh para pemimpin untuk mencapai tujuannya. Seperti untuk memberikan instruksi kerja, menginformasikan suatu peraturan dan prosedur-prosedur yang

berlaku kepada anak buahnya, menentukan masalah yang perlu perhatian. Tetapi komunikasi dalam bentuk ini tidak selalu harus secara lisan atau bertatap muka secara langsung. Memo ataupun surat yang dikirimkan oleh direksi kepada bawahannya juga termasuk komunikasi ke bawah (Robbins, 2015:78).

Dalam banyak organisasi, komunikasi ke bawah sering kali tidak mencukupi dan tidak akurat, seperti terjadi dalam pernyataan yang sering kali dengar dari anggota organisasi bahwa tidak memahami apa yang sesungguhnya terjadi. Keluhan-keluhan seperti ini menunjukkan terjadinya komunikasi yang tidak efektif dan butuhnya individu-individu akan informasi yang relevan dengan pekerjaan mereka (Ivancevich, 2014).

Informasi dari atasan ke bawahan meliputi tentang bagaimana melakukan pekerjaan, dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaannya, kebijakan dan praktik organisasi, kinerja pegawai dan mengembangkan rasa memiliki tugas

## (2) Komunikasi ke atas (*Upward communication*)

Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi ke atas sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi seperti ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberian saran, pertemuan kelompok, dan protes

terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul, orang sering kali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komunikasi ke atas yang tidak formal.

Definisi komunikasi ke atas menurut Soekardi dalam Ivancevich (2014:56) merupakan kegiatan bawahan untuk menyampaikan keterangan, ide, pendapat, dan pernyataan lain kepada pimpinan dengan maksud mempengaruhi tingkah laku dan perbuatan pimpinan.

Komunikasi ke atas berperan menjalankan beberapa fungsi penting. Gary Kreps, seorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi, menemukan beberapa di antaranya:

- a) Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manager mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang dihadapi, serta informasi mengenai operasi dari hari ke hari yang diperlukan untuk pengambilan keputusan mengenai bagaimana menjalankan organisasi.
- b) Hal ini merupakan sumber utama bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik untuk menentukan seberapa efektif komunikasi ke bawah dalam organisasi.
- c) Hal ini dapat mengurangi ketegangan pada karyawan dengan memberikan kesempatan pada anggota organisasi pada tingkat lebih rendah untuk membagikan informasi yang relevan dengan atasannya.

d) Hal ini mendorong partisipasi dan keterlibatan karyawan, dan karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi (Saputra, 2014:172).

b. Komunikasi horizontal

Menurut Muh Arni pengertian komunikasi horizontal atau mendatar adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi (Arni, 2014:121).

Ketika komunikasi terjadi di antara anggota dari kelompok kerja yang sama, atau sesama staf yang sederajat, kita menggambarannya sebagai komunikasi lateral/horizontal. Dalam beberapa kasus, komunikasi horizontal dapat dibenarkan secara formal. Seringkali komunikasi horizontal secara informal dibuat untuk memotong garis kewenangan vertikal dan dapat mempercepat pengambilan tindakan (Robbins, 2015).

## **1.6 Operasionalisasi Konsep**

### **1. Perilaku Mahasiswa**

Perilaku komunikasi adalah suatu aktifitas atau tindakan manusia dari proses adanya stimulus terhadap organisme, dan kemudian organisme tersebut merespons. Dalam hal ini respon mahasiswa dilakukan dalam menjawab info yang sudah dibagikan melalui Wa Grup.

### **2. Organisasi Kemahasiswaan**

Organisasi kemahasiswaan adalah organisasi yang terdiri dari mahasiswa untuk mewadahi bakat, minat dan potensi mahasiswa yang

dilaksanakan di dalam kegiatan dan ekstra kurikuler. Salah satunya adalah Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas. Badan eksekutif mahasiswa (disingkat BEM) atau Himpunan Mahasiswa Fakultas adalah organisasi mahasiswa intra kampus yang merupakan lembaga eksekutif di tingkat pendidikan tinggi. Dalam melaksanakan program-programnya, umumnya BEM memiliki beberapa bidang yang dijalankan.

### **3. Komunikasi Organisasi**

Komunikasi organisasi adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi amkna atas apa yang sedang terjadi.

## **1.7 Metodologi Penelitian**

### **1.7.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2016).

Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dengan cara menuturkan, menafsirkan data yang ada, dan pelaksanaannya melalui pengumpulan, penyusunan, analisis dan interpretasi data yang diteliti pada masa sekarang. Tipe penelitian ini dianggap sangat relevan untuk dipakai

karena menggambarkan keadaan objek yang ada pada masa sekarang secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian. Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual tentang perilaku organisasi mahasiswa yang menjadi anggota BEM.

### **1.7.2 Subjek Penelitian**

Subjek penelitian adalah informan orang yang di manfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian (Moleong, 2016: 90). Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan secara purposive, maka informan yang dilibatkan adalah informan dengan kriteria sebagai berikut:

1. Sebagai subjek penelitian adalah pengurus BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi (Ketua Umum, Wakil Ketua dan Perwakilan Ketua Bidang).
2. Anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula.
3. Anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula yang sudah menjabat dua periode lebih dari satu tahun.
4. Anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula yang baru menjadi anggota satu periode.

Adapun penentuan informan dalam penelitian ini dilakukan dengan teknik purposive dimana informan dipilih secara sengaja berdasarkan kriteria-kriteria ditentukan dan ditetapkan berdasarkan tujuan penelitian. Dalam penelitian ini ditentukan 3 pengurus BEM Fakultas Bahasa dan

Ilmu Komunikasi Unissula sebagai subjek penelitian, dan 3 anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unisula sehingga jumlah informan dalam penelitian ini sebanyak 6 orang.

