

**PENGUNAAN SIMBOL-SIMBOL ISLAM DALAM  
MENARIK *CUSTOMER* PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT  
SYARIAH AL-WASHLIYAHMEDAN**

SKRIPSI

**OLEH :**  
**RIDHO SYAH PUTRA**  
**NPM : 1403110229**  
**Program Studi Ilmu Komunikasi**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK  
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

**MEDAN**

**2018**

PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara oleh:

Nama : RIDHO SYAH PUTRA

NPM : 1403110229

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Pada hari : Kamis, 29 Maret 2018

Waktu : 08.00 s/d selesai

TIM PENGUJI

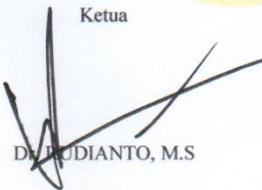
PENGUJI I : Hj. ASMAWITA, AM, Lc., M.A (  )

PENGUJI II : Dr. LEYLIA KHAIRANI, M.Si (  )

PENGUJI III : JUNAIDI, S.Pdi, M.Si (  )

PANITIA UJIAN

Ketua

  
Dr. DUDIANTO, M.S

Sekretaris

  
Drs. ZULFAHMI, M.I.Kom

**BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI**

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh :

Nama : RIDHO SYAH PUTRA

NPM : 1403110229

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Skripsi : PENGGUNAAN SIMBOL-SIMBOL ISLAM DALAM MENARIK CUSTOMER PT. BANK PEMBIAYAAN RAKYAT SYARIAH AL-WASHLIYAH MEDAN

Medan, 28 Maret 2018

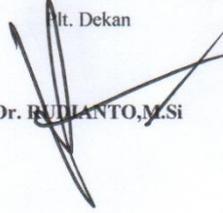
Pembimbing

  
JUNAIIDI, S.Pdi, M.Si

Disetujui Oleh  
KETUA PROGRAM STUDI

  
NURHASANAH NASUTION, S.Sos., M.I.Kom

lt. Dekan

  
Dr. RUDIANTO, M.Si

## PERNYATAAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan ini saya, Ridho Syah Putra, NPM 1403110229, menyatakan dengan sungguh-sungguh:

1. Saya menyadari bahwa memalsukan karya ilmiah dalam segala bentuk yang dilarang oleh undang-undang, termasuk pembuatan karya ilmiah orang lain dengan sesuatu imbalan, atau memplagiat atau menjiplak atau mengambil karya orang lain, adalah tindakan kejahatan yang harus dihukum menurut undang-undang yang berlaku.
2. Bahwa skripsi ini adalah hasil karya tulisan saya sendiri, bukan karya orang lain, atau karya plagiat, atau karya jiplakan orang lain.
3. Bahkan di dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh keserjanaan di suatu perguruan tinggi, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Bila dikemudian hari terbukti pernyataan saya ini tidak benar, saya bersedia menerima sanksi:

1. Skripsi saya ini beserta nilai-nilai hasil ujian skripsi saya dibatalkan.
2. Pencabutan kembali gelar keserjanaan yang telah saya peroleh, serta pembatalan dan penarikan ijazah sarjana dan transkrip nilai saya terima.

Medan, 24 Maret 2018



  
Ridho Syah Putra

## **ABSTRAK**

### **Penggunaan Simbol-Simbol Islam Dalam Menarik *Customer* PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan**

**Ridho Syah Putra**

**1403110229**

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh Manusia sebagai makhluk yang mengenal simbol, menggunakan simbol untuk mengungkapkan siapa dirinya. Karena dalam menjalani hidupnya tidak mungkin sendirian melainkan secara berkelompok atau disebut dengan masyarakat, karena antara satu dengan yang lain saling membutuhkan. Manusia sebagai anggota masyarakat dalam melakukan interkasinya sering kali menggunakan simbol dalam memahami interaksinya. Agar pembahasan pada tulisan ini tidak terlalu meluas, dalam penelitian ini hanya dibatasi pada pengkajian dan adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Penggunaan Simbol-simbol Islam dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan dengan mewawancarai 4 (empat) orang informan untuk memperoleh data mengenai interaksi simbolisasi dalam menarik *customer*. Dari hasil penelitian dan wawancara maka komunikasi dalam hal ini meliputi komunikasi verbal melalui lisan dan juga komunikasi nonverbal melalui simbol-simbol Islam. Seperti halnya simbol PT.BPRS Al-washliyah, yang menggambarkan bahwa bank BPRS merupakan anggota dari iB (Islamic Banking) sebagai identitas bersama di industri perbankan syariah di Indonesia. Komunikasi yang terjadi di PT.BPRS Al-washliyah adalah komunikasi verbal dan nonverbal, dan interaksi simbolik. Komunikasi verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempersentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Seperti halnya dalam melayani nasabah, pegawai dan staf PT.BPRS Al-washliyah selalu mengikuti perkembangan informasi yang berkembang saat ini. Komunikasi nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Komunikasi ini bisa dilihat dari pakaian seragam yang di pakai oleh pegawai atau staf PT.BPRS Al-washliyah Medan, misalnya ada mahasiswa magang di kantor PT.BPRS Al-washliyah Medan, dan dari seragam yang di pakai pegawai atau staf nasabah bisa mengetahui mana yang pegawai dan mana mahasiswa magang.

**Kata kunci : Komunikasi Verbal dan Nonverbal, Simbol Islam, Interaksi  
Simbolik, PT.BPRS Al-Washliyah**

## KATA PENGANTAR



*Assalamua'laikum Wr. Wb.*

*Alhamdulillah* rabbil'alamin, segala puji dan syukur bagi ALLAH SWT yang senantiasa memberikan rahmat dan karuni-Nya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul: “Penggunaan Simbol-Symbol Islam Dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan”. Salam dan syalawat tercurah kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW beserta keluarga para sahabat dan pengikutnya hingga akhir zaman.

Dalam penyusunan skripsi yang telah dilalui, penulis tidak sendirian, banyak pihak yang membantu dalam pelaksanaan skripsi, untuk itu dalam kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terimakasih kepada :

1. ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
2. Teristimewa Almarhum Ayah tercinta, agar senantiasa dilapangkan urusan akhirat dan ditempatkan di Jannah-Nya. Ibu dan Abang penulis yang telah banyak berkorban baik moril maupun materil selama penulis menjalani pendidikan,
3. Bapak Junaidi, S.Pdi. M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak membantu dan memberikan bimbingan dalam menyelesaikan skripsi ini.

4. Serta berkat doa, dorongan dan semangat, yang diberikan oleh mereka, siapapun dan dimanapun berada, saya ucapkan beribu terimakasih

Penulis sadar bahwa skripsi ini tidak luput dari kekurangan baik pada susunan dan penulisan, tata bahasa maupun segi ilmiah atau isinya, untuk itu penulis moha maaf dan mohon ampun kepada ALLAH SWT. Akhir kata penulis berharap kiranya ALLAH SWT dapat membalas kebaikan, doa dan bantuan yang diberikan oleh semua pihak kepada penulis, Aamiin.

Medan, 24 Maret 2018

( penulis )

## DAFTAR ISI

ABSTRAK .....	i
KATA PENGANTAR .....	ii
DAFTAR ISI.....	iv
DAFTAR GAMBAR .....	vii
DAFTAR TABEL.....	viii
BAB I PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah .....	5
1.3 Pembatasan Masalah .....	6
1.4 Tujuan Penelitian .....	6
1.5 Manfaat Teoritis .....	6
1.6 Sistematika Penelitian .....	6
BAB II URAIAN TEORITIS.....	8
2.1 Teori Simbol.....	8
2.1.1 Pengertian Simbol .....	8
2.1.2 Fungsi Simbol .....	12
2.2 Komunikasi Massa.....	13
2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa .....	13
2.2.2 Fungsi Komunikasi .....	21
2.2.3 Media Massa .....	22
2.3 Komunikasi Organisasi.....	23
2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi .....	23
2.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi .....	25
2.3.3 Fungsi Komunikasi Organisasi .....	26
2.4 Komunikasi Verbal .....	27

2.4.1	Pengertian Komunikasi Verbal.....	27
2.4.2	Fungsi Komunikasi Verbal.....	29
2.5.	Komunikasi Nonverbal .....	31
2.5.1	Pengertian Komunikasi Nonverbal.....	31
2.5.2	Fungsi Komunikasi Nonverbal .....	33
2.6	Teori Simbol Islam .....	35
2.6.1	Pengertian Simbol Islam .....	35
2.6.2	Simbolisasi Identitas Muslim .....	36
BAB III METODE PENELITIAN.....		41
3.1	Jenis Penelitian.....	41
3.2	Kerangka Konsep.....	43
3.3	Definisi Konsep.....	43
3.4	Kategorisasi.....	44
3.5	Informan.....	44
3.6	Teknik Pengumpulan Data.....	45
3.6.1	Wawancara Mendalam .....	45
3.6.2	Dokumentasi .....	45
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian .....	46
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		47
4.1	Hasil Penelitian .....	47
4.1.1	Deskripsi Lokasi Penelitian .....	48
4.1.2	Daftar Informan .....	52
4.2	Hasil Wawancara .....	54
4.2.1	Hasil Wawancara Informan Pegawai .....	54
4.2.2	Hasil Wawancara Informan Nasabah .....	57
4.3	Pembahasan .....	58

BAB V PENUTUP.....	60
5.1 Simpulan .....	60
5.2 Saran.....	61
DAFTAR PUSTAKA.....	62
LAMPIRAN	

## **DAFTAR GAMBAR**

1. Gambar 4.1 Dokumentasi Data Informan Pegawai I .....	52
2. Gambar 4.2 Dokumentasi Data Informan Pegawai II .....	52
3. Gambar 4.3 Dokumentasi Data Informan Informan I.....	53
4. Gambar 4.4 Dokumentasi Data Informan Informan II .....	53
5. Gambar 4.5 Simbol Bprs Al-washliyah .....	56

## **DAFTAR TABEL**

1. Tabel 3.1 Kerangka Konsep .....	43
2. Tabel 3.2 Kategorisasi.....	43
3. Tabel 4.1 Struktur Organisasi PT.BPRS Al-washliyah .....	51

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Sudah sejak lama orang tertarik mempelajari bagaimana manusia berinteraksi satu sama lainnya, atau kata lain, bagaimana manusia berkomunikasi. Hasil pengamatan terhadap komunikasi antar manusia menghasilkan berbagai teori komunikasi yang pada intinya adalah upaya para ahli menjelaskan bagaimana manusia berkomunikasi dan apa yang terjadi selama komunikasi itu berlangsung. Teori komunikasi yang dihasilkan hingga saat ini jumlahnya sangat banyak karena komunikasi itu sendiri merupakan bidang yang sangat luas. Berbagai teori itu kemudian dikelompokkan atau digolongkan menurut mekanisme tertentu sehingga berkembang menjadi ilmu tersendiri pula.

Komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali. Komunikasi memiliki peran yang sangat vital bagi kehidupan manusia, karena itu kita harus memberikan perhatian yang seksama terhadap komunikasi, khususnya teori komunikasi. Apakah teori itu? Setiap upaya untuk menjelaskan suatu pengalaman adalah teori yaitu gagasan atau ide bagaimana sesuatu dapat terjadi. Setiap orang pada dasarnya menggunakan teori yang digunakan untuk memandu orang memahami berbagai hal dan memberikan keputusan mengenai tindakan apa yang harus dilakukan.

Teori selalu berubah dari waktu ke waktu. Perubahan teori terjadi ketika orang menemukan hal baru atau mendapatkan perspektif baru. Teori dapat menemukan pola-pola dari peristiwa sehingga kita dapat mengetahui apa yang diharapkan akan terjadi. Teori membantu kita memutuskan apa yang penting dan apa yang tidak. Teori juga dapat membantu kita untuk memperkirakan apa yang akan terjadi selanjutnya.

Setiap orang selalu berupaya memahami setiap peristiwa yang dialaminya. Orang memberikan makna terhadap apa yang terjadi didalam dirinya sendiri atau lingkungan sekitarnya. Terkadang makna yang diberikan itu sangat jelas dan mudah dipahami orang lain namun terkadang makna itu sangat kabur, tidak dapat dipahami dan bahkan bertentangan dengan makna sebelumnya. Dengan memahami teori komunikasi maka orang dapat menafsirkan peristiwa secara lebih fleksibel dan bermanfaat.

Jika Anda ditanya, apakah komunikasi? Apa yang terjadi jika sejumlah orang bertemu dan berinteraksi? Ketika Anda mencoba menjawab kedua pertanyaan itu sebenarnya Anda tengah menyusun teori suatu teori komunikasi. Kedua pertanyaan itu tampaknya mudah bahkan orang bukan ahli pun dapat memberikan jawaban menurut sudut pandangnya. Namun demikian, setiap orang akan menjawab pertanyaan itu secara berbeda-beda. Orang akan memberikan penjelasan yang bermacam-macam. Tidak ada jawaban yang sama. Setiap orang akan melihat hal yang berbeda pada saat berkomunikasi. Inilah sebabnya mengapa terdapat begitu banyak teori dalam ilmu komunikasi saat ini khususnya yang dikemukakan sarjana barat.

