

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sudah diakui batik merupakan 76 warisan budaya tak benda bangsa Indonesia. Sudah patenkan secara internasional melalui organisasi pendidikan dan kebudayaan dunia yang berada di bawah naungan Perserikatan Bangsa Bangsa (PBB), yaitu UNESCO pada tanggal 2 Oktober 2009. Jika lebih ditelisik lagi perbedaan batik di setiap daerah di Indonesia memiliki corak yang berbeda satu dengan yang lainnya. Ini dikarenakan corak batik pada setiap daerah dipengaruhi filosofi dan budaya masing-masing daerah. Serta motif yang berbeda berhubungan dengan simbol kehidupan yang berkaitan dengan nilai-nilai filosofis masyarakat Indonesia (A. Prasetyo & Singgih, 2016).

Secara etimologi kata batik berasal dari bahasa Jawa, yaitu "tik" yang memiliki arti titik yang kemudian berkembang menjadi istilah "batik." Menurut Hanggopuro dalam (A. Prasetyo & Singgih, 2016) dalam para penulis terdahulu menggunakan istilah batik yang sebenarnya tidak ditulis dengan kata "batik" akan tetapi seharusnya "bathik." Hal ini mengacu pada aksara jawa "tha" bukan "ta" dan pemakaian bathik sebagai rangkaian dari titik adalah kurang tepat atau dikatakan salah.

Tradisi membatik merupakan tradisi yang turun temurun, sehingga kadang kala suatu motif dapat dikenali berasal dari batik keluarga tertentu. Beberapa motif batik

dapat menunjukkan status seseorang. Bahkan sampai saat ini, beberapa motif batik tradisional hanya dipakai oleh keluarga keraton Yogyakarta dan Surakarta. Semula batik dibuat di atas bahan dengan warna putih yang terbuat dari kapas yang dinamakan kain mori (Julianto, 2010).

Yogyakarta pada era kerajaan Nusantara pernah dikenal sebagai ibu kota kerajaan Mataram dalam sejarah dikenal sebagai daerah tempat asal muasal munculnya kerajinan dan seni batik di tanah air. Sejarah batik di Indonesia sangat berkaitan dengan Kerajaan Mataram Hindu (abad ke-9 hingga ke-10) dan Kerajaan Majapahit (abad ke-13 dan seterusnya). Pengembangan batik kemudian banyak dilakukan pada masa-masa Kerajaan Mataram Islam, diteruskan pada masa Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Yogyakarta (Julianto, 2010).

Banyak motif serta filosofi dari kain batik disetiap daerah yang menari untuk diulik. Banyak sekali orang yang tertarik dengan batik yang memiliki filosofi tersendiri terbentuklah berbagai organisasi pecinta batik. Misalnya saja seperti batik *sekar arum* yang memiliki beragam jenis motif dimana mengandung makna yang berbeda (*Filosofi Nama Batik Sekar Arum*, 2019). Batik *Rifa'iyah* yang dimana motif yang digambarkan tidak boleh makhluk hidup yang bernyawa. Sejalan dengan syariat Islam yang melarang menggambar makhluk hidup bernyawa. Kemudian *sekar jagad* yang dimana pola yang ada menggambarkan dunia, bunga, dan tumbuhan. (Mustika, 2018).

Selain tentang motif dan filosofi yang menarik diulik, para organisasi pecinta batik sendiri berbeda-beda dalam visi dan misinya atau berbagai tujuan didirikannya organisasi.

Organisasi sekar arum yang memiliki misi besar mensejahterakan keluarga miskin. Ketua kelompok Batik Sekar Arum mengungkapkan sebelum diputuskan membentuk organisasi batik, warga dusunya terbilang miskin dan hanya mengandalkan hasil dari lading sawah. Melihat hal tersebut dirinya dan beberapa warga mencari jalan keluar bersama untuk melepas belenggu ketarbatasan ekonomi (Prass, 2017).

Organisasi batik *Rifa'iyah* berdiri untuk melestarikan batik *rifa'iyah* sebagai identitas budaya komunitasnya. Bagi organisasi *Rifa'iyah* batik selain untuk menutup aurat dan karya seni juga merupakan identitas budaya. Namun demikian, apabila ditanyakan mengenai kapan munculnya batik pada lingkungan jamaah *Rifa'iyah* Kalipucang Wetan, Batang, hampir tidak ada yang mengetahui secara pasti (Mustika, 2018, p. 33).

Kemudian Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekar Jagad (PPBI Sekar Jagad) yang didirikan di Yogyakarta. Dibangun pada 17 Mei 1999, PPBI Sekar Jagad sudah berdiri hampir 20 tahun. Beranggotakan 900 orang yang aktif tersebar diseluruh kota di Indonesia seperti Solo, Semarang, Pekalongan, tuban, Banyumas, Kebumen, Cirebon, Jepara, Kudus, Malang, Surabaya, Madura, Tulung Agung, Pacitan, Jakarta, Lasem dan hampir disemua sentra batik di Indonesia, bahkan diluar Negeri.