### **1.7.3 Jenis Data**

Penelitian kualitatif yang menggunakan data deskriptif. Data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif lebih mengambil bentuk kata-kata atau gambar daripada angka-angka. Penelitian ini menggunakan data-data yang berupa kata-kata tertulis dan pengamatan yang mendukung fakta dan wawancara mendalam untuk mengetahui perilaku anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi Unissula dalam komunikasi organisasi.

### **1.7.4 Sumber Data**

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah :

#### **1. Data Primer**

Data primer adalah data yang diperoleh secara langsung dari sumbernya melalui pengamatan dan wawancara mendalam (*indepth interview*) kepada anggota BEM Fakultas. Hasil berupa data-data pokok dari wawancara dan pengamatan yang dilakukan.

#### **2. Data Sekunder**

Data sekunder adalah data yang didapatkan diluar subyek penelitian baik secara lisan maupun tulisan. Hasil wawancara akan didukung dengan pengamatan dan data-data penunjang dari sumber lain seperti studi literature dan sumber informasi lain yang memiliki

keterkaitan dengan penelitian. Data ini akan membantu peneliti menganalisis secara lebih mendalam sehingga dapat menjawab permasalahan ini.

#### **1.7.5 Teknik Pengumpulan Data**

Dalam rangka memperoleh data dalam penelitian ini, maka digunakan teknik pengumpulan data melalui:

##### **1. Observasi**

Merupakan teknik yang digunakan untuk memperoleh data melalui turun langsung kelokasi penelitian untuk melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap peristiwa atau masalah yang diteliti. Digunakan peneliti dalam rangka pengamatan pada komunikasi antara pengurus dan anggota, yaitu komunikasi pengurus dan anggota BEM Fakultas Bahasa dan Ilmu Komunikasi dalam membangun perilaku dan silaturahmi serta kebersamaan.

##### **2. Wawancara**

Teknik wawancara digunakan untuk mengungkap keterangan dari responden dengan menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*). Sebelum wawancara dimulai, peneliti menceritakan terlebih dahulu pokok-pokok penelitian, kemudian subyek penelitian dibiarkan bercerita tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan peranan komunikasi organisasi antar anggota.

### 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu suatu teknik pengumpulan data yang digunakan dalam rangka pengumpulan data sekunder seperti data tentang Analisis Perilaku Komunikasi organisasi Anggota Badan Eksekutif Mahasiswa Dalam Grup Whatsapp (Studi Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Sultan Agung Semarang)".

#### **1.7.6 Teknik Analisis Data**

Penelitian yang akan dilakukan yaitu bersifat kualitatif yaitu menurut Arikunto (2016:371), bahwa penelitian kualitatif adalah data yang digambarkan dengan katakata atau kalimat-kalimat yang dipisahkan menurut kategori untuk memperoleh kesimpulan. Dengan analisis kualitatif ini diharapkan dapat menjawab dan memecahkan masalah dengan melakukan pemahaman dan pendalaman secara menyeluruh dan utuh dari objek yang akan diteliti guna mendapatkan kesimpulan sesuai sesuai dengan kondisi.

##### 1. Reduksi Data

Diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, mengabstrakan, dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Dimana setelah penulis memperoleh data maka data yang penulis peroleh itu harus lebih dulu dikaji kelayakannya, dengan memilih data mana yang benar-benar dibutuhkan dalam penelitian ini.

## 2. Display (Penyajian Data)

Penyajian data dibatasi sebagai sekumpulan informasi tersusun yang memberikan kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Dalam penelitian ini penulis menyajikan data yang dibutuhkan dengan menarik kesimpulan dan tindakan dalam penyajian data.

## 3. Verifikasi (Menarik Kesimpulan)

Kesimpulan selama penelitian berlangsung makna-makna yang muncul dari data yang diuji kebenarannya, kekokohnya dan kecocokannya yang jelas kebenarannya dan kegunaannya. Setelah seluruh data yang penulis peroleh, penulis harus benar-benar menguji kebenarannya untuk mendapatkan kesimpulan yang jelas dari data-data itu, sehingga diperoleh kesimpulan yang jelas kebenarannya dan kegunaannya berdasarkan pembahasan data yang telah dilakukan secara umum.

### **1.7.7 Kualitas Data**

Untuk menjadikan penelitian kualitatif ini dapat dinilai baik, menurut Lincoln dan Guba, paling sedikit ada dua kriteria utama guna menjamin keabsahan penelitian kualitatif (Poerwandari, 2007:184) yaitu :

## 1. **Transferabilitas**

Transferabilitas merupakan pertanyaan empirik yang tidak dijawab oleh peneliti itu sendiri, tetapi dijawab dan dinilai oleh pembaca laporan penelitian. Hasil penelitian kualitatif mempunyai standar transferabilitas yang tinggi apabila para pembaca laporan penelitian memperoleh gambaran dan pemahaman yang jelas tentang konteks dan fokus penelitian.

## 2. **Kredibilitas**

Istilah validitas dan realibilitas penelitian dalam penelitian kualitatif yang paling sering digunakan adalah kredibilitas. Kredibilitas studi kualitatif terletak pada keberhasilannya mencapai maksud mengeksplorasi masalah atau mendeskripsikan *setting*, proses, kelompok sosial atau pola interaksi yang kompleks. Deskripsi yang mendalam yang menjelaskan kemajemukan (*kompleksitas*) aspek-aspek yang terkait dan interaksi dari berbagai aspek menjadi salah satu ukuran kredibilitas penelitian kualitatif.