Pada dasarnya siapa pun dapat menyusun teori komunikasi. Lantas apa yang membedakan antara teori komunikasi yang disusun oleh orang awam dengan teori komunikasi yang dihasilkan para ahli komunikasi. Orang awam akan menyusun teorinya berdasarkan perkiraan (*guesswork*) atas hasil pengamatannya dalam kehidupan yang dialaminya sehari-hari. Para ahli komunikasi menyusun teorinya secara ilmiah (*scientific*) berdasarkan pengamatan (*obeservasi*) yang disusun secara sistematis. Membangun teori bukanlah pekerjaan mudah karena membutuhkan upaya yang serius mulai dari observasi yang terfokus, menyusun hipotesis dan bahkan kemudian melakukan revisi terhadap teori yang sudah disusun. Istilah “teori komunikasi” dapat mengacu kepada suatu teori tunggal namun juga dapat mengacu kepada sejumlah ide atau gagasan yang terkait dengan proses komunikasi (Morissan, 2013:1-3).

Komunikasi (*communication*) adalah proses sistemis dimana orang berinteraksi dengan dan melalui simbol untuk menciptakan dan menafsirkan makna.

Fitur penting pertama dari definisi ini adalah proses (*process*). Komunikasi adalah proses, yang artinya sedang berlangsung dan bergerak, bergerak semakin maju dan berubah secara terus-menerus. Sulit mengatakan kapan komunikasi dimulai dan berhenti karena apa yang terjadi jauh sebelum kita berbicara dengan seseorang bisa mempengaruhi interaksi, dan apa yang muncul didalam sebuah pertemuan tertentu bisa berkelanjutan dimasa depan. Kita dapat membekukan komunikasi kapan pun.

Komunikasi juga sistemis (*systemic*), yang berarti bahwa itu terjadi dalam suatu sistem bagian yang saling berhubungan yang mempengaruhi satu sama lain. Dalam komunikasi keluarga, misalnya, setiap anggota keluarga adalah bagian dari sistem (Galvin, Dickson, & Marrow, 2006). Selain itu, lingkungan fisik dan waktu merupakan elemen-elemen dari sistem itu yang mempengaruhi interaksi. Orang-orang berinteraksi dengan cara berbeda di ruang tengah yang formal dan di pantai, dan kita mungkin lebih waspada di waktu-waktu tertentu daripada waktu lainnya dalam satu hari. Jika sebuah keluarga memiliki kebiasaan mendengarkan dengan sensitif dan memecahkan masalah konstruktif, maka ketika salah satu anggota keluarga mengatakan “ada yang perlu kita bicarakan” dia tidak akan menyebabkan perlawanan. Di sisi lain, jika keluarga itu memiliki catatan konflik kotor, maka komentar yang sama dapat memicu perlawanan keras. Ciuman berlama-lama mungkin cara yang pantas untuk menunjukkan kasih sayang dalam suasana pribadi, tetapi tindakan yang sama akan mengangkat alis jika dilakukan di kantor. Dalam menafsirkan komunikasi, kita perlu mempertimbangkan sistem dimana itu terjadi

Definisi kita mengenai komunikasi juga menekankan peran serta simbol (*symbols*), yang mencakup bahasa dan perilaku nonverbal, serta seni dan musik. Sesuatu yang abstrak menandakan sesuatu yang lain bisa menjadi simbol. Kita sering melambangkan cinta dengan memberikan cincin dengan mengatakan “aku cinta padamu,” atau dengan berpelukan. Perlu diingat adalah komunikasi antar manusia melibatkan interaksi dengan dan melalui simbol-simbol.

Defenisi komunikasi berpusat pada makna yang merupakan jantung dari komunikasi, makna signifikansi yang kita berikan pada fenomena-apa yang ditunjukkan kepada kita. Makna tidak terdapat dalam fenomena. Sebaliknya, makna muncul dari interaksi kita dengan simbol.

Ada dua tingkatan makna dalam komunikasi. Tingkat makna berdasarkan isi (*content level of meaning*) adalah pesan harfiah. Sebagai contoh, jika seseorang mengatakan kepada Anda, ”Enyahlah!” maka level isi dari makna tersebut adalah bahwa Anda harus pergi. Tingkat makna berdasarkan hubungan (*relationship level of meaning*) mengekspresikan hubungan antara para pihak yang terlibat dalam komunikasi. Contohnya, jika orang berkata, “Enyahlah!”, adalah teman dan ia mengatakannya sambil tersenyum, maka anda mungkin akan menafsirkan tingkat makna berdasarkan hubungan bahwa teman Anda menyukai Anda dan dia sedang bercanda. Namun, jika orang yang mengatakan, “Enyahlah!” adalah supervisor Anda, dan ia sedang merespon permintaan Anda untuk naik gaji, maka Anda mungkin akan menafsirkan tingkat makna berdasarkan hubungan tersebut sebagai indikasi bahwa supervisor Anda menganggap Anda lebih rendah dan tidak menyukai hasil kerja Anda (Wood Julia T, 2013:3-4)

Berdasarkan permasalahan yang telah diuraikan sebelumnya, peneliti ingin mengadakan penelitian yang berjudul “Penggunaan Simbol-simbol Islam dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan’.

## **1.2 Perumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka peneliti mengajukan rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana Penggunaan Simbol-simbol Islam

dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan?”

### **1.3 Pembatasan Masalah**

Agar pembahasan pada tulisan ini tidak terlalu meluas, dalam penelitian ini hanya dibatasi pada pengkajian tentang Penggunaan Simbol-simbol Islam dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan.

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan Penggunaan Simbol-simbol Islam dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan.

### **1.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat melengkapi dan memperkaya pengetahuan penelitian tentang masalah yang diteliti.
- b. Secara akademis, penelitian ini dimaksudkan sebagai sumbangsih penulis terhadap pengembangan Ilmu Komunikasi FISIP UMSU
- c. Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat dijadikan masukan bagi pihak-pihak yang bersangkutan terutama untuk bank dan customer.

### **1.6 Sistematika Penulisan.**

Sesuai dengan standart penulisan ilmiah, maka dalam penyusunan skripsi akan dibagi ke dalam lima sub. Selanjutnya masing-masing bab dibagi dalam sub bab. Adapun sistematika penulisan skripsi ini sebagai berikut :

**BAB I           PENDAHULUAN**

Berisikan tentang: latar belakang masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

**BAB II           URAIAN TEORITIS**

Berisikan tentang: Komunikasi simbol, Komunikasi massa dan Komunikasi organisasi

**BAB III          METODE PENELITIAN**

Berisikan tentang: metode Penelitian, Kerangka Konsep, definisi konseptual variabel, Teknik Pengumpulan Data, Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian

**BAB IV          HASIL PEMBAHASAN DAN PENELITIAN**

Berisikan tentang: hasil Penelitian, hasil wawancara, pembahasan.

**BAB V           PENUTUP**

Berisikan tentang: Kesimpulan dan Saran.

## **BAB II**

### **URAIAN TEORITIS**

Uraian teoritis merupakan dasar dan landasan untuk mencari teori yang digunakan dalam mencapai pemecahan masalah terhadap faktor-faktor yang menjadi masalah dalam penelitian ini. Dan merupakan penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian ini, dan merevisi penjelasan teoritis dalam rumusan masalah penelitian yang digunakan untuk menjawab pertanyaan-pertanyaan tentang mengapa dan bagaimana suatu masalah harus relevan dengan konteks dan isi.

#### **2.1 Teori simbol**

##### **2.1.1 Pengertian Simbol**

Menurut tradisi Interaksionisme Simbolik (Ritzer dan Goodman, 2003: 289), pembentukan makna pada individu tidak terlepas dari aspek-aspek sebagai berikut:

- (1) kemampuan manusia dalam berpikir.
- (2) kemampuan berpikir dibentuk oleh interaksi sosial.
- (3) manusia mempelajari arti dan simbol dalam interaksi sosial, yang memungkinkan mereka menggunakan kemampuan berpikir mereka yang khusus.
- (4) makna dan simbol memungkinkan manusia melanjutkan tindakan khusus dan berinteraksi,
- (5) manusia mampu mengubah arti dan simbol yang mereka gunakan dalam tindakan dan interaksi berdasarkan penafsiran mereka terhadap situasi,

(6) manusia mampu membuat kebijakan modifikasi dan perubahan, sebagian karena kemampuan mereka berinteraksi dengan diri sendiri, yang memungkinkan mereka menguji serangkaian peluang tindakan, menilai keuntungan dan kerugian relatif mereka, dan kemudian memilih satu di antara serangkaian peluang tindakan itu, dan

(7) pola tindakan dan interaksi yang saling berkaitan akan membentuk kelompok dan masyarakat (Bajari, Tua Sahala, 2013:87-88).

Simbol menjadi sesuatu yang sentral dalam kehidupan manusia. Manusia memiliki kemampuan untuk menggunakan simbol dan manusia memiliki kebutuhan terhadap simbol yang sama pentingnya dengan kebutuhan terhadap makan dan tidur. Kita mengarahkan dunia fisik dan sosial kita melalui simbol dan maknanya (Morissan, 2013:136).

Manusia menggunakan simbol yang terdiri atas satu kata, namun lebih sering kita menggunakan kombinasi sejumlah kata. Makna yang sesungguhnya dari bahasa terdapat pada wacana (*discourse*) di mana kita mengikat sejumlah kata ke dalam kalimat dan paragraf. Wacana menyatakan “preposisi” yaitu beberapa simbol bersifat kompleks yang menunjukkan gambaran dari sesuatu.

Setiap simbol atau seperangkat simbol menyampaikan suatu “konsep” yaitu suatu ide umum, pola, atau bentuk. Menurut Langer, konsep adalah makna bersama diantara sejumlah komunikator yang merupakan denotasi dari simbol. Sebaliknya gambaran personal (*personal image*), adalah pengertian yang bersifat pribadi (*private conception*). Stephen Littlejohn dan Foss memberikan contoh berikut ini, jika kita memerhatikan suatu lukisan, misalnya lukisan karya pelukis

terkenal dunia Vincent van Gogh berjudul *Still Life with Open Bible*. Anda dan orang lain akan memberikan makna yang sama terhadap lukisan tersebut, namun anda pula memberikan makna subjektif yang bersifat pribadi terhadap lukisan tersebut (Morissan, 2013:137).

Pengertian simbol tidak akan lepas dari ingatan manusia secara tidak langsung manusia pasti mengetahui apa yang di sebut dengan simbol, terkadang simbol diartikan sebagai suatu lambang yang digunakan sebagai penyampaian pesan atau keyakinan yang telah dianut dan memiliki makna tertentu. Arti simbol juga sering terbatas pada tanda konvensionalnya, yakni sesuatu yang dibangun oleh masyarakat atau individu dengan arti tertentu yang kurang lebih setandar yang disepakati atau dipakai anggota masyarakat tertentu.

Seperti salah satu tokoh yang berbicara tentang simbol yaitu Herbert Blumer (1962) dia seorang tokoh moderen dari teori nteraksionisme simbolik ini menjelaskan, menurut Blumer istilah interaksionisme simbolik menunjuk kepada sifat khas dari interaksi antar manusia, ciri khasnya adalah bahwa manusia saling menerjemahkan dan saling mendefinisikan tindakanya. Bukan sekedar reaksi belaka dari tindakan seseorang terhadap orang lain.

Tanggapan seseorang tidak dibuat secara langsung terhadap tindakan orang lain, tetapi berdasarkan “makna” yang diberikan terhadap tindakan orang lain tersebut. Interaksi antar individu diantarai oleh penggunaan simbol-simbol. Interpretasi atau dengan saling berusaha untuk memahami maksud dari tindakan masing-masing.

Menurut paham interaksi simbolis, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan siapakah anda sebagai manusia? Manford Kuhn menempatkan peran diri sebagai pusat kehidupan sosial. Menurutnya, rasa diri seseorang merupakan jantung komunikasi. Diri merupakan hal yang sangat penting dalam interaksi (Morissan, 2013:111).

Simbol bukan saja membangkitkan gambaran dalam kesadaran pemeluk agama dengan mengantar dan menetapkan manusia dengan realitas yang dilambangkan, tetapi juga mengkomunikasikan realitas illahi kepada manusia. Sepanjang sejarah budaya manusia, simbol telah mewarnai tindakan-tindakan manusia baik tingkah laku, bahasa ilmu pengetahuan dan religi.

