

**PERAN GRUP LINE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI ORGANISASI
(Studi Deskriptif Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja
Mesjid Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)**

SKRIPSI

Oleh:

**PRIA SUDARMA
NPM. 1303110118**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
KONSENTRASI PUBLIC RELATION**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2017**

**PERAN GRUP LINE SEBAGAI MEDIA
KOMUNIKASI ORGANISASI**
(Studi Deskriptif Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Masjid
Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang)

Oleh :
PRIA SUDARMA
13.0311.0118

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul Peran Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi (Studi Deskriptif Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Masjid Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang). *Group* (grup) adalah hubungan interaksi antara beberapa orang untuk membentuk kerjasama. Grup di media sosial biasanya terdiri dari 3 orang atau lebih yang terbentuk karena adanya persamaan diantara mereka, entah persamaan tujuan, topic pembicaraan, ataupun yang lainnya. Line sebagai salah satu aplikasi populer mempunyai banyak fitur yang memudahkan para penggunanya dalam berbagi pesan. Salah satu fiturnya yang membuat peneliti tertarik yakni *group chat* yang bisa dibuat sendiri oleh para penggunanya. Dengan kapasitas hingga mencapai 200 orang, pengguna dapat leluasa mengundang teman-temannya untuk masuk dalam *group chat* di aplikasi line ini. Komunikasi Organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi atasan ke bawahan, atau komunikasi dari bawahan kepada atasan. Penelitian ini menggunakan grup line, dimana media sosial seperti grup line memiliki peran penting dalam kegiatan berkomunikasi sehari-hari. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui Peran Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Penelitian deskriptif kualitatif ini dilakukan menggunakan metode wawancara sistematis maupun dokumentasi. Hasil yang didapatkan dalam penelitian ini adalah grup line digunakan untuk mengirimkan berbagai informasi kepada seluruh anggota Remaja Masjid Nurul Hidayah, agar seluruh anggota lebih cepat mengetahui informasi dari pimpinan/ketua organisasi. Selain itu, peran grup line ini juga sebagai hiburan untuk bercengkrama dengan seluruh anggota Remaja Masjid Nurul Hidayah, seperti membicarakan masalah sosial maupun topik terhangat tentang keorganisasian remaja masjid tersebut. Meskipun sudah banyak media sosial baru, tetapi para narasumber masih aktif menggunakan grup line dalam memberikan informasi kepada seluruh anggota remaja masjid karena dianggap lebih menarik dan simpel. Narasumber dan para anggota setuju bahwa postingan di dalam grup hanya bersifat internal saja, karena informasi yang dikirim hanya membahas tentang keorganisasian Remaja Masjid Nurul Hidayah.

Kata kunci : Grup Line, Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah.

KATA PENGANTAR



Allhamdulillahirabbil'alamin, puji dan syukur tak lupa penulis panjatkan kehadirat Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada penulis sehingga mampu menyelesaikan penulisan skripsi dengan cukup baik. Salawat dan salam tak lupa pula penulis hadiratkan ke junjungan Nabi besar Muhammad SAW yang telah membawa umat islam dari jaman yang gelap gulita ke jaman yang terang benderang seperti sekarang ini semoga senantiasa kita mendapat syafaatnya di akhirat kelak, Amin ya Robbal'Alamin.

Penulis telah menyelesaikan skripsi yang berjudul "Peran Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi". Penulis sangat menyadari bahwa di dalam penulisan skripsi ini masih sangat banyak terdapat kekurangan dan masih sangat jauh dari kata sempurna. Maka dari itu penulis juga menerima saran dan nasehat dari pembaca guna perbaikan dan penyempurnaan isi dari skripsi ini.

Melalui skripsi ini penulis menyampaikan rasa hormat dan cinta kepada orang tua yang telah mendukung selama proses penulisan skripsi ini, yang paling penulis sayangi dan penulis cintai adalah Ibu Dalinem dan Almarhum Ayah Jemangin yang telah membesarkan penulis hingga sekarang ini dan terimakasih atas dukungan kakak tersayang Prawati dan abangda tercinta Pranadi yang telah banyak berkorban secara moril maupun materil kepada penulis demi menyelesaikan masa kuliah ini, terkhusus selama masa penulisan skripsi yang sangat melelahkan dan membutuhkan banyak pengorbanan pula. Penulis berharap

nantinya skripsi ini paling tidak bisa membuat bangga Almarhum Ayah, Ibu, Abang dan Kakak tercinta. Semoga Allah SWT selalu mencurahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita sekeluarga, Amin ya Robbal' alamin.

Selanjutnya sudah menjadi keharusan rasanya penulis mengucapkan terimakasih kepada:

1. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku rektor UMSU.
2. Bapak Drs. Tasrif Syam, M.Si selaku Dekan FISIP UMSU.
3. Bapak Rudianto, S.Sos., M.Si sebagai dosen pembimbing I.
4. Bapak DR. Arifin Saleh, S.sos., M.SP sebagai pembimbing II.
5. Kepada seluruh dosen FISIP UMSU yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, terimakasih telah banyak memberikan ilmu bagi penulis selama masa perkuliahan.
6. Kepada seluruh pegawai FISIP UMSU yang telah mengarahkan penulis tentang proses perkuliahan selama masa perkuliahan ini berlangsung.
7. Kepada Eka Ramayanti yang insya Allah akan menjadi calon pendamping hidup penulis nanti. Terimakasih atas dukungannya selama perkuliahan hingga proses penulisan skripsi ini berlangsung.
8. Kepada sahabat sejati Dodi Syahputra, Muhammad Jepri Yolanda, Alfiansyah, Darma Fitrah, Eko Adi Wibowo, Eko Prasetyo, dan Septian Fahrozi, yang telah mendukung penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
9. Kepada Yolanda Monica Harahap yang telah banyak membantu penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