Mengikuti berbagai macam program untuk mendukung pengakuan Unesco bahwa Batik Indonesia adalah “Maha Karya Pusaka Kemanusiaan Lisan dan Benda Di Dunia” pada Oktober 2009. Adanya pengakuan oleh *World Craft Council* bahwa “Yogyakarta merupakan kota batik kerajinan tangan dunia” pada Oktober 2014 di Cina.

Memiliki visi “Batik Lestari di Bumi Indonesia.” Serta misi “Meningkatkan Pemahaman dan Kecintaan Melalui Promosi Batik dan Sosialisasi.” Merupakan organisasi nirlaba, anggota pengurus dan relawan yang cinta dan rela berkorban untuk batik. PPBI juga melakukan kunjungan ke berbagai sentra batik dalam rangka pembinaan anggota tentang wawasan keanekaragaman batik nusantara.

Bersal dari bahasa jawa *sekar* yang berarti bunga, dan *jagad* berarti dunia, alam semesta. Sehingga motif *sekar jagad* ini menggambarkan keanekaragaman dunia bunga dan tumbuhan, yang melambangkan hati yang bergembira dikarenakan putri atau putra telah mendapatkan jodoh. Lainnya makna dari *sekar jagad* diambil dari bahasa belanda “*kaart*” yang artinya “peta” dan “jagad” dalam bahasa jawa dengan arti “dunia.” Sehingga kain batik dengan motif *sekar jagad* ini melambangkan keragaman. Dimaknai dengan seluruh aspek kehidupan (Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Batik Sekar Jagad Yogyakarta, 2017).

Organisasi Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekar Jagad menampung para pecinta batik Sekar Jagad. Sebagai paguyuban komunikasi sebagai sarana berinteraksi sangat diperlukan antar sesama anggota. Anggota menyalurkan pendapat serta ide. Menyalurkan pengetahuan mereka tentang batik yang mereka

pelajari, bertukar mengenai filosofi. Adanya persamaan tujuan yang sama antar anggota, komunikasi dapat berjalan sesuai tujuannya. Terbentuklah pola, komponen yang berkolerasi sebab persamaan tujuan yang menggabungkan anggota untuk datang dan bergabung secara aktif.

Persamaan tujuan membuat para anggota bersatu dan membangun Paguyuban Pecinta Batik Indonesia. Masyarakat Indonesia sendiri memiliki berbagai macam bentuk budaya, salah satunya batik. Batik sendiri memiliki banyak varietas pola tergantung pada adat istiadat yang mempengaruhi para pengrajin batik itu sendiri. Pola yang tertuang dalam selembar batik merupakan contoh Indonesia memiliki berbagai jenis budaya yang berbeda. Misalnya saja perbedaan batik Surakarta (Solo) dan Yogyakarta, perbedaan warna latarnya. Latar batik kota Solo berwarna cenderung gelap (cokelat) atau disebut sogan, sedangkan Yogyakarta berwarna putih. (Hidayat & Widjanarko, 2008, p. 630)

Batik dalam budaya kita maupun dalam budaya daerah lainnya, perlu dipahami dari perbedaan-perbedaan budaya hingga persamaannya. Pemahaman atas perbedaan-perbedaan ini akan menolong kita mengetahui sumber-sumber masalah yang potensial, sedangkan pemahaman atas persamaan-persamaannya akan membantu kita menjadi lebih dekat kepada pihak lain dan pihak lainpun merasa lebih dekat kepada kita (Mulyana & Jalaluddin, 1990, pp. 37-38). Para ilmuwan sosial mengakui bahwa budaya dan komunikasi mempunyai hubungan timbal balik. Budaya menjadi bagian dari perilaku komunikasi, dan komunikasipun turut menentukan, memelihara, mengembangkan atau mewariskan budaya. Edward T.

Hall “budaya adalah komunikasi” dan “komunikasi adalah budaya” (Mulyana D. , 2014).

Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pola komunikasi organisasi Paguyuban Pecinta Batik Indonesia (PPBI) Sekar Jagad. Peneliti tertarik untuk menjadikan PPBI Sekar Jagad karena merupakan organisasi yang ikut serta dalam mengukuhkan batik sebagai warisan budaya Indonesia.

B. Rumusan Masalah

Rumusan masalah yang akan dibahas seperti yang telah dipaparkan diatas adalah:
Bagaimana pola komunikasi organisasi Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekar Jagad?

C. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan penelitian mengenai organisasi batik yang pernah diulik oleh peneliti sebelumnya, penelitian Nursaid (Nursaid, 2016, pp. 217-236) yang meneliti “Peran Kelompok Batik Tulis Giriloyo dalam Mendukung Ketahanan Ekonomi Keluarga.” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui aktivitas dan produktivitas serta kendala-kendala yang dihadapi dan upaya untuk mengatasinya. Hasil penelitian memaparkan peran kelompok dalam ketahanan ekonomi keluarga dengan pencapaian kelompok tersebut menjadi objek wisata dan pendidikan. Serta dapat menghadapi kendala pemasaran produk yang belum optimal dengan mngupayakan kerjasama dengan dinas dan instansi pemerintah.

Penelitian kedua yang dilakukan oleh Audina dan Tandyonomanu (Audina & Tandyonomanu, 2019, pp. 51-54) yang meneliti “Strategi Komunikasi Pemasaran dalam Upaya Mempromosikan Batik Jawa Timur.” Bertujuan untuk mengetahui upaya yang dilakukan Komunitas Batik Jawa Timur (KIBAS) menggunakan teori komunikasi pemasaran dan konsep komunikasi pemasaran terpadu. Dengan menemukan hasil berupa pengembangan komunikasi pemasaran berupa pengenalan komunitas, iklan, dan melakukan kegiatan promosi.

Penelitian yang ketiga mengenai Melestarikan Batik Tradisional Rifa’iyah Sebagai Identitas Budaya Komunitas Rifa’iyah seperti yang dilakukan oleh Sri (Mustika, 2018). Bertujuan untuk mengetahui upaya komunitas dalam melestarikan batik sebagai identitas budaya. Upaya yang dilakukan seperti *sharing* mengenai teknik membatik, menentukan standarisasi, serta membuka kelas membatik.

Perbedaan penelitian yang akan dibawakan oleh penulis yaitu menyajikan penelitian mengenai bagaimana organisasi PPBI Sekar Jagad beserta anggotanya berkomunikasi untuk menjalankan tujuan bersama mereka yaitu peningkatan kecintaan batik agar batik tetap lestari di Indonesia.

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

Untuk memperoleh gambaran bagaimana pola komunikasi organisasi yang terjadi dalam komunitas Paguyuban Pecinta Batik Indonesia Sekar Jagad.

E. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan banyak manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pengetahuan lebih bagi penelitian pola komunikasi kelompok atau komunitas khususnya pola komunikasi komunitas batik yang belum pernah diusung. Dengan menggunakan metode penelitian deskriptif dengan teknik observasi diharapkan dapat menjadi rujukan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat dijadikan contoh bagi mahasiswa yang ingin melakukan penelitian pola komunikasi pada komunitas batik yang belum pernah dilakukan. Diharapkan dapat digunakan menjadi bahan referensi bagi mahasiswa yang mengambil sub judul pola komunikasi komunitas di Yogyakarta.

F. Kerangka Teori

1. Pola Komunikasi

Komunikasi hakekatnya sangat erat digunakan oleh manusia sebagai penunjang dalam kehidupan sehari-hari. Keseharian manusia membutuhkan komunikasi kepada sesamanya sebagai makhluk sosial. Tidak ada hari tanpa komunikasi, manusia mengerti bagaimana cara dunia mereka berkerja dengan komunikasi. Mereka mengetahui aturan dan larangan, hak dan kewajiban, serta

mengerti keadaan sekitar mereka dengan komunikasi. Bagaimana seseorang merasakan kasih sayang atau mendapatkan kasih sayang pula merupakan dampak dari komunikasi.

Komunikasi sebagai fungsi sosial, makhluk sosial manusia memerlukan komunikasi guna untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup. Melalui komunikasi kita dapat berkerjasama dengan orang-orang disekitar lingkungan kita untuk mencapai tujuan bersama. Adanya komunikasi kita juga mengetahui kebiasaan dari masyarakat tertentu serta keunikannya. Mengenal situasi yang berbeda dari zona lingkungan sekitar yang biasa kita hadapi. Sehingga memahami bagaimana budaya lain yang belum pernah kita jajah (Dedy Mulyana, 2014).

Proses komunikasi memerlukan paling tidak dua orang partisipan dalam suatu hubungan tukar informasi. Tujuan dari hubungan- mencari informasi, persuasi, pengajaran atau hiburan, atau apapun. Seorang partisipan mengerahkan kebutuhan dan sumber-sumber kognitifnya, serta ketrampilan komunikasinya untuk mengkode beberapa isyarat yang mengandung informasi dan menyampaikan pesan tersebut kepada partisipan lain

Menurut Djamarah pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Sentosa, 2015). Sunarto mengatakan pola komunikasi disebutkan mempunyai dua dimensi

orientasi, yaitu pola yang berorientasi pada konsep dan pola yang berorientasi pada sosial dengan arah hubungan yang berlainan (Muzdalifah, 2018).