Manusia berfikir, berperasaan dan bersikap, melalui ungkapan simbolis. Manusia memaknai kehidupannya melalui simbol-simbol dan dengan arah itu pengalaman-pengalaman dapat didefinisikan dan diatur dengan syarat hidup komunitasnya. Manusia tidak melihat, menekankan dan mengenal dunia secara langsung, tetapi melalui simbol. Realitas yang dihadapinya tidak sekedar kumpulan fakta melainkan mempunyai fakta kejiwaan, yang di dalamnya simbol berperan memberikan keluasan dan ketidak luasan pemahaman.

Untuk itu manusia sering disebut sebagai *homo symbolism* dikarenakan manusia menggunakan simbol-simbol yang diciptakannya dalam menjalani aktifitas kehidupan hariannya. Manusia sebagai makhluk yang mengenal simbol, menggunakan simbol untuk mengungkapkan siapa dirinya. Karena manusia dalam menjalani hidupnya tidak mungkin sendirian melainkan secara

berkelompok atau disebut dengan masyarakat, karena antar yang satu dengan yang lainnya saling membutuhkan. Manusia sebagai anggota masyarakat dalam interkasinya seringkali menggunakan simbol dalam memahami interaksinya

### **2.1.2 Fungsi Simbol**

Manusia sebagai makhluk yang mengenal simbol, menggunakan simbol untuk mengungkapkan siapa dirinya. Karena dalam menjalani hidupnya tidak mungkin sendirian melainkan secara berkelompok atau disebut dengan masyarakat, karena antara satu dengan yang lain saling membutuhkan. Manusi sebagai anggota masyarakat dalam melakukan interkasinya seringkali menggunakan simbol dalm memahami interaksinya.

Adapun fungsi simbol adalah :

1. simbol memungkinkan manusia untuk berhubungan dengan dunia material dan sosial dengan membolehkan mereka memberi nama, membuat kategori, dan mengingat objek-objek yang mereka temukan dimana saja. Dalam hal ini bahasa mempunyai peran yang sangat penting.
2. Simbol menyempurnakan manusia untuk memahami lingkungannya
3. Simbol menyempurnakan kemampuan manusia untuk berfikir. Dalam arti ini, berfikir dapat dianggap sebagai interaksi simbolik dengan diri sendiri.
4. Simbol meningkatkan kemampuan manusia untuk memecahkan persoalan manusia. Sedangkan manusia bisa berfikir dengan simbol-simbol sebelum melakukan pilihan-pilihan dalam melakukan sesuatu.
5. Penggunaan simbol-simbol memungkinkan manusia bertransendensi dari segi waktu, tempat dan bahkan diri mereka sendiri. Dengan menggunakan simbol-

simbol manusia bisa membayangkan bagaimana hidup dimasa lampau dengan akan datang.

6. Simbol-simbol memungkinkan manusia bisa membayangkan kenyataan metafisis seperti surga dan neraka.
7. Simbol-simbol memungkinkan manusia agar tidak diperbudak oleh lingkungannya. Mereka bisa lebih aktif ketimbang pasif dalam mengarahkan dirinya kepada sesuatu yang mereka perbuat (Raho, 2007:110)

## **2.2 Komunikasi Massa**

### **2.2.1 Pengertian Komunikasi Massa**

Komunikasi massa merupakan proses di mana organisasi media memproduksi dan menyampaikan pesan-pesan atau informasi kepada masyarakat luas, dan pesan-pesan tersebut bisa dilihat, dicari, digunakan, dipahami, bahkan dipengaruhi oleh audiens. Pusat studi komunikasi massa ada pada media, teknologi informasi, unsur pesan dan informasi, serta faktor manusia sebagai pengguna media mass. Organisasi media mendistribusikan pesan-pesan yang sanggup mempengaruhi dan menggambarkan budaya masyarakat. Mereka menyediakan informasi secara serempak pada saat yang relatif bersamaan kepada sejumlah besar audiens sehingga menjadikan media sebagai bagian dari armada lembaga masyarakat (Yusup, 2009:106).

Masyarakat memiliki struktur dan lapisan (*layer*) yang bermacam – macam, ragam struktur dan lapisan masyarakat tergantung pada kompleksitas masyarakat itu sendiri. Semakin kompleks suatu masyarakat, maka struktur masyarakat itu semakin rumit pula. Kompleksitas masyarakat juga ditentukan oleh ragam budaya

dan proses – proses sosial yang dihasilkannya. Semakin masyarakat itu kaya dengan kebudayaannya, maka semakin rumit proses – proses sosial yang dihasilkannya.

Berbagai proses komunikasi dalam masyarakat terkait dengan struktur dan lapisan (*layer*) maupun ragam budaya dan proses – proses sosial yang ada di masyarakat tersebut, serta tergantung pula pada adanya pengaruh dan khalayaknya, baik secara individu, kelompok ataupun masyarakat luas. Sedangkan substansi bentuk atau wujud komunikasi ditentukan oleh (1) pihak – pihak yang terlibat dalam komunikasi (komunikator dan khalayak; (2) cara yang ditempuh; (3) kepentingan atau tujuan komunikasi; (4) ruang lingkup yang melakukannya; (5) saluran yang digunakan; dan (6) isi pesan yang disampaikan. Sehubungan dengan itu, maka kegiatan komunikasi dalam masyarakat dapat berupa komunikasi tatap muka yang terjadi pada komunikasi interpersonal dan kelompok serta kegiatan komunikasi yang terjadi pada komunikasi massa.

Kedua proses komunikasi ini, terutama komunikasi massa, mengandalkan teknologi telematika khususnya media massa sebagai teknologi penting dalam proses kegiatan komunikasi. Dengan demikian, proses komunikasi adalah juga sebuah proses media massa, namun secara akademik, kedua hal itu dapat dibedakan satu dengan lainnya karena memiliki konsep dan substansi permasalahan yang berbeda – beda.

Menurut Joseph A. Devito (Effendy, 2002:21) komunikasi massa adalah yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Sedangkan menurut (Rakhmat, 2002:89) komunikasi dapat dilihat sebagai jenis komunikasi

yang ditujukan kepada sejumlah khalayak yang tersebar, heterogen, melalui media cetak atau media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Komunikasi massa adalah penyebaran pesan dengan menggunakan media yang ditujukan kepada massa yang abstrak, yakni sejumlah orang yang tidak tampak oleh si penyampai pesan.

Komunikasi massa dapat diartikan sebagai jenis komunikasi yang ditujukan kepada khalayak yang tersebar, heterogen dan anonim melalui media cetak atau media elektronik sehingga pesan yang sama dapat diterima secara serentak dan sesaat. Perkataan dalam definisi ini menekankan pengertian bahwa jumlah sebenarnya penerima komunikasi massa pada saat tertentu tidaklah esensial.

Komunikasi massa berfungsi untuk menyebarluaskan informasi, meratakan pendidikan, merangsang pertumbuhan ekonomi dan menciptakan kegembiraan dalam kehidupan seseorang. Tetapi dalam perkembangan teknologi komunikasi yang begitu cepat terutama dalam bidang penyiaran dan media pandang dengan audio visual, menyebabkan fungsi media telah mengalami banyak perubahan.

San MacBride, Ketua Komisi Masalah - masalah Komunikasi UNESCO pada tahun 1980 (Cangara, 2007:60) mengemukakan bahwa komunikasi tidak bisa diartikan sebagai pertukaran data, fakta dan ide. Oleh karena itu komunikasi massa dapat berfungsi sebagai :

- a. Informasi, yakni kegiatan untuk mengumpulkan, menyimpan data, fakta dan pesan sehingga orang bisa mengetahui keadaan yang terjadi diluar dirinya, apakah itu dalam lingkungan daerah, nasional maupun internasional.

- b. Sosialisasi, yakni menyediakan dan mengajarkan ilmu pengetahuan bagaimana orang bersikap sesuai dengan nilai - nilai yang ada bertindak sebagai anggota masyarakat secara efektif.
- c. Motivasi, yakni mendorong orang untuk mengikuti kemajuan orang lain melalui apa yang mereka baca, lihat dan dengar melalui media massa.
- d. Bahan diskusi, yakni menyediakan informasi sebagai bahan diskusi untuk mencapai persetujuan dalam hal perbedaan pendapat mengenai hal - hal yang menyangkut orang banyak.
- e. Pendidikan, yakni membuka kesempatan untuk memperoleh pendidikan secara luas, baik untuk pendidikan formal disekolah maupun diluar sekolah. Juga meningkatkan kualitas penyajian materi yang baik, menarik kesimpulan dan mengesankan.
- f. Memajukan kebudayaan, yakni massa menyebarluaskan hasil - hasil kebudayaan melalui pertukaran program siaran radio dan televisi, atau bahan tercetak seperti buku dan penerbitan - penerbitan lainnya. Pertukaran ini akan memungkinkan peningkatan daya kreatifitas guna memajukan kebudayaan nasional masing-masing negara serta mempertinggi kerja sama antar negara.
- g. Hiburan, yakni media massa yang telah menyita banyak waktu luang untuk semua golongan usia dengan difungsikan sebagai alat hiburan dan rumah tangga. Sifat estetika yang dituangkan ke dalam bentuk lagu, lirik dan bunyi maupun gambar dan membawa orang pada situasi menikmati hiburan seperti halnya kebutuhan pokok lainnya.

Integrasi, yakni banyak bangsa di dunia ini diguncangkan oleh kepentingan - kepentingan tertentu karena perbedaan etnis dan ras. Komunikasi seperti satelit dapat dimanfaatkan untuk menjembatani perbedaan - perbedaan itu dalam memupuk dan memperkokoh persatuan dan kesatuan bangsa.

Dan menurut Janowitz (McQuail, 2011:62) yang berbunyi: 'komunikasi massa terdiri atas lembaga dan teknik dari kelompok tertentu yang menggunakan alat teknologi (pers, radio, film dan sebagainya) untuk menyebarkan konten simbolis kepada khlayak yang besar, heterogen dan sangat tersebar'.

Komunikasi massa pada mulanya lebih merupakan sebuah ide daripada realitas. Istilah ini terdiri atas kondisi dan proses yang secara teoritis memungkinkan, tetapi jarang ditemukan dalam bentuk yang sebenarnya. Ketika hal ini sepertinya terjadi, sering kali malah kurang massal dan tidak terlalu dikontrol oleh teknologi daripada yang terlihat di permukaan. Karakteristik yang menjelaskan konsep dijabarkan seperti di bawah ini (McQuail, 2011:62-63):

- a. Distribusi dan penerimaan konten dalam skala besar
- b. Aliran satu arah
- c. Hubungan yang asimetris antara pengirim dan penerima
- d. Hubungan yang tidak personal dan anonim dengan khalayak
- e. Hubungan dengan khalayak yang bersifat jual – beli atau diperhitungkan
- f. Terdapat standarisasi dan komodifikasi konten

Menurut Cangara (2012:41) komunikasi massa dapat didefinisikan sebagai proses komunikasi yang berlangsung dimana pesannya dikirim dari sumber yang

melembaga pada khalayak yang sifatnya massal melalui alat - alat yang bersifat mekanis seperti surat kabar, televisi, radio dan sebagainya.

Para ahli berpendapat bahwa yang dimaksudkan komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi melalui media massa, jelasnya merupakan singkatan dari *komunikasi media massa (mass media communication)* (Effendy, 2011:20), para ahli membatasi pengertian komunikasi massa pada komunikasi dengan menggunakan media massa, misalnya surat kabar, radio, televisi atau film.

Dalam berbagai literatur sering dijumpai istilah *mass communications* (pakai s) selain *mass communication* (tanpa s). Arti *mass communications* (pakai s) sama dengan *mass media* dalam bahasa Indonesianya *media massa*. Sedangkan yang dimaksud *mass communication* (tanpa s) adalah prosesnya, yaitu *proses komunikasi melalui media massa* (Effendy, 2011:20).

Komunikasi massa adalah proses dimana organisasi media membuat dan menyebarkan pesan kepada khalayak banyak (public). Organisasi – organisasi media ini akan menyebarluaskan pesan – pesan yang mempengaruhi dan mencerminkan kebudayaan suatu masyarakat, lalu informasi ini akan mereka hadirkan serentak pada khalayak luas yang beragam. Hal ini membuat media menjadi bagian institusi yang kuat di masyarakat.

Werner I. Severin dan James W. Tankard, Jr. dalam bukunya, *Communication Theories, Origins, Methods, Uses*, (Effendy, 2011:21) berpendapat tentang komunikasi massa sebagai berikut:

*“Mass communication is part skill, part art and part science. It is a skill in the sense that it involves certain fundamental learnable techniques such as focusing a*

*television camera, operating a tape recorder or taking notes during an interview. It is art in the sense that involves creative challenges such as writing a script for television program, developing an aesthetic layout for magazine and or coming up with a catchy lead for a news story. It is a science in sense that there are certain principles involved in how communication works that can be verified and use to make things work better”.*

(Komunikasi massa adalah sebagian keterampilan, sebagai seni dan sebagai ilmu. Ia adalah keterampilan dalam pengertian bahwa ia meliputi teknik – teknik fundamental tertentu yang dapat dipelajari seperti memfokuskan kamera televisi, mengoperasikan tape recorder atau mencatat ketika berwawancara. Ia adalah seni dalam pengertian bahwa ia meliputi tantangan – tantangan kreatif seperti menulis skrip untuk program televisi, mengembangkan tata letak yang estetis untuk iklan majalah atau menampilkan teras berita yang memikat bagi sebuah kisah berita. Ia adalah ilmu dalam pengertian bahwa ia meliputi prinsip – prinsip tertentu tentang bagaimana berlangsungnya komunikasi yang dapat dikukuhkan dan dipergunakan untuk membuat hal menjadi lebih baik).