10. Kepada seluruh teman-teman seperjuangan angkatan 2013 khususnya teman-teman satu kelas IKO HUMAS MALAM yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu, tapi percayalah kalian semua sangat luar biasa.
11. Kepada pembimbing dan seluruh anggota Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah yang telah memberikan izin penelitian kepada penulis sehingga terselesaikannya penulisan skripsi ini. Semoga Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah ini menjadi organisasi yang maju dan menjadi panutan bagi organisasi remaja mesjid lainnya.
12. Kepada bang Andi, bang Oce, mbak Tiwi, kak Fauza, dan semua pihak yang telah mendukung dan membantu dalam penulisan skripsi ini.

Semoga Allah SWT memberikan balasan yang setimpal kepada semua pihak yang telah membantu proses penulisan skripsi ini. Penulis memohon maaf jika penulis belum mampu membalas jasa kalian.

Akhir kata penulis memohon maaf sekali lagi jika dalam penulisan skripsi ini masih banyak terdapat kekurangan baik dari penyampaian kata maupun dari kesalahan-kesalahan lainnya. Karena penulis hanyalah manusia biasa dan sangat jauh dari kesempurnaan, karena kesempurnaan hanyalah milik Allah semata.

Medan, Maret 2017

Hormat Saya

Penulis

DAFTAR ISI

	HALAMAN
ABSTRAK	i
KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI	v
DAFTAR GAMBAR	viii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Perumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian	6
D. Manfaat Penelitian	6
E. Sistematika Penulisan	6
BAB II URAIAN TEORITIS	8
A. Komunikasi	8
1. Pengertian Komunikasi Secara Umum	8
2. Pengertian Komunikasi Secara Paradigmatik	9
B. Komunikasi Antarpribadi	9
1. Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi	10
C. Komunikasi Massa	11
1. Dampak Komunikasi Massa	12
2. Proses Komunikasi Massa	13
D. Komunikasi Organisasi	15
1. Proses	16

2. Pesan	18
3. Jaringan	19
4. Keadaan Saling Tergantung	20
5. Hubungan	21
6. Lingkungan	22
7. Ketidak Pastian	23
E. Media Sosial Line	24
1. Sejarah Media Sosial Line	24
2. Fitur Grup Line	27
F. Teori New Media	29
G. Model Komunikasi David K. Berlo	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
A. Jenis Penelitian	31
B. Kerangka Konsep	32
C. Defenisi Konsep	33
D. Kategorisasi	34
E. Narasumber	34
F. Teknik Pengumpulan Data	35
G. Teknik Analisis Data	36
H. Waktu dan Lokasi Penelitian	37
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	41
A. Penyajian Data	41
B. Profil Narasumber	42

C. Hasil Penelitian	44
D. Pembahasan	51
BAB V PENUTUP	58
A. Kesimpulan	58
B. Saran	59
DAFTAR PUSTAKA	61
LAMPIRAN	

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	27
Gambar 1.2	28
Gambar 1.3	33
Gambar 1.4	40

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Hakikat manusia adalah makhluk sosial yang selalu hidup berkelompok dan terorganisasi. Di dalam kehidupan kelompok ataupun di dalam organisasi manusia tidak terlepas dari komunikasi. Organisasi merupakan wadah individu dalam mencapai tujuan yang sama. Untuk mencapai tujuan yang sama setiap individu di dalam suatu kelompok harus melakukan kerjasama yang baik.

Dalam kerjasama individu di dalam suatu kelompok tersebut, terdapat peran masing-masing yang dijalankan setiap individu di dalam kelompok tersebut. Setiap orang yang terlibat dalam organisasi tersebut akan melakukan komunikasi. Tidak ada organisasi tanpa komunikasi karena komunikasi merupakan bagian dari organisasi.

Organisasi ibarat system yang menghubungkan antar orang dan antar bagian di dalam suatu organisasi. Komunikasi juga yang mampu membangkitkan kinerja para individu yang terlibat di dalam organisasi tersebut. Efektifitas organisasi dan kualitas organisasi terletak pada efektifitas dan kualitas komunikasi yang dilakukan di dalam organisasi tersebut. Komunikasi juga berperan membentuk iklim organisasi yang sangat mempengaruhi efisiensi dan produktifitas organisasi.

Setiap organisasi memerlukan koordinasi supaya masing-masing bagian dari organisasi bekerja menurut semestinya dan tidak mengganggu bagian lainnya. Suatu organisasi terbentuk apabila suatu usaha memerlukan usaha lebih dari satu orang untuk menyelesaikannya (Muhammad, 2014 : 24).

Komunikasi organisasi itu terbagi menjadi dua yaitu kecil-formal dan informal. Komunikasi antarpersonal yang kecil-formal berbentuk rantai. Jaringan ini secara kaku mengikuti rantai komando formal sehingga apabila terdapat suatu tambahan informasi tersebut akan disampaikan kepada kepala tiap divisi dan biro untuk kemudian diteruskan kepada anggota divisi dan biro masing-masing (Hanggraeni, 2011 : 89-90).

Komunikasi Organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* atau komunikasi atasan ke bawahan, komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan (Muhammad, 2009 : 65).