Hovland, Janis dan Kelley seperti yang dikemukakan oleh Forsdale adalah sosiologi Amerika, mengatakan bahwa, “*communication is the process by which an individual transmits stimuli (usually verbal) to modify the behavior of other individual.*” Dengan kata-kata lain komunikasi adalah proses individu mengirim “pesan” yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah perilaku orang lain. Mereka menganggap komunikasi sebagai suatu proses (Arni, 1995).

Komunikasi merupakan pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Sehingga pola komunikasi dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Deddy Mulyana, 2005)

Menurut Montana dan Greene didalam buku Djoko Purwanto pola komunikasi dibedakan menjadi saluran komunikasi formal dan saluran komunikasi non-formal (Purwanto, 2006).

1. Saluran komunikasi formal

Dalam struktur organisasi garis, fungsional, maupun matriks, akan tampak berbagai macam posisi atau kedudukan masing-masing sesuai dengan batas tanggung jawab dan wewenangnya. Proses penyampaiannya sendiri dalam

saluran komunikasi formal terdapat bentuk komunikasi dari atas kebawah, komunikasi dari bawah ke atas, dan horizontal.

a. Komunikasi Atas ke Bawah (*top-down communication*)

Secara sederhana *top-down communication* merupakan transformasi komunikasi dari manajer ke semua level bawahan. Sebagai contoh penyampaian pesan dari *general manager* ke manajer produksi, kemudian ke bagian pabrik, selanjutnya baru sampai ke karyawan. Tujuannya untuk memberikan arahan atau instruksi kerja tertentu, menginformasikan mengapa suatu pekerjaan harus dilaksanakan, informasi prosedur dan praktik organisasional. Umpan balik pelaksanaan kerja kepada karyawan, dan informasi mengenai aspek ideology dan pengertian tujuan yang ingin dicapai.

b. Komunikasi dari bawah ke atas (*bottom-up communication*)

Bottom-up communication dapat dipahami dengan pelaksanaan komunikasi dari bawahan atau karyawan ke atasan. Komunikasi ini biasanya terjadi karena penyampaian aspirasi oleh karyawan kepada atasan dalam upaya membantu pencapaian tujuan organisasi.

c. Komunikasi horizontal (*horizontal communication*)

Horizontal communication dapat disebut juga dengan komunikasi lateral, atau komunikasi yang dapat dilakukan antar bagian bagian yang memiliki posisi sejajar. Bertujuan untuk melakukan persuasi,

mempengaruhi, memberikan informasi kepada bagian yang memiliki kedudukan sejajar.

2. Saluran komunikasi informal

Jaringan komunikasi informal, orang-orang yang berada dalam suatu organisasi tidak memerlukan hirarki atau kedudukan, sehingga dapat dengan leluasa dapat berkomunikasi dengan luas. Komunikasi informal biasanya digunakan untuk para manajer memonitor karyawan melakukan tugasnya. Kondisi dimana mereka membicarakan hal-hal yang berkaitan dengan situasi kerja yang ada dalam organisasinya. (Purwanto, 2006).

2. Organisasi

Ralp Linton dalam (Bungin, 2006) masyarakat sebagai objek sosiologi memiliki beberapa pengertian, masyarakat merupakan sekelompok manusia yang telah hidup dan berkerjasama cukup lama, sehingga mereka dapat mengatur diri mereka dan menganggap diri mereka sebagai suatu kesatuan sosial dengan batas-batas yang dirumuskan dengan jelas.

Suatu kesatuan sosial yang terdiri dari dua atau lebih individu yang telah mengadakan interaksi sosial yang cukup intensif dan teratur sehingga di antara individu itu sudah terdapat pembagian tugas, struktur, dan norma-norma tertentu dapat dikatakan sebagai kelompok sosial (Santoso, 1992).

Sebuah kelompok memiliki ciri sebagaimana dijelaskan oleh Forsyth pada tahun 1953 (Bimo Walgito, 2010) bahwa kelompok memiliki ciri interaksi, struktur, tujuan, *groupness*, atau *unity*. Sebaliknya Forsyth pada tahun 1999 ciri-ciri sebuah kelompok adalah interaksi, struktur, tujuan, dan kohesi.

Seperti yang diketahui suatu organisasi pastinya memiliki anggota yang terdiri dari dua orang atau lebih. Dalam mewujudkan tujuan bersama, suatu organisasi akan bahu-membahu dan berkerjasama dalam melakukan setiap usaha untuk mencapai tujuan. Memiliki peraturan yang mana digunakan untuk mengatur dan membatasi sumber daya yang dimiliki agar saling bersinergi untuk menciptakan manajemen yang baik dalam organisasi. Setiap individu akan diberikan tugas dan tanggung jawab masing-masing yang sesuai, biasanya terdapat divisi-divisi (Nunung, 2020).