Joseph A. Devito dalam bukunya (Effendy, 2011:21), *Communicology: An Introduction To The Study of Communication*, menampilkan definisinya mengenai komunikasi massa dengan lebih tegas, yakni sebagai berikut:

*“First, mass communication is communication addressed to the masses, to an extremely large audience. This does not mean that the audience includes all people or everyone who reads or everyone who watches television; rather it means an audience that is large and generally rather poorly defined”.*

*“Second, mass communication is communication mediated by audio and/or visual transmitters. Mass communication is perhaps most easily and most logically defined by its forms: television, radio, newspapers, magazines, films, books and tapes”.*

(Pertama, komunikasi massa adalah komunikasi yang ditujukan kepada massa, kepada khalayak yang luar biasa banyaknya. Ini tidak berarti bahwa khalayak meliputi seluruh penduduk atau semua orang yang membaca atau semua orang yang menonton televisi, agaknya ini berarti bahwa khalayak itu besar dan pada umumnya agak sukar untuk didefinisikan).

(Kedua, komunikasi massa adalah komunikasi yang disalurkan oleh pemancar – pemancar yang audio dan atau visual. Komunikasi massa barangkali akan lebih mudah dan lebih logis bila didefinisikan menurut bentuknya: televisi, radio, surat kabar, majalah, film, buku dan tape).

Mengaitkan pendapat dari Severin dan Tankard, Jr. dengan Devito bahwa komunikasi massa itu ditujukan kepada massa dengan melalui media massa dibandingkan dengan jenis – jenis komunikasi lainnya, maka komunikasi massa mempunyai ciri – ciri yang disebabkan oleh sifat – sifat komponennya. Ciri – cirinya adalah sebagai berikut: (Effendy, 2011:22-25)

- a. Komunikasi massa berlangsung satu arah
- b. Komunikator pada komunikasi massa melembaga
- c. Pesan pada komunikasi massa bersifat umum
- d. Media komunikasi massa menimbulkan keserempakan
- e. Komunikan komunikasi massa bersifat heterogen

### 2.2.2 Fungsi Komunikasi Massa

Robert K. Merton (Bungin, 2008:78) mengemukakan, bahwa fungsi aktivitas sosial memiliki dua aspek, yaitu fungsi nyata (*manifest function*) adalah fungsi nyata yang diinginkan, kedua fungsi tidak nyata atau tersembunyi (*latent function*), yaitu fungsi yang tidak diinginkan. Sehingga pada dasarnya setiap fungsi sosial dalam masyarakat itu memiliki efek fungsional dan disfungsional.

Selain manifest function dan latent function, setiap aktivitas sosial juga berfungsi melahirkan (*beiring function*) fungsi – fungsi sosial lain, bahwa manusia memiliki kemampuan beradaptasi yang sempurna. Sehingga setiap fungsi sosial yang membahayakan dirinya, maka ia akan mengubah fungsi – fungsi sosial yang ada. Contohnya, pemberantasan korupsi yang dilakukan oleh pemerintah, di satu sisi adalah untuk membersihkan masyarakat dari praktik korupsi, namun di sisi lain tindakan pemberantasan korupsi yang tidak diikuti dengan perbaikan sistem justru akan menimbulkan ketakutan bagi pemerintah aparaturnya secara luas tentang masa depan mereka karena merasa tindakannya selalu diawasi, ditakuti dan ditindak. Tidak adanya perbaikan sistem yang baik dan ketakutan justru akan melahirkan (*beiring*) model – model korupsi yang lebih canggih. Dengan demikian, maka aktivitas sosial lama itu ketika mendapat tekanan sosial, kemudian mengalami metamorfosa dan kemudian melahirkan aktivitas sosial.

Begitu pula dengan fungsi komunikasi massa, sebagai aktivitas sosial masyarakat, komunikasi media massa juga mengalami hal yang serupa. Seperti, pemberitaan bahaya Tsunami terhadap kehidupan masyarakat pantai. Di satu sisi pemberitaan tersebut adalah mengenai bagaimana masyarakat pantai dapat

menghindari bahaya Tsunami ketika bencana itu datang, tapi berita itu juga sekaligus menciptakan ketakutan dan kecemasan yang amat sangat bagi masyarakat yang hidup di pesisir pantai. Bahkan pemberitaan itu juga berdampak buruk bagi orang – orang pegunungan yang akan merencanakan pindah tempat tinggal ke daerah pesisir.

Dengan keterangan tersebut terdapat lima fungsi komunikasi massa, yaitu:

- a. Fungsi Pengawasan
- b. Fungsi Sosial (*Learning*)
- c. Fungsi Penyampaian Informasi
- d. Fungsi Transformasi Budaya
- e. Hiburan

### **2.2.3 Media Massa**

Media massa adalah media massa adalah institusi yang berperan sebagai *agent of change*, yaitu institusi pelopor perubahan. Ini adalah paradigma utama media massa. Dalam menjalankan paradigmanya media massa berperan, diantaranya:

- a. Sebagai institusi pencerahan masyarakat, yaitu peranannya sebagai media edukasi. Media massa menjadi media yang setiap saat mendidik masyarakat supaya cerdas, terbuka pikirannya dan menjadi masyarakat yang maju.
- b. Selain itu, media massa juga menjadi media informasi, yaitu media yang setiap saat menyampaikan informasi kepada masyarakat. Dengan informasi yang terbuka dan jujur serta benar disampaikan kepada media kepada masyarakat, maka masyarakat akan menjadi masyarakat yang kaya akan informasi,

masyarakat yang terbuka dengan informasi, sebaliknya masyarakat akan menjadi masyarakat informatif, masyarakat informasi dengan jujur kepada media massa.

- c. Media massa sebagai media hiburan. Sebagai *agent of change*, media massa juga menjadi institusi budaya, yaitu institusi yang setiap saat menjadi corong kebudayaan, katalisator perkembangan budaya. Sebagai *agent of change* yang dimaksud adalah juga mendorong agar perkembangan budaya itu bermanfaat bagi manusia bermoral dan masyarakat sakinah, dengan demikian media massa juga berperan untuk mencegah berkembangnya budaya – budaya yang justru merusak peradaban manusia dan masyarakat.

## **2.3 Komunikasi Organisasi**

### **2.3.1 Pengertian Komunikasi Organisasi**

Teori organisasi adalah teori yang mempelajari kinerja dalam sebuah organisasi. Salah satu kajian organisasi, diantaranya adalah membahas tentang bagaimana sebuah organisasi menjalankan fungsi dan mengaktualisasikan visi dan misi organisasi tersebut. Selain itu, juga dipelajari bagaimana sebuah organisasi memengaruhi dan dipengaruhi oleh orang didalamnya maupun lingkungan kerja organisasi tersebut.

Menurut Lubis dan Husein (1987), teori organisasi itu adalah sekumpulan ilmu pengetahuan yang membicarakan mekanisme kerja sama antara dua orang atau lebih secara sistematis guna mencapai tujuan yang telah ditentukan. Teori organisasi mencari pemahaman tentang prinsip-prinsip yang membimbing bagaimana organisasi-organisasi beroperasi, berkembang dan berubah.

R. Wayne Pace dan Don F. Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2001 : 31-32) mengemukakan definisi fungsional komunikasi organisasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan diantara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

Schein (1982) mengatakan bahwa organisasi adalah suatu koordinasi rasional kegiatan sejumlah orang untuk mencapai beberapa tujuan umum melalui pembagian pekerjaan dan fungsi melalui hierarki otoritas dan tanggung jawab, organisasi mempunyai karakteristik tertentu yaitu mempunyai struktur, tujuan, saling berhubungan satu bagian dengan bagian lain dan tergantung kepada komunikasi manusia untuk mengkoordinasikan aktivitas dalam organisasi tersebut.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Tanpa koordinasi sulitlah organisasi itu berfungsi dengan baik. Misalnya kalau dilihat pada organisasi sekolah, kepala sekolah harus mengkoordinasi kegiatan guru-guru sehingga pengajaran dapat berjalan dengan lancar.

Organisasi merupakan suatu struktur hubungan manusia. Struktur ini didesain oleh manusia dan karna itu tidak sempurna. Organisasi bertumbuh dan bertambah matang sebagian melalui suatu skema yang didesain dan sebagian lagi melalui keadaan yang tidak diatur. Elemen pertumbuhan yang didesain adalah

suatu respons rasional terhadap tekanan dari dalam untuk memperluas atau untuk membentuk hubungan kembali karena diperlukan secara fungsional

### **2.3.2 Tujuan Komunikasi Organisasi**

Tujuan komunikasi organisasi adalah untuk memudahkan, melaksanakan, dan melancarkan jalannya organisasi. Menurut Koontz (dalam Moekijat, 1993: 15-16), dalam arti yang lebih luas, tujuan komunikasi organisasi adalah untuk mengadakan perubahan dan untuk memengaruhi tindakan kearah kesejahteraan perusahaan.

Pentingnya komunikasi dalam organisasi dapat diperhatikan dari ilustrasi berikutnya. Misalnya, sebuah hotel memerlukan informasi, baik tentang harga, persaingan, teknologi, dan keuangan, maupun informasi tentang siklus perusahaan dan kegiatan pemerintah.

Organisasi merupakan kelompok orang yang bekerja sama untuk mencapai tujuan tertentu. Oleh karena itu setiap organisasi harus mempunyai tujuan sendiri-sendiri. Tentu saja tujuan suatu organisasi dengan organisasi lainnya sangat bervariasi. Misalnya tujuan organisasi pendidikan adalah untuk mendidik anak-anak atau pemuda agar menjadi manusia yang seutuhnya. Tujuan organisasi hendaknya dihayati seluruh anggota organisasi sehingga setiap anggota dapat diharapkan mendukung pencapaian tujuan organisasi melalui partisipasi mereka secara individual. Sebagian orang telah menyadari, bahwa dengan masuknya ia menjadi anggota suatu organisasi atau bekerja pada suatu perusahaan, berarti secara otomatis dia menerima tujuan organisasi atau perusahaan tersebut

### **2.3.2 Fungsi Komunikasi Organisasi**

Menurut Liliweri (2014 : 373-374), ada dua fungsi komunikasi organisasi yaitu yang bersifat umum dan khusus . dibawah ini akan dijabarkan dua fungsi tersebut.

#### 1) Fungsi Umum

- a. Komunikasi berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai dengan kompetensinya.
- b. Komunikasi berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat dan fakta. Termasuk juga menjual sikap organisasi dan sikap tentang suatu yang merupakan subjek layanan.
- c. Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang “dijual” atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi.
- d. Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang mejadi bawahan, dan besran kekuasaan dan kewenangan, serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

## 2) Fungsi Khusus

- a. Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.
- b. Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi meningkatkan produk organisasi
- c. Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam susana yang ambigu dan tidak pasti.

## 2.4 Komunikasi Verbal

### 2.4.1 Pengertian Komunikasi Verbal

Suatu system kode verbal disebut bahasa. Bahasa dapat didefinisikan sebagai seperangkat simbol, dengan aturan untuk mengkombinasikan simbol-simbol tersebut, yang digunakan dan dan dipahami suatu komunitas. Bahasa tertulis Thai misalnya terdiri dari 44 konsunan dan 32 vokal. Suarannya dikombinasikan dengan lima nada yang berbeda untuk menghasilkan bahasa yang bermelodi. Kelas-kelas orang yang berbeda menggunakan kata ganti orang, termasuk 17 kata ganti orang pertama dan 19 kata ganti orang kedua. Karena bentuknya yang berbeda untuk setiap kelas orang, bahasa Thai dapat dibedakan menjadi empat kategori: bahasa kerajaan, bahasa kerohanian, bahasa halus harian, dan bahasa orang kebanyakan.