Menurut Muhammad, (2014 : 67), meskipun bermacam-macam persepsi dari para ahli mengenai komunikasi organisasi ini tapi dari semuanya itu ada beberapa hal yang umum yang dapat disimpulkan yaitu :

- a. Komunikasi organisasi terjadi dalam suatu sistem terbuka yang kompleks yang dipengaruhi oleh lingkungannya sendiri baik internal maupun eksternal.
- b. Komunikasi organisasi meliputi pesan dan arusnya, tujuan, arah, dan media.
- c. Komunikasi organisasi meliputi orang dan sikapnya, perasaannya, hubungannya dan keterampilan/skilnya.

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai *platform* seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer. line difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna line

dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain lain.

Pada era globalisasi ini, aplikasi *messaging* line merupakan sebuah media komunikasi dan informasi yang sangat diperlukan oleh semua kalangan, dari kalangan anak-anak hingga orang tua, pekerja dan pelajar. Media komunikasi diartikan sebagai alat perantara yang sengaja di pilih komunikator untuk menghantarkan pesannya agar sampai ke komunikan. Jadi, unsur utama dari media komunikasi adalah pemilihan dan penggunaan alat perantara yang dilakukan komunikator dengan sengaja. Artinya, hal ini mengacu kepada pemilihan dan penggunaan teknologi media komunikasi. (Vardiansyah, 2004 : 24-26).

Aplikasi line menggunakan system nomor telepon seluler penggunanya sebagai basis untuk saling berhubungan. Aplikasi line saat ini tersedia untuk *gadget* yang memiliki system operasional IOS dan android. Aplikasi line dapat di unduh secara gratis di *App Store* dan *Google Play*. Line berbeda dari aplikasi IM lainnya, karena ada emoticon yang bervariasi. Ada *emoji* yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu emoticons berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, serta ada stickers. Stickers ini yang cukup unik untuk line, karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif.

Line sebagai salah satu aplikasi populer mempunyai banyak fitur yang memudahkan para penggunanya dalam berbagi pesan. Salah satu fiturnya yang membuat peneliti tertarik yakni *group chat* yang bisa dibuat sendiri oleh para penggunanya. Dengan kapasitas hingga mencapai 200 orang, pengguna dapat

leluasa mengundang teman-temannya untuk masuk dalam *group chat* di aplikasi line ini.

Group (grup) adalah hubungan interaksi antara beberapa orang untuk membentuk kerjasama. Grup di media sosial biasanya terdiri dari 3 orang atau lebih yang terbentuk karena adanya persamaan diantara mereka, entah persamaan tujuan, topic pembicaraan, ataupun yang lainnya. Melalui *group chat* pengguna dapat mengirim pesan secara serentak kepada teman-teman yang terdaftar dalam grup. Pesan tersebut dapat berupa teks, foto, audio maupun video.

Kebutuhan akan media sosial ini mampu menjadi penghubung langsung antara pengurus organisasi dengan anggotanya dinilai akan terbantu dengan adanya penggunaan grup chat pada line. Efek timbal balik dimana pengurus organisasi mampu memberikan informasi kepada seluruh anggotanya untuk kepentingan-kepentingan tertentu seperti publikasi dan menyampaikan tujuannya diharapkan mampu untuk mempermudah komunikasi antara pengurus dengan seluruh anggotanya.

Organisasi yang menjadi objek dalam penelitian ini yakni organisasi remaja mesjid nurul hidayah di lingkungan III desa sambirejo timur kecamatan percut sei tuan kabupaten deli serdang. Organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini mulai beroperasi pada tahun 2000, dan saat ini mempunyai anggota sebanyak 34 orang.

Grup line membawa peran penting dalam membantu proses komunikasi di dalam organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini. Alasan penggunaan media sosial "line" ini, karena line lebih menarik di banding dengan grup chat yang lain. Sebelum menggunakan grup line, interaksi yang dilakukan oleh anggota remaja

mesjid nurul hidayah ini hanya melalui tatap muka (*face to face*) atau melalui SMS (*short message service*) saja. Kemudian dengan perkembangan jaman, komunikasi yang dilakukan oleh remaja mesjid nurul hidayah ini tidak lagi sering melalui tatap muka atau melalui SMS, namun lebih sering menggunakan grup line sebagai media sosial dalam melakukan komunikasi yang lebih intens.

Sejak adanya grup line ini, anggota remaja mesjid nurul hidayah lebih sering melakukan komunikasi dalam menjalin kedekatan kepada seluruh anggota. Selain itu, peran grup line ini juga digunakan dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh ketua organisasi, terutama dalam melakukan pengajian rutin dan menyebarkan informasi tentang tausiah rutin setiap satu bulan sekali, program gotong royong, maupun kabar suka dan duka yang terjadi di lingkungan III desa sambirejo timur kecamatan percut sei tuan kabupaten deli serdang.

Berangkat dari latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang Peran Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah di Lingkungan III Melur Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang.

B. Perumusan Masalah

Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana peran grup line sebagai media komunikasi organisasi pada Remaja Mesjid Nurul Hidayah di Lingkungan III Melur Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran grup line sebagai media komunikasi organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah di Lingkungan III Melur Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang.

D. Manfaat penelitian

Manfaat penelitian merupakan hasil yang diharapkan dari penelitian ini. Adapun manfaat penelitian ini sebagai berikut:

- a) Secara umum, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan masukan kepada seluruh organisasi mengenai dampak yang timbul dari peran grup line.
- b) Penelitian ini diharapkan dapat menjadi sarana dalam memperbaiki kesalahan dan kekurangan yang ada pada kegiatan organisasi di dalam menyampaikan informasi yang lebih intens.