Organisasi sendiri dibagi menjadi organisasi formal dan non-formal, organisasi formal ialah kumpulan orang memiliki satu tujuan yang dibentuk secara resmi yang memiliki struktur yang jelas. Memiliki bagan yang menggambarkan hubungan-hubungan kerja, kekuasaan, wewenang dan tanggung jawab antara pejabat dalam suatu organisasi. Organisasi non-formal dibedakan dari tidak adanya struktur yang jelas namun memiliki tujuan yang sama. Memiliki bentuk kegiatan yang dikerjakan dengan sengaja dan sistematis dengan menyesuaikan kebutuhan yang ada di lingkungan, disebut juga dengan

satuan kerja yang tidak resmi. Organisasi non-formal memiliki tujuan untuk pengembangan sosial dan ekonomi (Firmansyah, 2019).

Para peneliti telah memaparkan banyak sekali pengertian mengenai organisasi dalam berbagai sudut pandang mereka. Secara umum Stephen W Little Jon dan Karen A Foss pada bukunya *theorist of human communication* Mengatakan bahwa ada lima aspek ruang lingkup organisasi (Morissan, 2020).

- a. Organisasi diciptakan melalui komunikasi
- b. Kegiatan organisasi berfungsi untuk mencapai tujuan individu dan tujuan bersama.
- c. Kegiatan komunikasi dalam organisasi menciptakan pola-pola yang memengaruhi kehidupan organisasi.
- d. Proses komunikasi menciptakan karakter dan budaya organisasi.
- e. Pola kekuasaan dan pengawasan dalam organisasi komunikasi menghilangkan dan menciptakan hambatan.

3. Komunikasi Organisasi

Josep A. Devito memaparkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses pengiriman serta penerimaan didalam sebuah organisasi, baik dalam komunikasi formal ataupun komunikasi informal. Komunikasi formal yang dimaksud adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan berorientasi terhadap organisasi. Isinya berupa cara kerja didalam organisasi, berupa memo, kebijakan, pernyataan jumpa pers dan surat resmi. Komunikasi

informal komunikasi yang disetujui oleh sosial, berorientasi pada para anggota secara individual (Hamali & Budhiastuti, 2019).

Kats dan Kans dalam (Pace & Faules, 2010) mengatakan bahwa pola atau keadaan yang terjadi dalam organisasi yang teratur mengisyaratkan bahwa komunikasi diantara anggota tersebut dibatasi. Sifat asli organisasi mengisyaratkan pembatasan mengenai siapa berbicara kepada siapa. Burges dalam (Pace & Faules, 2010) mengamati bahwa kondisi komunikasi yang ganjil dalam organisasi adalah jika “pesan menjadi mengalir amat teratur sehingga kita dapat berbicara tentang jaringan atau struktur komunikasi.” Juga menyatakan bahwa organisasi formal mengendalikan struktur komunikasi dengan menggunakan sarana tertentu seperti penunjukan otoritas dan hubungan-hubungan kerja, penetapan kantor, dan fungsi-fungsi komunikasi khusus.

Analisis eksperimental pola-pola komunikasi menyatakan bahwa pengaturan tertentu mengenai “siapa berbicara kepada siapa” mempunyai konsekuensi besar dalam berfungsinya komunikasi. Bandingkan dua pola yang berlawanan: pola roda, dan pola lingkaran. Pola roda adalah pola yang mengarahkan seluruh informasi kepada individu yang menduduki posisi sentral. Orang dalam posisi sentral menerima kontak dan informasi yang disediakan oleh anggota organisasi lainnya dan memecahkan masalah dengan saran dan persetujuan anggota lainnya. Pola lingkaran memungkinkan semua anggota berkomunikasi satu dengan yang lainnya hanya melalui sejenis system

pengulangan pesan. Tidak seorang anggotapun yang dapat berhubungan langsung dengan semua anggota lainnya, dengan demikian pula tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan permasalahan (Littlejohn & Foss, 2009).

Penting bagi tiap anggota memberikan respons atau tanggapan. Contohnya apabila anggota mengajukan pertanyaan anggota lainnya memberikan respons. Terdapat empat kemungkinan respon seperti yang dipaparkan Morissan (Morissan, 2013) pertama menjawabnya. Ke-dua menggunakan pembicaraan tersebut untuk menyampaikan pembicaraan baru. Ke-tiga mengabaikan pertanyaan tersebut. Ke-empat diam saja, tanggapan yang berbeda yang disampaikan masing-masing anggota menciptakan perbedaan hubungan yang berbeda disetiap anggota kelompok. Interaksi dalam komunikasi sangat penting dalam membentuk hubungan dan menentukan tujuan yang ingin dicapai. Tubs dan Moss mengatakan beberapa ciri utama komunikasi organisasional adalah faktor structural dalam organisasi yang mengharuskan para anggotanya bertindak sesuai dengan peranan yang diharapkan (Rusmana, 2019)