Bahasa verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempersentasikan

berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu. Misalnya, kata rumah, kursi, mobil, atau mahasiswa. Realitas apa yang diwakili oleh setiap kata itu. Begitu banyak ragam rumah. Ada rumah bertingkat, rumah mewah, rumah sederhana (RS), dan rumah sangat sederhana (RSS). Ada rumah tembok, dan ada pula rumah bilik (terbuat dari bamboo). Kata kursi pun rumit juga. Ada kursi jok (di ruang tamu), kursi kerja, kursi plastic, kursi goyang, kursi malas, dan sebagainya

Bila kita menyertakan budaya sebagai variabel dalam proses abstraksi itu, problemnya menjadi semakin rumit. Ketika Anda berkomunikasi dengan seorang dari budaya Anda sendiri, proses abstraksi untuk mempersentasikan pengalaman Anda jauh lebih mudah, karena dalam suatu budaya orang-orang berbagi sejumlah pengalaman serupa. Namun bila komunikasi melibatkan orang-orang berbeda budaya, banyak pengalaman berbeda, dan konsekuensinya, proses abstraksi juga menyulitkan (Mulyana, 2016:260-262).

Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus dari manusia. Kemampuan menggunakan komunikasi verbal secara efektif adalah penting bagi administrator dan manajer, dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasi tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan. Komunikasi verbal dapat dibedakan atas komunikasi lisan dan komunikasi tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai suatu proses dimana di mana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima, misalnya seorang pimpinan

organisasi menyampaikan suatu keputusan kepada bawahannya dengan menyandikan keputusan itu dalam bentuk kata-kata yang diucapkan langsung kepada karyawannya (Muhammad, 2009:95-96).

#### **2.4.2 Fungsi Komunikasi Verbal**

Fungsi bahasa yang mendasar adalah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Setiap orang punya nama untuk identifikasi social. Orang juga dapat menamai apa saja, objek-objek yang berlainan, termasuk perasaan tertentu yang mereka alami. Penamaan adalah dimensi pertama bahasa dan basis bahasa, dan pada awalnya itu dilakukan manusia sesuka hati mereka, yang lalu menjadi konvensi.

Menurut Larry L. Barker, bahasa memiliki tiga fungsi: penamaan (*naming* atau *labeling*), interaksi, dan transmisi informasi. Penamaan atau penjulukan merujuk pada usaha mengidentifikasi objek tindakan, atau orang dengan menyebut namanya sehingga dapat dirujuk dalam komunikasi. Fungsi interaksi, menurut Barker, menekankan berbagi gagasan dan emosi, yang dapat mengundang simpati dan pengertian atau kemarahan dan kebingungan. Melalui bahasa, informasi dapat disampaikan kepada orang lain. Anda juga menerima informasi setiap hari, sejak bangun tidur hingga Anda tidur kembali, dari orang lain, baik secara langsung atau tidak (melalui media massa misalnya). Fungsi bahasa inilah yang disebut fungsi transmisi. Barker berpandangan, keistimewaan bahasa sebagai sarana transmisi informasi yang lintas waktu, dengan menghubungkan masa lalu, masa kini dan masa depan, memungkinkan kesinambungan budaya dan tradisi kita. Tanpa bahasa kita tidak mungkin

bertukar informasi, kita tidak mungkin menghadirkan semua objek dan tempat untuk kita rujuk dalam komunikasi kita.

Fungsi pertama bahasa pertama ini jelas tak terelakkan. Melalui bahasa Anda mempelajari apa saja yang menarik minat Anda, mulai dari sejarah suatu bangsa yang hidup pada masa lalu yang tidak pernah Anda temui, seperti bangsa Mesir Kuno atau bangsa Yunani. Kita dapat berbagi pengalaman, bukan hanya peristiwa masa lalu yang kita alami sendiri, tetapi juga pengetahuan tentang masa lalu yang kita peroleh melalui sumber kedua, seperti media cetak atau media elektronik.

Fungsi kedua bahasa, yakni sebagai sarana untuk berhubungan dengan orang lain, khususnya fungsi sosial dan fungsi instrumental. Ringkasnya, bahasa memungkinkan kita bergaul dengan orang lain untuk kesenangan kita dan mempengaruhi mereka untuk mencapai tujuan kita. Melalui bahasa kita dapat mengendalikan lingkungan kita, termasuk orang-orang di sekitar kita. Kemampuan berkomunikasi dengan orang lain bergantung tidak hanya pada bahasa yang sama, namun juga pengalaman yang sama dan makna yang sama yang kita berikan kepada kata-kata. Semakin jauh perbedaan antara bahasa yang kita gunakan dengan bahasa mitra komunikasi kita, semakin sulit bagi kita untuk mencapai saling pengertian. Meskipun orang Indonesia dan Malaysia berbicara bahasa Melayu, atau orang Amerika dan Orang Inggris, mereka belum tentu mencapai keahaman, karena beberapa perbedaan yang ada dalam kedua bahasa tersebut.

Sedangkan fungsi ketiga memungkinkan kita untuk hidup lebih teratur, saling memahami mengenai diri kita, kepercayaan-kepercayaan kita, dan tujuan-tujuan kita. Kita tidak mungkin menjelaskan semua itu dengan menyusun kata-kata secara acak, melainkan berdasarkan aturan-aturan tertentu yang telah disepakati bersama (Mulyana, 2016:265-268).

## **2.5 Komunikasi Nonverbal**

### **2.5.1 Pengertian Komunikasi Nonverbal**

Pesan nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Poerter, komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja juga tidak disengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan, kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain.

Dibandingkan dengan studi komunikasi verbal, studi komunikasi nonverbal sebenarnya masih relatif baru. Bila bidang pertama mulai diajarkan pada zaman Yunani kuno, yakni studi tentang persuasi, khususnya pidato, studi paling awal bidang kedua mungkin baru dimulai pada tahun 1873 oleh Charles Darwin yang menulis tentang ekspresi wajah. Sejak itu, banyak orang mengkaji pentingnya komunikasi nonverbal demi keberhasilan komunikasi, bukan hanya ahli-ahli komunikasi, tetapi juga antropolog, psikolog, dan sosiolog.

Simbol-simbol nonverbal lebih sulit ditafsirkan dari pada simbol-simbol verbal, tidak ada satu pun kamus andal yang dapat membantu penerjemahan simbol nonverbal, ada dugaan bahwa bahasa nonverbal sebangun dengan bahasa verbalnya. Artinya, pada dasarnya suatu kelompok yang punya bahasa verbal khas juga dilengkapi dengan bahasa nonverbal khas yang sejajar dengan bahasa verbal tersebut. Sebagai contoh sederhana, seorang sunda akan membungkukan badan terkadang disertai anggukan kepala ketika lewat di hadapan orang lain (terutama yang lebih tua atau berstatus lebih tinggi), seraya menucapkan “*punten*” (Mulyana, 2016:343-347)

Komunikasi nonverbal bisa juga dibilang sebagai penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal yang bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan. Tanda-tanda komunikasi belumlah dapat diidentifikasi seluruhnya tetapi hasil penelitian menunjukkan bahwa cara kita duduk, berdiri, berjalan, berpakaian, semuanya itu menyampaikan informasi pada orang lain. Tiap-tiap gerakan yang kita buat dapat menyatakan asal kita, sikap kita, kesehatan atau bahkan keadaan psikologis kita. Misalnya gerakan-gerakan seperti mengerutkan alis, menggigit bibir, menunjuk dengan jari, tangan di pinggang, meliputi tangan bersilang di dada semuanya mengandung arti tertentu. Arti dari suatu komunikasi verbal dapat diperoleh melalui hubungan komunikasi verbal dan nonverbal. Atau dengan kata lain komunikasi verbal akan lebih mudah diinterpretasi maksudnya dengan melihat tanda-tanda nonverbal yang mengiringi komunikasi verbal tersebut. Komunikasi

nonverbal dapat memperkuat dan menyangkal pesan verbal. Bila ada ketidaksejajaran antara komunikasi verbal dengan nonverbal orang khususnya lebih percaya pada komunikasi nonverbal yang menyertai. (Muhammad, 2009:130-131).

### **2.5.2 Fungsi Komunikasi Nonverbal**

Meskipun secara teoritis komunikasi nonverbal dapat dipisahkan dari komunikasi verbal, dalam kenyataannya kedua jenis komunikasi itu jalin menjalin dalam komunikasi tatap muka sehari-hari. Sebagian ahli berpendapat, terlalu mengada-ada membedakan kedua jenis komunikasi ini. Dalam bahasa tanda Amerika untuk kaum tuna rungu gerakan tangan yang digunakan sebenarnya bersifat linguistik (verbal).

Istilah nonverbal biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal. Dalam pengertian ini, peristiwa dan perilaku nonverbal itu tidak sungguh-sungguh bersifat nonverbal.

Tidak ada struktur yang pasti, tetap, dan dapat diramalkan mengenai hubungan antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. Keduanya dapat berlangsung spontan, serempak, dan nonsekuensinya. Akan tetapi, kita dapat menemukan setidaknya tiga perbedaan pokok antara komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal. *Pertama*, sementara perilaku verbal adalah saluran tunggal, perilaku nonverbal bersifat multialuran. Kata-kata datang dari satu sumber, misalnya yang diucapkan orang, yang kita baca dalam media cetak, tetapi

isyarat nonverbal dapat dilihat, didengar, dirasakan, dibaui, atau dicicipi, dan beberapa isyarat boleh jadi berlangsung secara simulatan. Bila kita mendengar suatu kata dalam bahasa asing yang tidak kita ketahui, kita dapat memeriksanya dalam kamus atau buku tentang frase dan memperkirakan apa yang dimaksud pembicara. Kita dapat pula meminta pembicara mengulangi dan menjelaskan kata yang diucapkannya. Namun kita sulit mengecek apa makna perilaku nonverbal pembicara.

*Kedua*, pesan verbal terpisah-pisah, sedangkan pesan nonverbal sinambung. Artinya, orang dapat mengawali dan mengakhiri pesan verbal kapan pun ia menghendaknya, sedangkan pesan nonverbalnya tetap “mengalir,” sepanjang orang yang hadir di dekatnya. Meskipun seorang individu dapat berhenti berbicara, ia tidak dapat berhenti berkomunikasi melalui idiom tubuh, ia harus mengatakan suatu hal yang benar atau salah. Ia tidak dapat tidak mengatakan sesuatu. Seracara paradoks, cara ia memberikan informasi tersedikit tentang dirinya sendiri meskipun hal ini masih bisa dihargai adalah menyesuaikan diri dan bertindak sebagaimana orang sejenis itu diharapkan bertindak

Pebedaan *ketiga*, komunikasi nonverbal mengandung lebih banyak muatan emosional daripada komunikasi verbal. sementara kata-kata umumnya digunakan untuk menyampaikan fakta, pengetahuan, atau keadaan, pesan nonverbal lebih potensial untuk menyatakan perasaan seseorang, yang terdalam sekalipun, seperti rasa sayang atau rasa sedih. Ketika lamaran Anda untuk berkerja, untuk mendapatkan beasiswa atau memperistri seseorang ditolak, Anda mungkin

berkata “tak apa apa’ tetapi ekspresi wajah dan pandangan mata Anda boleh jadi menunjukkan kekecewaan yang mendalam (Mulyana, 2016:347-349).

## **2.6 Teori Simbol Islam**

### **2.6.1 Pengertian Simbol Islam**

Melakukan konversi berarti adanya perubahan interpretasi terhadap kehidupan. Ajaran agama diungkap dalam bentuk simbol-simbol yang tentu saja mempunyai perbedaan antara satu agama dengan agama lainnya. Penggunaan sesuatu yang sifatnya simbolis menurut Geertz (1973:90-93) adalah peristiwa sosial, bersifat publik dalam masyarakat dan agamanya masing-masing. Agama sebagai sistem budaya merupakan sistem simbolik yang menawarkan cara untuk mempersepsi dunia. Agama sebagai “*models for reality*” memberikan cara/*framework* untuk melihat realitas atau dengan kata lain agama menyediakan “*system of meaning*” bagi penganutnya yang diproduksi secara sosial.

Pelaku konversi lazimnya mengalami perubahan konsep diri karena kesadaran serta motif yang ada pada dirinya mengalami perubahan. Konsep diri juga muncul karena adanya komunikasi yang terjadi antara individu dalam masyarakat. Komunikasi dalam perspektif interaksionis melibatkan simbol-simbol. Dalam kondisi ini pelaku konvensi melakukan *taking the role of the others* atau *taking the perspective of the others* untuk memahami simbol-simbol baru berdasarkan agama yang dianutnya. Oleh karena itu peran significant others atau reference groups (komunitas Muslim) sangat besar dalam membantu pelaku konversi agama etnis cina memahami simbol-simbol islam.

Agama membentuk dan mewarnai suatu budaya. Senada dengan pendapat tersebut, Kahmad (2002:17) mengungkapkan agama merupakan salah satu aspek kebudayaan yang terdiri dari kategori-kategori yang digunakan untuk menggolongkan atau mengklasifikasikan pengalaman. Individu memperoleh peta kognisi yang digunakan untuk menginterpretasikan tingkah laku dan gejala untuk mengorganisasi tingkah laku guna mencapai tujuan-tujuannya. Konversi keagamaan dapat diartikan sebagai perpindahan dari satu kebudayaan kepada kebudayaan lain.