E. Sistematika Penulisan

Pada penulisan skripsi ini peneliti membuat suatu sistematika dengan membagi tulisan menjadi 5 (lima) bab, yaitu:

a. Bab I Pendahuluan

Pada bab ini peneliti menguraikan latar belakang masalah, pembatasan masalah, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian.

b. Bab II Uraian Teoritis

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang komunikasi, media sosial, line, dan komunikasi organisasi.

c. Bab III Metodologi Penelitian

Pada bab ini peneliti menguraikan tentang metode penelitian yang mencakup jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, kategorisasi, narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, lokasi dan waktu.

d. Bab IV Hasil Penelitian Dan Pembahasan

Pada bab ini berisikan tentang hasil penelitian dan pembahasan.

e. Bab V Penutup

Pada bab ini berisikan kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

Setiap penelitian memerlukan kejelasan titik tolak atau landasan berpikir dalam memecahkan atau menyoroiti masalahnya. Pelaksanaan penelitian membutuhkan kerangka teori sebagai pedoman dasar berpikir dan berfungsi untuk mendukung analisa variabel-variabel yang diteliti. Sebelum melakukan penelitian yang lebih lanjut, seorang peneliti perlu menyusun kerangka teori sebagai landasan untuk menggambarkan dari segi mana peneliti menyoroit masalah yang telah dipilihnya. Dalam penelitian ini, teori-teori yang dianggap relevan diantaranya adalah: komunikasi, komunikasi antarpribadi, komunikasi massa, komunikasi organisasi, dan media sosial line.

1. Komunikasi

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku (Muhammad, 2014 : 4-5).

a. Pengertian Komunikasi Secara Umum

Pengertian komunikasi secara umum dapat dilihat dari dua segi yaitu:

1) Pengertian komunikasi secara etimologis

Secara etimologis berasal dari perkataan latin "*commicatio*". Istilah ini bersumber dari perkataan "*communis*" yang artinya sama; sama di sini maksudnya sama makna atau sama arti. Jadi komunikasi terjadi apabila terdapat kesamaan

makna mengenai suatu pesan yang disampaikan oleh komunikator dan diterima oleh komunikan (Effendy, 2003 : 30).

2) Pengertian komunikasi secara terminologis

Secara terminologis komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan oleh seseorang kepada orang lain. Dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain. Jadi, yang terlibat dalam komunikasi ini adalah manusia. Karena itu, komunikasi yang dibahas disini adalah komunikasi manusia atau dalam bahasa asing disebut *human communication*, yang sering kali pula disebut komunikasi sosial atau *social communication*.

b. Pengertian Komunikasi Secara Paradigmatik

Dalam pengertian paradigmatic, komunikasi mengandung tujuan tertentu, ada yang dilakukan secara lisan, secara tatap muka, ataupun melalui media. Mengenai pengertian komunikasi secara paradigmatik ini banyak definisi yang dikemukakan oleh para ahli, tetapi dari sekian banyak definisi itu dapat disimpulkan secara lengkap dengan makna yang hakiki, yaitu: “komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau merubah sikap, pendapat atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun secara tidak langsung melalui media” (Effendi, 1992 : 3-5).

2. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi dapat berlangsung antara dua orang yang sedang berdua-duaan seperti suami istri yang sedang bercakap, atau antara dua orang

dalam suatu pertemuan, misalnya antara penyaji makalah dengan salah seorang peserta suatu seminar (Effendi, 2003 : 60).

Pentingnya situasi komunikasi antarpribadi ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis selalu lebih baik dari pada secara monologis. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi di mana seseorang berbicara, yang lain mendengarkan; jadi tidak terdapat interaksi. Yang aktif hanya komunikator saja, sedangkan komunikan bersifat pasif. Situasi komunikasi seperti ini terjadi misalnya ketika seorang ayah memberi nasihat kepada anaknya yang nakal, seorang istri cerewet yang tengah memarahi suami sabar yang memang melakukan kesalahan, seorang instruktur yang memberikan petunjuk tentang cara mengoperasikan sebuah mesin, dan lain sebagainya.

a. Jenis-jenis Komunikasi Antarpribadi

Secara teoritis komunikasi antarpribadi diklasifikasikan menjadi dua jenis menurut sifatnya.

1) Komunikasi Diadik (*dyadic communication*)

Komunikasi Diadik adalah komunikasi antarpribadi yang berlangsung antara dua orang yakni yang seorang adalah komunikator yang menyampaikan pesan dan seorang lagi komunikan yang menerima pesan. Oleh karena perilaku komunikasinya dua orang, maka dialog yang terjadi berlangsung secara intens. Komunikator memusatkan perhatiannya hanya kepada diri komunikan seorang itu.

2) Komunikasi Triadik (*triadic communication*)

Komunikasi Triadik adalah komunikasi antarpribadi yang pelakunya terdiri dari tiga orang, yakni seorang komunikator dan dua orang komunikan. Jika misalnya A yang menjadi komunikator, maka ia pertama-tama menyampaikan kepada komunikan B, kemudian kalau dijawab atau ditanggapi, beralih kepada komunikan C, juga secara berdialogis.

Apabila dibandingkan dengan komunikasi diadik, maka komunikasi diadik lebih efektif, karena komunikator memusatkan perhatiannya kepada seorang komunikan, sehingga ia dapat menguasai *frame of reference* komunikan sepenuhnya, juga umpan balik yang berlangsung, kedua faktor yang sangat berpengaruh terhadap efektif tidaknya proses komunikasi.

Walaupun demikian dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, misalnya komunikasi kelompok dan komunikasi massa, komunikasi triadik karena merupakan komunikasi antarpribadi lebih efektif dalam kegiatan mengubah sikap, opini, atau perilaku komunikan.