Masmuh dalam Prasetyo dan Palupi (W. D. Prasetyo & Palupi, 2017) menambahkan, tidak hanya pola o dan dan pola lingkaran. Pola aliran informasi dalam kelompok, lainnya:

- Pola Y

Relatif kurang tersentralisasi dibandingkan pola roda (o), namun lebih tersentralisasi dibandingkan dengan pola lainnya. Terdapat pemimpin yang jelas, anggota dapat mengirimkan dan menerima pesan dari dua orang lainnya. Komunikasi anggota lainnya terbatas hanya dengan satu orang lainnya.

- Pola Rantai

Sama dengan pola lingkaran kecuali bahwa anggota yang paling ujung hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja. Diposisi tengah berperan sebagai pemimpin.

- Pola Semua Saluran atau Bintang

Semua anggota sama dan memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.

Seringkali ditemukan perbedaan pendapat antar anggota didalam sebuah organisasi. Bukan hanya antar anggota hambatan komunikasi juga terjadi antara atasan dan bawahan mengenai pesan yang akan disampaikan. Hambatan komunikasi yang ada didalam organisasi antara lain (Wahyudi et al., 2020):

1. Hambatan bersifat teknis

Kurangnya sarana dan prasarana yang diperlukan oleh organisasi, kondisi fisik yang memungkinkan terjadinya miskomunikasi, penguasaan teknik dan metode berkomunikasi yang tidak memadai.

2. Hambatan perilaku

Hambatan dengan contoh seperti, pandangan sifatnya apriori, prasangka yang didasarkan emosi, suasana otoriter, ketidakmauan untuk berubah, dan sifat egosentris.

3. Hambatan bahasa

Bahasa merupakan semua bentuk yang diperlukan dalam proses penyampaian berita, yaitu bahasa verbal yaitu lisan dan non verbal yaitu tertulis, gerak gerik dan sebagainya.

4. Hambatan struktur

Hambatan yang disebabkan oleh adanya perbedaan pangkat, dan pekerjaan yang terdapat dalam struktur organisasi. Contohnya apabila sebuah organisasi memiliki pimpinan yang disegani dapat membuat mungkin ada beberapa anggota yang malu untuk berbicara secara langsung dengan ketua karyawan enggan, malu atau takut dalam menyampaikan aspirasinya.

5. Hambatan jarak

Hambatan jarak disebabkan oleh hambatan geografis, hambatan ini akan mudah teratasi apabila kedua belah pihak saling melakukan interaksi walaupun berda ditempat yang berbeda. Oleh karena itu perlunya organisasi melengkapi dengan sarana komunikasi yang memadai sesuai perkembangan jaman.

6. Hambatan latar belakang

Perbedaan latar belakang dapat memunculkan gap atau perbedaan dalam proses komunikasi. Seperti latar belakang sosial dan pendidikan.

4. Metode Penelitian

a. Paradigma Penelitian

Paradigma yang dipilih oleh penulis adalah paradigam interpretif. Penelitian interpretif tidak menempatkan objektivitas sebagai hal terpenting, melainkan demi memperoleh pemahaman yang mendalam, maka subjektivitas pelaku harus digali sedalam mungkin guna mengetahui adanya *trade-off* antara objektivitas dan kedalaman temuan penelitian menurut Efferin dalam Fitrah dan Luthfiah (Muh Fitrah; Luthfiyah, 2017). Chairi menambahkan paradigma interpretif bertujuan menganalisis realita sosial dan bagaimana realita sosial itu terbentuk.

Menurut Daymon dan Christine (Daymond, 2002) peneliti yang menggunakan paradigam interpretif menantang gagasan bahwa realitas sosial adalah sesuatu yang kita terima begitu saja, sesuatu yang diluar sana membentuk tindakan masyarakat. Meyakini teori konstruktifitas sosial yang mengemukakan gagasan jika “realitas” yang kita tinggali terbentuk dari waktu ke waktu melalui proses komunikasi, interaksi dengan lingkungan, dan sejarah. Locke (Daymond, 2002) menambahkan hal-hal yang dimiliki bersama dan diterima sebagaimana cara dunia dipersepsi dan dipahami.

b. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang akan digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian kualitatif mencoba memahami makna suatu kejadian atau peristiwa dengan mencoba berinteraksi dengan orang-orang dalam situasi atau fenomena tersebut. Disini peneliti mencoba masuk aspek subjektif tingkah laku orang untuk lebih mengerti bagaimana dan apa makna yang mereka konstruksikan disekitar kejadian kehidupan keseharian mereka (Yusuf, 2014).