Kondisi yang dialami oleh mualaf pada awal masuk agama Islam lazimnya mengalami tekanan. Berbagai tekanan tersebut berasal dari keluarga, karib kerabat, dan kawan-kawan non-muslim yang menentang keputusan mereka untuk melakukan konversi. Selain itu tekanan lain muncul yakni harus mempelajari agama baru dalam waktu singkat. Perubahan agama (konversi agama) adalah contoh transformasi identitas ekstrem yang nyaris sempurna. Proses ini ditandai tidak hanya perubahan perilaku, tetapi lebih penting lagi perubahan pandangan hidup. Perubahan cara berpakaian dalam bentuk demodernisasi mualaf-mualaf perempuan merupakan indikasi luar dari perubahan identitas dan pandangan dunia tersebut (Musgrove, 1977:168)

### **2.6.2 Simbolisasi Identitas Muslim**

Persepsi dan pengalaman manusia dibentuk oleh simbol, transformasi menuntut perubahan dalam penggunaan simbol. Simbol merupakan representasi fenomena. Menurut Wood (1997:123), "All language and much nonverbal behavior is symbolic, but not all symbols are language. Art, music, logos, object

can be symbols that stand for feelings, thoughts, and experiences. Symbols are arbitrary, ambiguous, and abstract ways of representing other things”. Untuk mempresentasikan dirinya sebagai muslim, pelaku konversi menggunakan berbagai simbol. Mengingat beragamnya motif pelaku konversi maka simbolisasi identitas muslim yang dilakukannya sifatnya juga beragam. Simbolisasi ini berbentuk verbal maupun nonverbal yang dapat diamati berdasarkan kehidupan sehari-hari pelaku konversi agama.

Simbolisasi identitas muslim yang dilakukan oleh pelaku konversi, menjadi beberapa kategori yaitu:

- a) simbolisasi dengan pakaian muslim
- b) simbolisasi dengan penggantian nama
- c) simbolisasi dengan bergabung dalam kelompok muslim lainnya
- d) simbolisasi dengan kalimat islami dalam kehidupan sehari-hari.

#### **a. Simbolisasi dengan Pakaian Muslim**

Perubahan dalam berpakaian dialami sebagian pelaku konversi agama. Pakaian berperan besar dalam menentukan citra pelaku konversi, lebih dari itu, pakaian adalah cermin dari identitas, status, hierarki, gender, memiliki nilai simbolik, dan merupakan ekspresi cara hidup tertentu. Dengan kata lain. Pakaian adalah kulit sosial dan kebudayaan manusia. Pakaian dapat dilihat sebagai perpanjangan tubuh, namun sebenarnya pakaian bukan bagian dari tubuh. Pakaian tidak saja dapat menghubungkan tubuh dengan dunia luar sekaligus, tetapi sekaligus memisahkan keduanya.

Pakaian merupakan salah satu aspek komunikasi nonverbal seperti diungkapkan Porter dan Samovar (dalam Mulyana,2001:308) yang menyebutkan bahwa komunikasi nonoverbal mencakup semua stimuli (kecuali stimuli verbal) dalam *setting* komunikasi yang dihasilkan oleh individu, yang mengandung nilai pesan potensial bagi pengirim dan penerimanya. Bahkan Hill (2007:172) berpendapat, *“Dress in an important aspect of interpersonal communication”*. Perubahan cara berpakaian dalam bentuk demodernisasi dari pakaian modern ke hijab yang “tradisioanal” seperti dilakukan mualaf-mualaf perempuan merupakan indikasi luar dari perubahan identitas dan pandangan dunia tersebut.

#### **b. Simbolisasi Melalui Penggantian Nama**

Penggantian nama setelah konversi seringkali dilakukan oleh sebagian pelaku konversi agama walaupun ada juga yang tidak melakukan penggantian nama dengan alasan nama mereka bisa digunakan untuk syiar Islam. Nama merupakan bagian dari identitas, bahkan menurut ajaran agama Islam dalam nama yang disandang anak terkandung doa dan harapan orang tuanya. Maka salah satu kewajiban orang tua kepada anaknya adalah memberika nama yang baik. Sebagaimana ditulis Mulyana (2001:274) bahwa nama simbol pertama dan utama bagi seseorang. Nama bisa melambangkan status, cita rasa budaya, pengolahan kesan, alasan hoki, dan sebagainya.

Nama adalah bagian dari konsep diri yang sangat penting. Bahkan nama juga menunjukkan kesadaran seseorang. Perubahan nama seseorang yang tadinya non-muslim menjadi muslim adalah salah satu pertanda perubahan jati dirinya dan hubungannya dengan pandangan dunia. Lebih lanjut nama akan memberi satu

makna, mempengaruhi cara orang lain mempersepsi informan, pengharapan orang lain akan informan dan menentukan cara orang lain memperlakukan informan.

**c. Simbolisasi dengan Bergabung dalam Kelompok Muslim Lainnya**

Transformasi identitas antara lain ditandai dengan afiliasi dengan kelompok tertentu. Afiliasi dengan berbagai kelompok atau organisasi yang dapat memperkuat identitasnya sebagai muslim. Semua informan mengalami bentuk perubahan afiliasi ini. Selain tergabung dalam jemaah mesjid Lautze 2, beberapa orang pelaku konversi juga berafiliasi dengan aktivitas atau komunitas lain. Sebagaimana yang dilakukan LD dan PA yang berafiliasi dalam kelompok nasyid “khalifah”, sebagai upaya untuk syiar Islam. Kelompok nasyid ini lahir dari rasa kebersamaan dari komunitas Cina Muslim yang berada di bawah naungan YHKO Bndung. Kelompok ini mencoba menyatukan rasa dalam suka dan cita mengajak semua kalangan tanpa memandang perbedaan untuk mendekatkan diri kepada Allah SWT.

**d. Simbolisasi dengan Bahas Islami dalam kehidupan sehari-hari**

Perubahan berbahasa dalam konteks sehari-hari dialami oleh pelaku konversi agama. Bahasa verbal adalah sarana utama dalam menyatakan pikiran, perasaan dan maksud. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempersentasikan beragam aspek realitas individual, kata-kata adalah abstraksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata tersebut. Berdasarkan kalimat-kalimat yang diungkapkan oleh pelaku konversi tercermin cara berpikir mereka. Sebagaimana diungkapkan Kaye (1994:74), *“language enables people to classify*

*their thinking and experience*” (melalui bahasi individu mampu mengklasifikasikan cara berpikir dan pengalamannya).

Dari penjelasan di atas, bahwasanya simbol islam berpengaruh terhadap komunikasi antara individu terhadap individu lainya, karena dari simbol manusia bisa tahu bahwasanya tidak perlu penjabaran yang terlalu luas untuk dijelaskan, melainkan dengan simbol manusia bisa mengetahui yang mana simbol islam dan yang bukan, maka dengan ini, penggunaan simbol-simbol islam dalam menarik *customer* PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-washliyah Medan sangat berpengaruh besar terhadap komunikasi

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

Metode atau dalam bahasa Inggris *method* berasal dari bahasa Yunani yaitu *methodos* yang berarti rangkaian yang sistematis dan yang merujuk kepada suatu cara yang sudah dibina berdasarkan rencana yang pasti.

Penelitian adalah proses yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis informasi guna meningkatkan pemahaman kita pada suatu topik. Metode penelitian adalah analisis teori atau ilmu yang membahas tentang metode dalam melakukan penelitian.

#### **3.1 Jenis Penelitian.**

Secara harfiah, sesuai dengan namanya, penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang temu-temuannya tidak diperoleh melalui prosedur kualitatif, perhitungan statistik atau bentuk cara-cara lainnya yang menggunakan ukuran angka. Kualitatif berarti sesuatu yang berkaitan dengan aspek kualitas nilai, atau makna yang terdapat dibalik fakta. Kualitas nilai atau makna hanya dapat diungkapkan dan dijelaskan melalui linguistik, bahasa, atau kata-kata.

Menurut Bogdan dalam Lexy (2006:4) mendefinisikan metodologi kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang dan perilaku yang dapat diamati. Pendekatan ini diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Menurut Miller penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial secara fundamental bergantung dari pengamatan pada manusia baik dalam kawasannya maupun dalam peristilahannya.

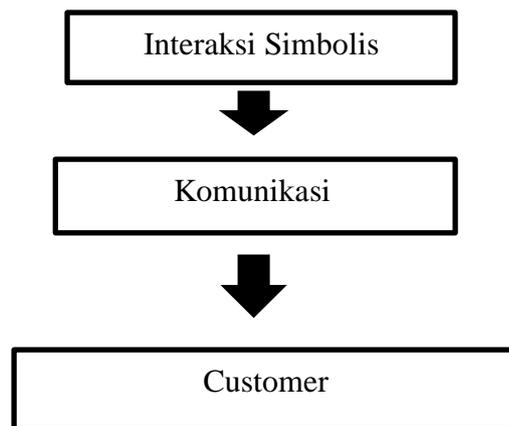
Metode penelitian yang diambil dari penelitian ini adalah model penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif menurut Bogdan & Taylor (2013 : 82) adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan berperilaku yang dapat diamati yang diarahkan pada latar dan individu secara holistik (utuh). Tujuan utama penelitian kualitatif adalah membuat fakta mudah dipahami (*understandable*) dan kalau memungkinkan (sesuai modelnya) dapat menghasilkan hipotesis baru.

Denzin & Lincoln (2013 : 83) menjelaskan penelitian kualitatif yakni *qualitative research aims to get a better understanding through first hand experience, truthful reporting and quotations of actual conversations. it aims to understand how the participant derive meaning from their surrounding, and how their meaning influences their behavior.* Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendasar melalui pengalaman “tangan pertama” laporan yang sebenar-benar dan catatan-catatan percakapan yang aktual. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana para partisipan mengambil makna dari lingkungan sekitar dan bagaimana makna-makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka sendiri.

### **3.2 Kerangka konsep.**

Kerangka konsep merupakan hasil pemikiran yang bersifat kritis dalam memperkirakan kemungkinan hasil penelitian yang akan dicapai. Kerangka konsep disusun sebagai pemikiran teoritis dan yang akan dicapai setelah analisa secara kritis berdasarkan persepsi yang dimiliki (Nawawi, 2005 : 43)

Konsep yang akan dibahas dalam penelitian ini adalah Penggunaan Simbol-simbol Islam dalam Menarik Customer PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan. Agar konsep tersebut dapat dijelaskan, maka kerangka konsep tersebut dirangkum dalam sebuah gambar yang mewakili pola pemikiran sebagai berikut :



Tabel 3.1 Kerangka Konsep

### 3.3 Kategorisasi

Untuk mempermudah penjelasan tentang penggunaan simbol-simbol islam dalam menarik *customer* PT.BPRS Al-washliyah, maka, interaksi simbol islam dalam menarik *customer* dijabarkan ke dalam beberapa kategorisasi sebagai berikut

No	Konsep	
1	Interaksi Simbolis	Simbolisasi Islam
2	Komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Komunikasi Verbal</li> <li>- Komunikasi Nonverbal</li> </ul>
3	Customer	PT.BPRS Al-washliyah Medan

Tabel 3.2 Kategorisasi

### 3.4 Definisi Konsep

Definisi konseptual variabel adalah penarikan batasan yang menjelaskan suatu konsep secara singkat, jelas dan tegas. Konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Menurut paham **Interaksi Simbolis**, individu berinteraksi dengan individu lainnya sehingga menghasilkan suatu ide tertentu mengenai diri yang berupaya menjawab pertanyaan siapakah anda sebagai manusia. (Morissan, 2013:111).
2. **Komunikasi Verbal** adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempersentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Konsekuensinya, kata-kata adalah abstraksi realitas kita yang mampu menimbulkan reaksi yang merupakan totalitas objek atau konsep yang diwakili kata-kata itu. Misalnya, kata rumah, kursi, mobil, atau mahasiswa. Realitas apa yang diwakili oleh setiap kata itu. **Komunikasi Nonverbal** biasanya digunakan untuk melukiskan semua peristiwa komunikasi di luar kata-kata terucap dan tertulis. Pada saat yang sama kita harus menyadari bahwa banyak peristiwa dan perilaku nonverbal ini ditafsirkan melalui simbol-simbol verbal.
3. **Customer** adalah komunikasi yang merupakan bagian dari suatu tujuan organisasi tertentu, dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

### **3.5 Informan**

Informan merupakan sumber rujukan dari tema yang dibahas oleh peneliti. Yang menjadi informan adalah Pegawai dan Nasabah di PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah, dan dari hasil penelitian di peroleh 4 (empat) informan

### **3.6 Teknik pengumpulan Data**

#### **3.6.1 Wawancara Mendalam .**

Wawancara dapat berarti banyak hal atau wawancara memiliki banyak definisi tergantung konteksnya. Menurut Moleong ( 2013 :29), wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan itu dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara(*interviewer*)yang mengajukan pertanyaan dan terwawancara (*interviewee*) yang memberi jawaban atas pertanyaan itu.