Demikianlah kelebihan, kekurangan, dan kekuatan komunikasi antarpribadi dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya. Dalam pada itu komunikasi kelompok dan komunikasi massa juga mempunyai kelebihan, keuntungan, dan kekuatan, tetapi sifatnya lain (Effendi, 2003 : 62-64).

3. Komunikasi Massa

Komunikasi Massa adalah proses penciptaan makna bersama antara media massa dan khalayaknya (Baran, 2012 : 7). Komunikasi massa juga memiliki

kemungkinan untuk menerima umpan balik tambahan, biasanya dalam bentuk kritik di media yang lain, seperti kritikus televisi menulis kolom dalam surat kabar.

Sedangkan menurut John Vivian, (2008 : 450), Komunikasi Massa dapat didefinisikan sebagai proses penggunaan sebuah medium massa untuk mengirim pesan kepada audien yang luas untuk tujuan memberi informasi, menghibur, atau membujuk.

Dalam banyak hal, proses komunikasi massa dan bentuk-bentuk komunikasi lainnya adalah sama: seseorang membuat pesan, yang pada dasarnya adalah tindakan intrapersonal (dari dalam diri seseorang). Pesan itu kemudian dikodekan dalam kode umum, seperti bahasa. Kemudian ia ditransmisikan orang lain menerima pesan itu, menguraikannya dan menginternalisasikannya. Internalisasi pesan juga merupakan kegiatan intrapersonal.

a. Dampak Komunikasi Massa

Salah satu fokus utama teori dan riset komunikasi massa selama bertahun-tahun adalah mencoba menilai dampak komunikasi massa. Pernyataan ini mungkin benar karena beberapa alasan:

1. *Publik prihatin dengan dampak pesan-pesan media pada audien.* Pada masa silam, keprihatinan ini berfokus pada buku-buku komik, film bioskop, dan kekerasan di televisi. Belakangan ini, bidang-bidang keprihatinan baru bertambah – pesan-pesan kebencian dan petunjuk membuat bom di internet, pesan-pesan antisosial dalam musik rap, tema-tema bunuh diri dalam musik

metal, dan penggunaan narkoba serta kandungan seks dalam tayangan drama televisi.

2. *Para pencipta pesan-pesan komunikasi massa prihatin dengan dampak upaya-upaya mereka.* Akan sangat mengecewakan apabila terlibat dalam upaya-upaya komunikasi dan merasa bahwa upaya-upaya anda tidak mempunyai dampak atau tidak mengetahui apa dampaknya.
3. *Memahami sebab dan akibat adalah salah satu jenis ilmu pengetahuan manusia yang paling kuat.* Pada umumnya, kesadaran akan hubungan kausalitas memberi orang sarana untuk mengendalikan kejadian-kejadian dan untuk menghindari hasil-hasil yang tidak dikehendaki.
4. *Menganalisis komunikasi massa dari segi sebab dan akibat sangat sesuai dengan model riset ilmiah.* Banyak ilmu pengetahuan yang ditujukan pada pengidentifikasian sebab-sebab. Terutama hal ini terjadi pada eksperimen ilmiah, sebuah metode kadang-kadang diangkat sebagai model ilmu pengetahuan dalam kondisinya yang paling baik (Severin & James W. Tankard, 2011 : 313)

b. Proses Komunikasi Massa

Istilah komunikasi massa mulai digunakan pada akhir tahun 1930-an, tetapi ciri-ciri utamanya telah dikenal sebelumnya dan tidak berubah sejak saat itu, bahkan jika media itu sendiri telah menjadi tidak terlalu masal. Media massa awal cukup beragam dalam jumlah dan cara beroperasi, misalnya film populer dapat dilihat sebagai gambaran rumah di pedesaan, seperti gedung metropolitan. Pers

surat kabar bervariasi dari mulai harian perkotaan yang populer hingga mingguan di kota kecil (McQuail, 2011 : 61)

Ciri paling utama dari media massa adalah bahwa mereka dirancang untuk menjangkau banyak orang. Khalayak potensial dipandang sebagai sekumpulan besar dari konsumen yang kurang lebih anonim, dan hubungan antara pengirim dan penerima dipengaruhi olehnya. 'Pengirim' sering kali merupakan lembaga itu sendiri atau seorang komunikator profesional (jurnalis, presenter, produser, penghibur, dan lain-lain) yang dipekerjakan oleh lembaga tersebut.

Jika bukan, maka suara masyarakat yang mendapatkan atau membeli akses kepada saluran media (pengiklan, politisi, pengkhotbah, pengacara, dan sebagainya). Hubungan tersebut secara tidak terhindarkan bersifat satuarah, satu sisi, dan tidak personal dan terdapat jarak sosial dan fisik antarpengirim dan penerima. Pengirim biasanya memiliki kekuasaan yang lebih besar, kehormatan, atau keahlian dari pada penerima. Hubungan ini tidak hanya asimetris, tetapi juga tujuannya sudah diperhitungkan dan manipulatif. Biasanya komunikasi ini tidak ada standar moral, berdasarkan layanan yang dijanjikan atau diminta untuk beberapa kontrak tidak tertulis dengan tanpa kewajiban timbal balik.

Konten simbolis atau pesan dari komunikasi massa biasanya 'hasil' yang terstandardisasi (produksi massal) dan dipergunakan kembali serta diulang dalam bentuk yang identik. Alirannya biasanya sangat bersifat satu arah. Konten ini umumnya telah kehilangan keunikan dan keasliannya karena reproduksi dan penggunaan yang berlebihan. Pesan media adalah produksi kerja dengan nilai tukar di pasar media dan nilai guna bagi penerimanya, yaitu para konsumen

media. Pada intinya, hal ini merupakan komoditas dan tidak seperti bentuk lain dari konten simbolis dari komunikasi manusia.