Penelitian kualitatif menurut Yusuf sejak awal memaparkan data secara naratif. Data kualitatif mencakup antaralain:

- a. Deskripsi detail mengenai situasi, kegiatan, atau peristiwa maupun fenomena tertentu, baik dengan manusianya ,apun hubungannya dengan manusia lainnya.
- b. Pendapat langsung dari orang-orang yang telah berpengalaman, pandangannya, sikapnya dan jalan pikirnya.
- c. Cuplikan dokumen laporan, arsip dan sejarah.
- d. Deskripsi yang mendetail tentang sikap dan tingkah laku seseorang.

Penelitian deskriptif kualitatif merupakan jawaban kritis terhadap berbagai masalah yang dihadapi oleh penelitian kualitatif, yang berhubungan dengan objek penelitian dengan segala budayanya. Dalam penelitian deskriptif-kualitatif peneliti terbebas dari variable, populasi, atau

sampel. Oleh karena itu menurut Wibowo (Wibowo, 2011) metodologi deskriptif kualitatif harus:

- a. Memiliki daya analitis yang kritis
- b. Mampu menghindari bias (tidak mencampuradukan antara hipotesis dan perumusan masalah)
- c. Memiliki ketajaman naluri untuk memperoleh data yang abash dan mampu berfikir secara abstrak dalam rangka membangun kecakapan interaksi kritisnya melalui deskripsi.

Deskriptif-kualitatif merupakan penggambaran kualitatif berupa fakta, data atau objek material yang bukan berupa rangkaian angka, melainkan berupa ungkapan bahasa atau wacana melalui interpretasi yang tepat dan sistematis. Penelitian metode deskriptif tidak mencari tau atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hepotesis, atau membuat prediksi. Penelitian deskriptif tentang mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi mengungkap rata-rata kecerdasan, frekuensi terbanyak yang memahami bahasa inggris, keragaman prestasi akademis, dan sebagainya. Penelitian deskriptif ditujukan untuk (Rachmat & Subandy, 2017):

- a. Mengkolektifkan informasi yang benar-benar terjadi secara terperinci yang melukiskan gejala yang ada.
- b. Mengidentifikasi masalah atau menjelaskan kondisi dan praktik-praktik yang berlaku.

- c. Membuat perbandingan atau penilaian yang telah terencana.
- d. Menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana serta keputusan pada waktu datang.

c. Objek Penelitian

Objek dalam penelitian kualitatif terdiri dari tiga elemen yaitu tempat, pelaku, dan aktifitas yang berinteraksi sinergis menurut Sugiyono dan Praswoto dalam (Muh Fitrah; Luthfiah, 2017). Supranto menambahkan bahwa objek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi, atau barang yang akan diteliti. Penelitian ini menjadikan komunitas Paguyuban Pecinta Batik Indonesia sebagai objek penelitian. Dilakukan pada kota Yogyakarta.

d. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang akan dilakukan oleh penulis berupa wawancara, observasi dan dokumen.

a. Teknik Observasi

Denzin dan Lincoln dalam (Anggito & Setiawan, 2018, pp. 110-111) memaparkan observasi adalah cara yang sangat efektif untuk mengetahui apa yang dilakukan orang-orang dalam kajian tertentu, pola rutinitas, pola interaksi, dari kehidupan sehari-hari.

Teknik yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah teknik observasi. Para ahli memaparkan tentang pengertian ciri definisi teknik observasi (pengamatan) (Kartono, 1996, p. 157):

“Observasi adalah studi yang disengaja dan sistematis tentang fenomena sosial dan gejala-gejala alam dalam jalan pengamatan dan pencatatan.”

“Observasi adalah pengujian secara intensional atau bertujuan sesuatu hal, khususnya untuk maksud pengumpulan data. Merupakan satu verbalisasi mengenai hal-hal yang diamati.” James dan Chaplin.

Observasi dibagi menjadi dua bentuk apabila mengacu pada fungsi pengamat dalam kelompok kegiatan menurut Yusuf (Yusuf M. , 2017, p. 384) dalam bukunya: *participant observer*, merupakan bentuk observasi dimana pengamat (*observer*) secara teratur berpartisipasi dan terlibat dalam kegiatan yang diamati. Peneliti memiliki fungsi ganda yaitu sebagai peneliti yang tidak diketahui dan dirasakan oleh anggota, dan sebagai anggota (didsini peneliti berperan aktif sebagai anggota).

Kedua *non-participation Observer* merupakan bentuk observasi dimana pengamat tidak terlibat secara langsung dalam kegiatan kelompok, pengamat tidak ikut serta dalam kegiatan yang diamatinya.

b. Teknik Wawancara

Teknik wawancara merujuk pada Lincoln dan Guba (Suwendra, 2018, p. 55) bertujuan untuk mengkonstruksi yang terjadi mengenai: orang, kejadian, aktivitas, organisasi, perasaan, motivasi, pengakuan, kerisauan dan sebagainya. Setelah itu melakukan proyeksi keadaan yang diharapkan terjadi masa yang akan datang. Kemudian verifikasi tentang konstruksi, rekonstruksi, dan proyeksi yang telah didapat sebelumnya.