#### **3.6.2 Dokumentasi.**

Dokumentasi merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu Yang berbentuk tulisan, gambar atau karya monumental dari seseorang (sugiyono , 2013 : 176). Studi dokumentasi merupakan pelengkapan dari penggunaan metode observasi dan wawancara. Hasil penelitian akan lebih dapat dipercaya apabila jika didukung oleh dokumen. Teknik dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data dari sumber noninsasi.

### **3.7 Lokasi dan Waktu penelitian.**

Lokasi penelitian adalah uraian lokasi penelitian diisi dengan identifikasi karakteristik lokasi dan alasan memilih lokasi ,serta bagaimana peneliti memasuki lokasi tersebut. Lokasi hendaknya diuraikan secara jelas, serta letak geografis,bangunan fisik jika diperlukan serta peta lokasi.

Penelitian ini dilaksanakan sejak bulan Januari sampai dengan bulan Maret 2018 dan lokasi penelitian akan dilaksanakan di PT. Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **4.1 Hasil Penelitian**

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada Bab I, yaitu Penggunaan Simbol-simbol Islam Dalam Menarik Customer PT.Bank Pembiayaan Rakyat Syariah Al-Washliyah Medan, dimana peneliti menggunakan metode kualitatif.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara secara sistematis dan mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung di lapangan yang peneliti analisis. Agar penelitian lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara mendalam dengan narasumber untuk melihat langsung bagaimana peran komunikasi penggunaan simbol-simbol islam dalam menarik *customer* bank pembiayaan rakyat syariah al-washliyah.

Penelitian merupakan suatu kegiatan (ilmiah) yang ditempuh melalui serangkaian proses yang panjang. Dalam konteks ilmu sosial, kegiatan penelitian diawali dengan adanya minat untuk mengkaji secara mendalam terhadap munculnya fenomena tertentu. Peneliti mengembangkan gagasannya ke dalam kegiatan lainnya berupa listing berbagai alternatif metode penelitian untuk kemudian ditentukan secara spesifik mana yang paling sesuai (Bungin, 2017:75).

#### **4.1.1 Deskripsi Lokasi Penelitian (PT.BPRS Al-Washliyah)**

##### **a. Profil Singkat**

Sekretaris panitia pendiri PT.BPRS Al-Washliyah Pertama kali Beroperasi sejak tanggal 08 November 1994, yang berlokasi di Jl. Perintis Kemerdekaan No. 151-A Tanjung Morawa. Pada saat itu diresmikan oleh gubernur sumatra utara H. Raja Inal Silegar. Dengan Direktur H Suprpto dan Komisaris utama komisaris Ir.H.Arifin Kamdi Msi.

Atas Izin Bank Indonesia PT.BPRS Al Washliyah beroperasi di Medan sejak tanggal 02 April 2003 Telah Beroperasi di SM.Raja No.51 D Sp Limun Medan, yang di resmikan Oleh gubernur sumatra utara yang pada saat itu menjabat Bapak H.T Rizal Nurdin. Bank menjalankan operasinya berdasarkan Syari'ah Islam, dengan menjahui praktek yang mengkhawatirkan mengandung riba dan sejak tahun 2013 telah memiliki gedung baru di jalan G.krakatau No 28 Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara Yakni H.Gatot Pudjonugroho pada tanggal 06 januari 2014. Sebagai komisaris DRS.H.Hasbullah Hadi,SH,MKN dan Drs.H.Miftahuddin MBA. Dewa Pengawas Syari'ah adalah Dr.H.Ramli Abd. Wahid M.A Sebagai Direktur Utama H.R. Bambang Risbagio,SE, dan Direktur Operasional Tri Auri Yanti SE,M.E.I, dan berikut adalah visi, misi dan tujuan:

- a. VisiMenjadi BPRS yari'ah sebagai sarana untuk mencapai kesejahteraan Umat.
- b. MisiMemberikan pelayanan yang optimal berdasarkan prinsip Syariah dengan mengutamakan kepuasan. Menjalankan bisnis yang sehat,serta melahirkan ide-ide inovatif untuk mendorong usaha bersama.

- c. Tujuan utama PT BPRS Al Washliyah adalah merencanakan dan mengatur perusahaan untuk menambah penghasilan meningkatkan profit falah oriented.

**b. Produk PT. BPRS Al-Washliyah**

Adapun Produk PT.BPRS Al Washliyah Krakatau Medan sebagai berikut:

**1. Produk Dana**

- a. Tabungan wadiah, tabungan yang dijalankan berdasarkan akad wadiah, yaitu yang setiap saat dapat diambil jika pemiliknya menghendaki. Konsep yang dipakai adalah wadiah yadhamanah.
- b. Tabungan Mudharabah adalah produk penghimpunan dana bank syariah dengan akad mudharabah yang penarikannya hanya dapat dilakukan menurut syarat tertentu yang disepakati, tetapi tidak dapat ditarik dengan cek/bilyet giro, dan atau alat lainnya yang dipersamakan dengan itu.
- c. Deposito Mudharabah, investasi yang tidak terikat yang penarikannya sesuai jangka waktu yang ditetapkan dan akan memperoleh bagi hasil sesuai kesepakatan.

**2. Produk Pembiayaan/Piutang**

- a) Pembiayaan Mudharabah, Merupakan kerjasama dengan pemilik dana kepada pengelola untuk kegiatan usaha tertentu dibagi sesuai Nisbah yang disepakati.
- b) Pembiayaan Musyarakah, Kerja sama dua pihak atau lebih untuk usaha tertentu dimana masing-masing pihak memberikan modal serta keuntungan dibagi dan kerugian ditanggung bersama.

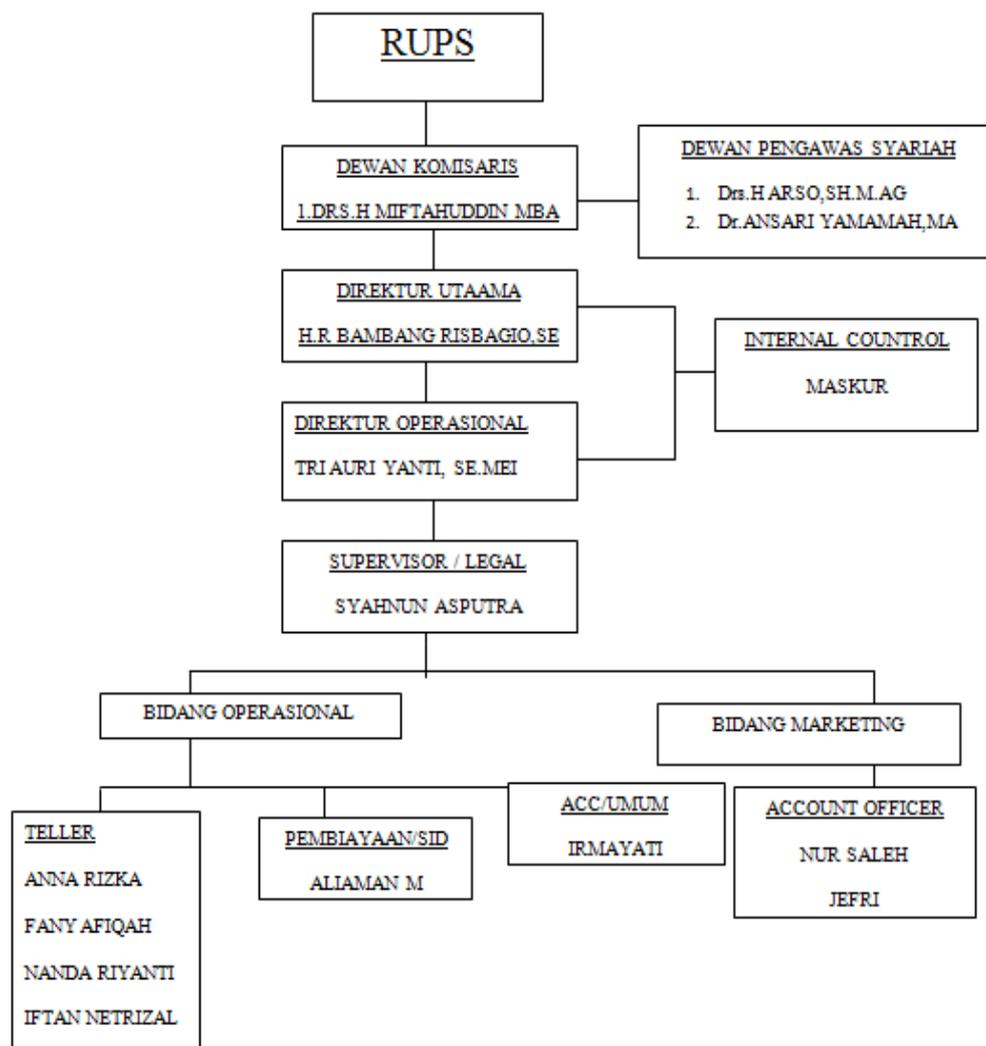
- c) Piutang Murabahah, merupakan jual beli barang sebesar harga pokok barang ditambah dengan margin/keuntungan yang telah di sepakati diawal.
- d) Ijarah, Merupakan akad sewa menyewa antara kedua belah pihak untuk memperoleh imbalan dari barang yang disewa.
- e) Ijarah Muntahiah Bittamlik, Akad sewa menyewa dengan opsi perpindahan hak diakhir sewa.
- f) Transaksi Multi Jasa, Piutang yang diberikan kepada nasabah dalam memberikan manfaat atas suatu jasa dengan menggunakan akad ijarah atau kafalah.
- g) Rahn, Penyerahan barang sebagai jaminan untuk mendapatkan hutang.
- h) Qardh, Pinjaman dana tanpa imbalan dengan kewajiban pihak peminjam mengembalikan pokok pinjaman, secara sekaligus atau cicilan dalam jangka waktu tertentu.

### **c. Struktur Organisasi**

Struktur Organisasi adalah rangka dasar yang mempersatukan fungsi-fungsi suatu perusahaan yang mengakibatkan timbulnya hubungan-hubungan antara personel yang melaksanakan fungsi atau tugas masing-masing, dan merupakan gambaran tentang pembagian bidang kegiatan dan pendelegasian tugas, wewenang dan tanggung jawab.

Stuktur Organisasi ini merupakan gambaran secara jelas wewenang dari atasan yang digariskan secara vertikal kepada bawahan. Begitu juga sebaliknya, tanggung jawab dari bawahan akan diberikan secara langsung kepada atasan yang memberi perintah. organisasi ini banyak dipakai oleh organisasi yang masih kecil, dengan jumlah karyawan sedikit dan spesialisasi pekerja masih seserhana.

Tujuan dari struktur organisasi perusahaan adalah untuk lebih mudah dalam pemebntukan dan penetapan atau personal-personal dari suatu perusahaan,dan untuk menjelaskan dalam bidang masing-masing tiap personal sehingga tujuan dari perusahaan dapat dicapai serta bagaimana seharusnya hubungan fungsional antara personal yang satu dengan yang lainnya. Adapun struktur organisasi PT BPRSAI Washliyah medan adalah sebagai berikut :



Tabel 4.1 Struktur Organisasi PT.BPRS Al-washliyah

#### 4.1.2. Daftar Informan

##### a. Daftar Informan Pegawai

Informan I

Nama : Shanun Asputra

Jabatan : Supervisor



Gambar 4.1. Dokumentasi Data Informan Pegawai I

Informan II

Nama : Irmayati

Jabatan : Bagian Umum



Gambar 4.2. Dokumentasi Data Informan Pegawai II

### **b. Daftar Informan Nasabah**

#### **Informan I**

Nama : Mulyatno

Profesi : Buruh Swasta



4.3. Gambar Data Informan Nasabah I

#### **Informan II**

Nama : Fatmi

Profesi : Ibu Rumah Tangga



4.4. Gambar Data Informan Nasabah II

## **4.2 Hasil Wawancara**

### **4.2.1 Hasil Wawancara Informan Pegawai**

Berdasarkan hasil penelitian ini, peneliti bertanya kepada informan I yaitu pak Shanun Asputra jabatan Supervisor. Penulis bertanya sejak kapan PT.BPRS Al-washliyah berdiri, dan Informan menjawab. "Beroperasi sejak tanggal 08 November 1994, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara H.Raja Inal Siregar. Semula berkedudukan di jalan Perintis Kemerdekaan No. 151-A Tanjung morawa. Sejak 02 April 2003, Alhamdulillah telah beroperasi di jalan SM. Raja No. 51 D Sp.Limun Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara yakni H. T Rizal Nurdin. Bank menjalankan operasinya berdasarkan Syariah Islam, dengan menjauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung riba dan sejak tahun 2013 telah memiliki gedung baru di jalan G. Krakatau No.28 Medan."