Kita juga dapat melihat bahwa media massa yang sesungguhnya juga memiliki fungsi yang tidak dapat disamakan dengan komunikasi massa (misalnya sebagai alat untuk mengisi waktu, sebagai teman, dan sebagainya). Terdapat pula kegunaan serupa dari teknologi yang sama maupun jenis hubungan termediasi lain melalui jaringan yang sama. Misalnya, bentuk dan teknologi dasar dari komunikasi 'massa' adalah sama, seperti yang digunakan surat kabar lokal atau radio, seperti yang juga dapat digunakan dalam pendidikan.

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 dari pada yang terlihat di permukaan.

4. Komunikasi Organisasi

Komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku (Muhammad, 2014 : 4-5).

Menurut Rivai dan Mulyadi, (2012 : 169-170) Organisasi adalah wadah yang memungkinkan masyarakat dapat meraih hasil yang sebelumnya tidak dapat dicapai oleh individu secara sendiri-sendiri. Organisasi merupakan suatu unit

terkoordinasi yang terdiri setidaknya dua orang, berfungsi mencapai satu sasaran tertentu atau serangkaian sasaran.

Komunikasi Organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi-di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Yang termasuk dalam komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi pada organisasi. Isinya berupa cara-cara kerja di dalam organisasi, produktivitas, dan berbagai pekerjaan yang harus dilakukan dalam organisasi: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Sedangkan yang termasuk komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya tidak pada organisasinya sendiri, tetapi lebih pada anggotanya secara individual (Devito, 2011 : 377).

Sedangkan menurut (Muhammad, 2014 : 67), Komunikasi Organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah. Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian.

a. Proses

Suatu organisasi adalah suatu sistem terbuka yang dinamis yang menciptakan dan saling menukar pesan di antara anggotanya. Karena gejala menciptakan dan menukar informasi ini berjalan terus menerus dan tidak ada henti – hentinya maka dikatakan sebagai suatu proses. Misalnya diambil contoh proses pendirian suatu Bank desa disuatu daerah.

Pada suatu sore penduduk suatu desa berkumpul dirumah kepala desa bercakap – cakap sambil minum teh untuk membicarakan kebutuhan akan suatu Bank di desa tersebut. Kepala desa menyampaikan kepada tamu – tamunya bahwa warga desa sekarang telah jauh lebih banyak dari semula dan anggota masyarakat memerlukan suatu tempat untuk menyimpan uang atau meminjam uang untuk tambahan modal usaha mereka.

Kapala desa mengusulkan kepada tamu – tamunya secara bersama – sama mendirikan suatu bank desa dengan menjual saham kepada anggota masyarakat yang mau, dan juga mencari bantuan dari bank besar untuk membantu membuat gedung. Pelayana yang akan diberikan adalah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat dalam menyimpan dan meminjam uang. Salah satu anggota yang hadir mengusulkan nama apa yang diberikan terhadap bank tersebut.

Anggota yang kedua menyampaikan bahwa bank itu hendaknya dapat memberikan pelayanan yang cepat kepada masyarakat. Tamu yang ketiga mengusulkan pula bahwa bank hendaklah menggunakan komputer. Tamu yang lain mengingatkan bahwa keadaan ekonomi berpangaruh kepada kemampuan bank. Akhirnya mereka membuat rencana tertulis mengenai pendirian bank tersebut apa tujuan yang akan dicapai bagaimana mencapai tujuan tersebut dan siapa yang berperan dan apa peranannya dalam mencapai tujuan dan bagaimana mereka mendapat sumber yang akan membantu efektifnya bank tersebut. Dengan menggunakan serentetan proses komunikasi, warga desa tersebut telah mendirikan suatu organisasi sabagai respons terhadap kebutuhan lingkungannya.

b. Pesan

Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang. Dalam komunikasi organisasi kita mempelajari ciptaan dan pertukaran pesan dalam seluruh organisasi. Pesan dalam organisasi ini dapat dilihat menurut beberapa klasifikasi, yang berhubungan dengan bahasa, penerima yang dimaksud, metode difusi dan arus tujuan dari pesan.

Pengklasifikasian pesan menurut bahasa dapat pula dibedakan atas pesan linguistik dan paralinguistik. Pesan linguistik adalah pesan dalam bentuk kata-kata dan kalimat. Pesan linguistik dalam organisasi misalnya seperti surat, memo, pidato, percakapan. Sedangkan pesan paralinguistik adalah pesan nonverbal yang berhubungan dengan cara mengucapkan pesan verbal. Satu pesan verbal yang sama dapat menyampaikan arti yang berbeda bila diucapkan dengan cara yang berbeda (Rakhmat, 2005 : 292). Pesan paralinguistik dalam organisasi terutama sekali yang tidak diucapkan atau tidak ditulis seperti, bahasa gerakan badan, sentuhan, nada suara, ekspresi wajah dan sebagainya.

Klasifikasi pesan menurut penerima yang diharapkan dapat pula dibedakan atas internal dan eksternal. Pesan internal khusus dipakai karyawan dalam organisasi misalnya memo, buletin dan rapat – rapat. Sedangkan pesan eksternal adalah untuk memenuhi kebutuhan organisasi sebagai sistem terbuka yang berkaitan dengan lingkungan dan masyarakat umum. Pesan eksternal ini misalnya iklan, usaha hubungan dengan masyarakat, usaha mengenai penjualan atau pelayanan.