Wawancara jika lebih ditelisik memiliki macam-macam cara pembagiannya, Patton (Albi & Setiawan, 2018) memeparkan menjadi wawancara pembicaraan informal, pendekatan menggunakan petunjuk umum wawancara, dan wawancara baku terbuka.

c. Dokumen

Informasi tentang seseorang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian merupakan sumber informasi yang berguna dalam penelitian (Yusuf, 2014). Peneliti mengumpulkan jejak peristiwa komunitas seperti web, instagram, berita, brosur, majalah serta lainnya yang berkaitan dengan komunitas Paguyuban Pecinta Batik Indonesia.

e. **Teknik Pengambilan Penentuan Informan**

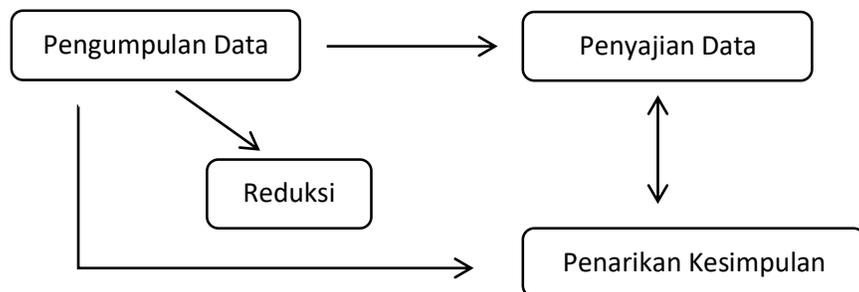
Teknik *snowball* sampling atau bola salju dilakukan apabila seorang peneliti tidak memiliki informasi yang banyak mengenai sample yang akan dipilih (Ismail, 2018). Metode pengambilan *sampling* ini adalah *snowball*

sampling, yang merupakan sample dimana seorang peneliti memulai pengumpulan datanya dari seorang responden. Kemudian peneliti menanyakan responden pertama tersebut untuk menemukan atau mendapatkan responden kedua. Selanjutnya berulang sampai jumlah sample yang diinginkan terpenuhi (Swarjana, 2016).

f. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang dilakukan oleh penulis adalah model interaktif. Menurut Sudjana dalam Rukajat (Rukajat, 2018) menyatakan analisis data kualitatif bertolak dari fakta/informasi lapangan. Fakta atau informasi tersebut kemudian diseleksi dan dikembangkan menjadi pertanyaan-pertanyaan yang penuh makna. Penelitian ini mengadopsi analisis data Miles dan Huberman (Rukajat, 2018) dimana analisis data kualitatif tentang mempergunakan kata-kata yang selalu disusun dalam sebuah teks yang di perluas/di deskripsikan. Pada saat memberikan makna pada data yang dikumpulkan, peneliti menganalisis dan menginterpretasikan data.

Langkah langkah penelitian kualitatif analisis interaktif Miles dan Huberman:



Gambar 1.4 Model Analisis Interaktif Miles dan Huberman

a. Reduksi Data

Reduksi data dilakukan untuk mempelajari kembali seluruh catatan lapangan yang diperoleh melalui wawancara, observasi dan dokumentasi untuk dirangkum. Reduksi data merupakan suatu bentuk analisis untuk mengerucutkan, menggolongkan, mengarahkan, membuang data yang tidak perlu guna menghasilkan ringkasan data yang potensial (Mahfud, 2015).

b. Penyajian Data

Mendeskripsikan kumpulan informasi yang tersusun yang memberikan adanya penerikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dapat berupa teks naratif, matriks, diagram table, dan bagan yang disusun mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan

Penarikan kesimpulan berupa kegiatan pemberian pendapat yang menemukan makna dari data yang telah disajikan dengan berbagai cara seperti perbandingan kontras, menemukan pola dan tema, pengelompokan, mencari hubungan. Makna yang ditemukan harus diuji kebenarannya, kecocokannya dan kekokohnya.

g. Sistematika Penulisan

Bab I: berisi pendahuluan penelitian yang akan disajikan berupa latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, Kerangka teori, dan metode yang akan digunakan untuk menganalisa dan sistematika penulisan penelitian.

Bab II: memaparkan sejarah dan profil komunitas Paguyuban Pecinta Batik Indonesia. Bab III: penelitian yang menggunakan metodologi kualitatif deskriptif menggunakan paradigme interpretif. Bab IV: kesimpulan hasil penelitian yang menjawab rumusan masalah.