Peneliti bertanya bagaimanakah kemampuan pegawai atau staf dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya kepada masyarakat, lalu informan menjawab, "Baik dan masih terus melakukan perbaikan untuk meningkatkan kinerja perusahaan."

Peneliti kemudian bertanya bagaimana kinerja pegawai selama beberapa tahun ini dalam pelayanan, dan informan menjawab, "Sudah memunihi standar sesuai dengan peraturan perusahaan."

Dan peneliti bertanya lagi, apakah pegawai atau staf tanggap terhadap keinginan masyarakat dalam memberi pelayanan, informan menjawab, "Iya tanggap, karena merupakan salah satu cara menarik nasabah."

Peneliti bertanya, apakah simbol yang digunakan PT.BPRS Al-washliyah berpengaruh dalam menarik *customer*, dan informan menjawab, “Saya rasa penting.Karena simbol menggambarkan Al-washliyah itu sendiri.”

Lalu peneliti bertanya, bagaimana cara pegawai atau staf dalam menghadapi nasabah yang bermasalah dalam pembiayaan. Dan informan menjawab, “Jika nasabah tidak bisa di panggil, PT.BPRS akan mengambil tindakan tegas, seperti ke jalur hukum.”

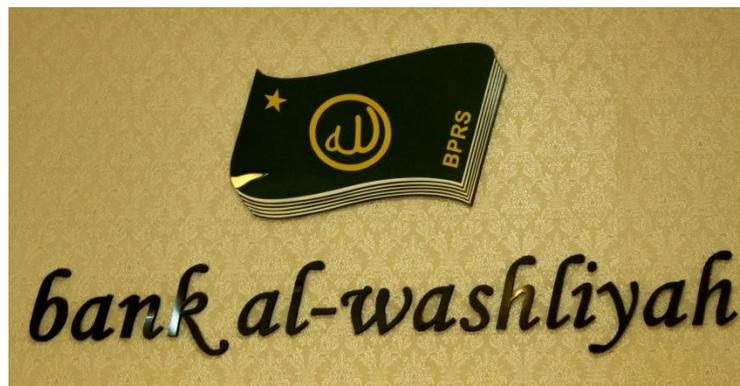
Informan II yaitu ibu Irmayati jabatan Bagian Umum .Penulis bertanya sejak kapan PT.BPRS Al-washliyah berdiri, dan Informan menjawab.“Beroperasi sejak tanggal 08 November 1994, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara H.Raja Inal Siregar.Semula berkedudukan di jalan Perintis Kemerdekaan No. 151-A Tanjung morawa. Sejak 02 April 2003, Alhamdulillah telah beroperasi di jalan SM. Raja No. 51 D Sp.Limun Medan, yang diresmikan oleh Gubernur Sumatera Utara yakni H. T Rizal Nurdin. Bank menjalankan operasinya berdasarkan Syariah Islam, dengan menjauhi praktek-praktek yang dikhawatirkan mengandung riba dan sejak tahun 2013 telah memiliki gedung baru di jalan G. Krakatau No.28 Medan.”

Peneliti bertanya bagaimanakah kemampuan pegawai atau staf dalam menyediakan pelayanan yang terpercaya kepada masyarakat, lalu informan menjawab ,”baik dan sesuai dengan SOP serta terus melakukan perbaikan, kreatif dan inovasi.”

Peneliti kemudian bertanya bagaimana kinerja pegawai selama beberapa tahun ini dalam pelayanan, dan informan menjawab, “bagus dan berupaya meningkatkan kualitas pelayanan agar tercapainya visi misi.”

Dan peneliti bertanya lagi, apakah pegawai atau staf tanggap terhadap keinginan masyarakat dalam memberi pelayanan, informan menjawab, “tanggap dan belajar dari situasi masyarakat sekarang, jadi kita tahu apa saja yang diinginkan oleh masyarakat.”

Peneliti bertanya, apakah simbol yang digunakan PT.BPRS Al-washliyah berpengaruh dalam menarik *customer*, dan informan menjawab, “berpengaruh. Simbol bprs berarti lembaran uang yang menggambarkan bergerak di bidang perbankan, dan warna hijau menggambarkan islam, dan tulisan itu bukan allah, melainkan AW singkatan dari Al-Washliyah. Dan bintang berarti kita harus bercita-cita tinggi, dan warna tulisan emas melambangkan kejayaan.”



#### 4.5.Simbol BPRS Al-washliyah

Lalu peneliti bertanya, bagaimana cara pegawai atau staf dalam menghadapi nasabah yang bermasalah dalam pembi ayaan. Dan informan menjawab, “dipanggil dan diajak bermusyawarah dan secara kekeluargaan.”

#### 4.2.2 Hasil Wawancara Informan Nasabah

Peneliti bertanya kepada informan nasabah pembiayaan yaitu bapak Mulyatno profesi buruh swasta sejak kapan bapak menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah, informan menjawab, “sejak tanggal 16 Maret 2018 dek.”

Peneliti bertanya bagaimanakah pelayanan yang disuguhkan oleh pegawai atau staf.Dan informan menjawab, “sangat memuaskan, proses cepat dalam pembiayaan.”

Lalu peneliti bertanya hal apa yang membuat bapak menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah, informan menjawab, “karena untuk menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah sangat mudah.”

Peneliti bertanya adakah simbol yang digunakan PT.BPRS Al-washliyah menarik menurut bapak.Informan menjawab. “mungkin ada, karena dari simbol orang mengetahui ini bank syariah islam.”

Peneliti bertanya kembali. Apakah Al-washliyah pernah mengadakan hadiah (*reward*) kepada bapak, “informan menjawab, :saya belum tahu dek, karena saya baru jadi nasabah.”

Dan peneliti bertanya kepada informan nasabah deposito II yaitu ibu Fatmi profesi sebagai ibu rumah tangga sejak kapan ibu menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah, “sudah kurang lebih satu tahun.”

Peneliti bertanya bagaimanakah pelayanan yang disuguhkan oleh pegawai atau staf.Dan informan menjawab, “baik dalam hal pelayanannya.”

Lalu peneliti bertanya hal apa yang membuat ibu menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah, informan menjawab, “karena di PT.”BPRS Al-washliyah ini bagi hasilnya tinggi dibandingkan bank-bank lain.”

Peneliti bertanya adakah simbol yang digunakan PT.BPRS Al-washliyah menarik menurut ibu. Informan menjawab. “menurut saya ada karena dari melihat simbolnya orang menjadi tahu berarti itu PT.BPRS AL-washliyah.”

Peneliti bertanya kembali. Apakah Al-washliyah pernah mengadakan hadiah (*reward*) kepada ibu, “ada dek, sewaktu saya berulang tahun PT.BPRS Al-washliyah ucapan selamat dan bingkisan.”

#### **4.3 Pembahasan**

Pada penelitian ini terfokus pada suatu masalah yaitu simbol-simbol islam dalam menarik customer di bank pembiayaan rakyat syariah al-washliyah Medan. Dalam penelitian ini peneliti melakukan dengan cara studi kasus yaitu observasi dengan wawancara.

dalam penelitian ini akan membahas mengenai fokus penelitian, dimana berdasarkan identifikasi masalah yang akan dikaitkan dengan teori simbol, dan penulis menemukan PT.BPRS Al-washliyah menerapkan beberapa fungsi simbol sebagai berikut:

1. simbol memungkinkan manusia untuk berhubungan dengan dunia material dan sosial dengan membolehkan mereka memberi nama, membuat kategori, dan mengingat objek-objek yang mereka temukan dimana saja. Dalam hal ini bahasa mempunyai peran yang sangat penting. PT.BPRS menggunakan bahasa verbal untuk berhubungan dengan para nasabahnya, dengan adanya

komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasi tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan PT.BPRS Medan.

2. Simbol menyempurnakan kemampuan manusia untuk berfikir. Dalam arti ini, berfikir dapat dianggap sebagai interaksi simbolik dengan diri sendiri. Konsep ini diterapkan oleh PT.BPRS Al-washliyah. PT.BPRS AL-washliyah sangat memperhatikan apa saja informasi yang beredar di masyarakat luas tentang pelayanan, dan mampu bersaing secara kompetitif.
3. Simbol meningkatkan kemampuan manusia untuk memecahkan persoalan manusia. Sedangkan manusia bisa berfikir dengan simbol-simbol sebelum melakukan pilihan-pilihan dalam melakukan sesuatu. Sama halnya dengan PT.BPRS Al-washliyah, yang selalu mampu mencari jalan keluar apabila ada nasabah yang bermasalah dalam hal pembiayaan, yang berujung dengan penyelesaian yang baik dan tidak munculnya masalah besar.

Dari hasil penelitian dan wawancara maka komunikasi dalam hal ini meliputi komunikasi verbal melalui lisan dan juga komunikasi nonverbal melalui simbol-simbol Islam. Seperti halnya simbol PT.BPRS Al-washliyah, yang menggambarkan bahwa bank BPRS merupakan anggota dari iB (Islamic Banking) sebagai identitas bersama di industri perbankan syariah di Indonesia. Selain itu logo ini bertujuan agar masyarakat lebih cepat mengenal atau mengetahui bahwa bank yang akan digunakan jasa keuangannya merupakan bank syariah.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Simpulan**

Berdasarkan dari pembahasan yang penulis bahas diatas, maka penulis dapat mengambil kesimpulan yaitu sebagai berikut:

1. Komunikasi yang terjadi di PT.BPRS Al-washliyah adalah komunikasi verbal dan nonverbal, dan interaksi simbolik
2. Komunikasi verbal adalah sarana utama untuk menyatakan pikiran, perasaan, dan maksud kita. Bahasa verbal menggunakan kata-kata yang mempersentasikan berbagai aspek realitas individual kita. Seperti halnya dalam melayani nasabah, pegawai dan staf PT.BPRS Al-washliyah selalu mengikuti perkembangan informasi yang berkembang saat ini.
3. Komunikasi nonverbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. komunikasi nonverbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu *setting* komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, kita mengirim banyak pesan nonverbal tanpa menyadari bahwa pesan-pesan tersebut bermakna bagi orang lain. Komunikasi ini bisa dilihat dari pakaian seragam yang di pakai oleh pegawai atau staf PT.BPRS Al-washliyahMedan, misalnya ada mahasiswamagang di kantor PT.BPRS Al-washliyah Medan, dan dari seragam yang di pakai pegawai atau staf nasabah bisa mengetahui mana yang pegawai dan mana mahasiswa magang.

4. Interaksi Simbolik merupakan komunikasi verbal maupun komunikasi nonverbal yang dapat diamati berdasarkan kehidupan sehari-hari. PT.BPRS Al-washliyah menggunakan simbol sebagai interaksi simbolik, memberi pesan kepada nasabah bahwa PT.BPRS Al-washliyah merupakan perbankan syariah.

## 5.2 Saran

Berdasarkan simpulan diatas, maka penulis merasa perlu memberikan saran yang merupakan pemikiran peneliti. Penelitian ini tidak hanya untuk kepentingan peneliti saja, namun dapat bermanfaat untuk pihak yang berkepentingan, adapun saran-saran tersebut sebagai berikut:

1. Penulis menyarankan agar PT.PBRS Al-washliyah lebih rutin dalam hal promosi produk program yang ada di Bank Al-washliyah, agar masyarakat mengetahui bahwa PT.BPRS Al-washliyah bermanfaat untuk masyarakat luas dalam hal pembiayaan,
2. PT.BPRS Al-washliyah agar melakukan pelatihan yang bertujuan mengembangkan kemampuan komunikasi para staf/pegawai dalam hal pelayanan serta menarik minat masyarakat luas untuk tertarik menjadi nasabah PT.BPRS Al-washliyah Medan.
3. Penulis menyarankan kepada PT.BPRS Al-washliyah Medan, untuk merubah/memperbaharui logo atau simbol yang di gunakan oleh bank Al-washliyah, karena terkesan melambangkan lafas Allah, agar menarik minat calon nasabah dari kalangan lain atau dari kepercayaan lain.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bajari Atwar, Saragih Tua Sahala. 2013. *Komunikasi Kontekstual*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Bungin Burhan. 2017. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Depok: PT RajaGrafindo Persada
- Gunawan Imam. 2013. *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Kahmad, Dadang. 2002. *Sosiologi Agama*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Lexy J Moleong. 2006. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- McQuail. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Morissan. 2014. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Muhammad Arni. 2009. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Mulyana Deddy. 2001 *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya
- Mulyana Deddy. 2016. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya Offset
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. PT Rajagrafindo Persada.
- Raho Bernard. 2007. *Teori Sosiologi Modern*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Ruliana Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Severin J Werner, Tankard W James, 2011. *Teori Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Wood T Julia. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktik*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yusup M Pawit. 2009. *Ilmu Informasi, Komunikasi, dan Kepustakaan*. Jakarta. PT Bumi Aksara.