Klasifikasi pesan yang terakhir adalah berdasarkan tujuan daripada pengiriman dan penerimaan pesan. Atau dengan kata lain mengapa pesan dikirim dan diterima dalam organisasi. Ada tiga alasan umum bagi arus pesan dalam organisasi yaitu yang berkenaan dengan tugas-tugas dalam organisasi, pemeliharaan organisasi dan kemanusiaan.

Pesan yang berkenaan dengan tugas-tugas yaitu yang berhubungan dengan produksi organisasi, pelayanan dan kegiatan khusus yang berkenaan dengan organisasi seperti penyempurnaan kualitas produksi, penjualan dan pemasaran. Pesan yang berkenaan dengan pemeliharaan organisasi seperti penyempurnaan kualitas produksi, penjualan dan pemasaran. pesan yang berkenaan dengan pemeliharaan organisasi seperti kebijaksanaan, aturan-aturan yang membantu organisasi tetap hidup. Sedangkan pesan yang berkenaan dengan kemanusiaan adalah mengenai sikap karyawan, moral, rasa kepuasan, dan pemenuhan kebutuhan anggota organisasi.

c. Jaringan

Jaringan atau *network* didefinisikan sebagai, “*social structures created by communication among individuals and groups*” (struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi di antara sejumlah individu dan kelompok). Ketika orang berkomunikasi dengan orang lain maka terciptalah hubungan (*link*) yang merupakan garis-garis dalam organisasi (Morissan, 2013 : 410).

Organisasi terdiri dari satu seri orang yang tiap-tiapnya menduduki posisi atau peranan tertentu dalam organisasi. Ciptaan dan pertukaran pesan dari orang-orang ini sesamanya terjadi melewati suatu set jalan kecil yang dinamakan

jaringan komunikasi. Suatu jaringan komunikasi ini mungkin mencakup hanya dua orang, beberapa orang, atau keseluruhan organisasi. Hakikat dan luas dari jaringan ini dipengaruhi oleh banyak faktor antara lain, hubungan peranan, arah dan arus pesan, hakikat seri dari arus pesan, dan isi dari pesan. Masing-masing faktor yang mempengaruhi jaringan komunikasi ini akan dijelaskan satu per satu berikut ini.

Faktor kedua yang mempengaruhi hakikat dan luas jaringan komunikasi adalah arah dari jaringan. Secara tradisional ada tiga klasifikasi arah jaringan komunikasi ini yaitu, komunikasi kepada bawahan, komunikasi kepada atasan dan komunikasi horizontal. Komunikasi yang dari atasan ini biasanya berkenaan dengan tugas-tugas atau pemeliharaan organisasi seperti pengarahan, tujuan, perintah, disiplin atau pertanyaan. Sedangkan komunikasi dari bawahan biasanya untuk tujuan-tujuan tertentu seperti mengajukan pertanyaan, memberikan balikan atau memberikan saran-saran. Komunikasi horizontal biasanya berhubungan dengan pemecahan masalah koordinasi, penyelesaian konflik dan desas-desus.

d. Keadaan Saling Tergantung

Konsep kunci komunikasi organisasi keempat adalah keadaan yang saling tergantung satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka. Bila suatu bagian dari organisasi mengalami gangguan maka akan berpengaruh pada bagian lainnya dan mungkin juga kepada seluruh sistem organisasi. Begitu juga halnya dengan jaringan komunikasi dalam suatu organisasi saling melengkapi. Implikasinya, bila

pimpinan membuat suatu keputusan dia harus memperhitungkan implikasi keputusan itu terhadap organisasinya secara menyeluruh.

e. Hubungan

Konsep kunci yang kelima dari komunikasi organisasi adalah hubungan. Karena organisasi merupakan suatu organisasi sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia dengan kata-kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia. Oleh karena itu hubungan manusia dalam organisasi yang memfokuskan kepada tingkah laku komunikasi dari orang yang terlibat dalam suatu hubungan perlu dipelajari. Sikap, skill, moral dari seorang pengawas misalnya mempengaruhi dan dipengaruhi oleh hubungan yang bersifat organisasi.

Thayer membedakan hubungan ini menjadi hubungan yang bersifat individual, kelompok dan hubungan organisasi. Lain halnya dengan pace dan boren mereka menggunakan istilah hubungan interpersonal terhadap komunikasi yang terjadi dalam hubungan tatap muka. Dia membedakan empat macam komunikasi yaitu komunikasi *dyadic* (antara dua orang), komunikasi serial yaitu komunikasi *dyadic* yang diperluas berupa satu seri, komunikasi kelompok kecil yaitu komunikasi antara 3-12 orang dan komunikasi *audience* atau komunikasi kelompok besar yang terdiri dari 13 orang lebih.

Sedangkan menurut Morissan (2013 : 281-282), Hubungan merupakan topik yang menarik karena hubungan selalu berubah dan berkembang. Perubahan yang

terjadi kadang sangat dramatis sehingga sangat berpengaruh terhadap hubungan Anda dengan keluarga, teman atau hubungan romantis Anda dengan seseorang.

f. Lingkungan

Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem. Lingkungan ini dapat dibedakan atas lingkungan internal dan lingkungan eksternal. Yang termasuk lingkungan internal adalah personalia (karyawan), staf, golongan fungsional dari organisasi, dan komponen dari organisasi lainnya seperti tujuan, produk dan sebagainya. Sedangkan lingkungan eksternal dari organisasi adalah langganan, leveransir, saingan dan teknologi.

Komunikasi organisasi terutama berkenaan dengan transaksi yang terjadi dalam lingkungan internal organisasi yang terdiri dari organisasi dan budayanya, dan antara organisasi itu dengan lingkungan eksternalnya. Yang dimaksud dengan kultur organisasi adalah pola kepercayaan dan harapan dari anggota organisasi yang menghasilkan norma-norma yang membentuk tingkah-laku individu dan kelompok dalam organisasi.

Organisasi sebagai suatu sistem terbuka harus berinteraksi dengan lingkungan eksternal seperti, teknologi, ekonomi, undang-undang dan faktor sosial. Dewasa ini organisasi harus memonitor faktor lingkungan eksternalnya seperti peraturan pemerintah, isu dalam masyarakat, kontroversi politik, perbedaan kultur dan sebagainya. Karena lingkungan berubah-ubah, maka organisasi memerlukan informasi baru. Informasi ini harus dapat mengatasi perubahan dalam lingkungan

dengan menciptakan dan pertukaran pesan baik secara internal dalam unit-unit yang relevan maupun terhadap kepentingan umum secara eksternal.

g. Ketidakpastian

Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan. Misalnya suatu organisasi memerlukan informasi mengenai aturan pemerintah yang berpengaruh kepada produksi barang-barangnya. Jika organisasi ini banyak informasi mengenai hal ini maka mereka akan lebih pasti dalam memproduksi hasil organisasinya yang sesuai dengan standar yang ditentukan oleh pemerintah. Tetapi bila mereka tidak memperoleh informasi tersebut maka mereka ragu-ragu memproduksi barang-barangnya apakah sesuai dengan standar yang ditentukan.

Untuk mengurangi faktor ketidakpastian ini organisasi menciptakan dan menukar pesan diantara anggota, melakukan suatu penelitian, pengembangan organisasi, dan menghadapi tugas-tugas yang kompleks dengan integrasi yang tinggi. Ketidakpastian dalam suatu organisasi juga disebabkan oleh terlalu banyaknya informasi yang diterima daripada sesungguhnya diperlukan untuk menghadapi lingkungan mereka.

Oleh karena itu salah satu urusan utama dari komunikasi organisasi adalah menentukan dengan tepat berapa banyaknya informasi yang diperlukan untuk mengurangi ketidakpastian tanpa informasi yang berlebih-lebihan. Jadi ketidakpastian dapat disebabkan oleh terlalu sedikit informasi yang diperlukan dan juga terlalu banyak yang diterima.

5. Media Sosial Line

Media Sosial (*Social Media*) adalah saluran atau sarana pergaulan sosial secara online di dunia maya (*internet*). Para pengguna (*user*) media sosial berkomunikasi, berinteraksi, saling kirim pesan, dan saling berbagi (*sharing*), dan membangun jaringan (*networking*).

a. Sejarah Media Sosial Line

Line dikembangkan oleh perusahaan Jepang bernama *NHN Corporation*. Line pertama kali dirilis pada Juni 2011 dan mulanya hanya dapat digunakan pada sistem iOS dan android. Setelah sukses pada kedua sistem tersebut line masuk dalam sistem operasi besutan *BlackBerry*. Lalu pada tahun 2012, line resmi meluncurkan aplikasi yang dapat digunakan pada perangkat Mac dan Windows. Kesuksesan line sebagai aplikasi pengirim pesan instan terlihat dari pengguna yang mencapai 101 juta di 230 negara di dunia. Line menduduki posisi 1 dalam kategori aplikasi gratis di 42 negara, di antaranya Jepang, Taiwan, Spanyol, Rusia, Hong Kong, Thailand, Singapura, Malaysia, Macau, Swiss, Arab Saudi, Uni Emirate Arab, dan lain-lain.

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti telepon cerdas, tablet, dan komputer. Line difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna line dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara, dan lain-lain.

Dengan munculnya line pada smartphone, saat ini aplikasi untuk chatting semakin ngetrend. Salah satu fitur yang sangat bermanfaat yaitu *grup chat*.

Dengan kapasitas hingga mencapai 200 orang, anda dapat leluasa mengundang teman-teman anda untuk masuk dalam *group chat*. Melalui *group chat* anda dapat mengirim pesan secara serentak kepada teman-teman anda yang terdaftar dalam group. Setiap ada komunitas, biasanya orang-orang di komunitas tersebut akan membuat *group chat* agar bisa menjadi tempat bercengkerama dan berbagi informasi. Misalnya grup organisasi, grup alumni, grup karyawan kantor, grup pengurus, grup teman main, dsb.

Takeshi Idezawa CEO and director line *corporation representative* beberapa kali menyebut nama Indonesia. Menurutnya, Indonesia menjadi salah satu negara yang mengalami pertumbuhan pengguna aktif bulanan tertinggi. Menurut data yang disampaikan line, saat ini pengguna terdaftar aplikasi line di Indonesia mencapai 60 juta akun. Takeshi Idezawa menuturkan, sepanjang tahun 2014 hingga 2016 pertumbuhan pengguna aktif bulanan di Indonesia lebih dari 200 persen. “Aplikasi tersebut berkembang pesat di Indonesia. Sekarang sudah ada 1 juta akun line,” ujarnya.

Selain itu, layanan Line untuk pengguna bisnis di Indonesia, yaitu line juga disebut Idezawa mengalami pertumbuhan pesat. Tercatat ada lebih dari 1 juta akun line yang dibuka di Indonesia. Jumlah pengguna line di Indonesia dikatakan Takeshi Idezawa disebut lebih tinggi dari negara-negara di kawasan Asia. Secara spesifik, pengguna line di Indonesia mencapai angka 1.018.634 akun. Sementara itu, Thailand memiliki 475.497 akun dan Taiwan sebanyak 385.832 akun.

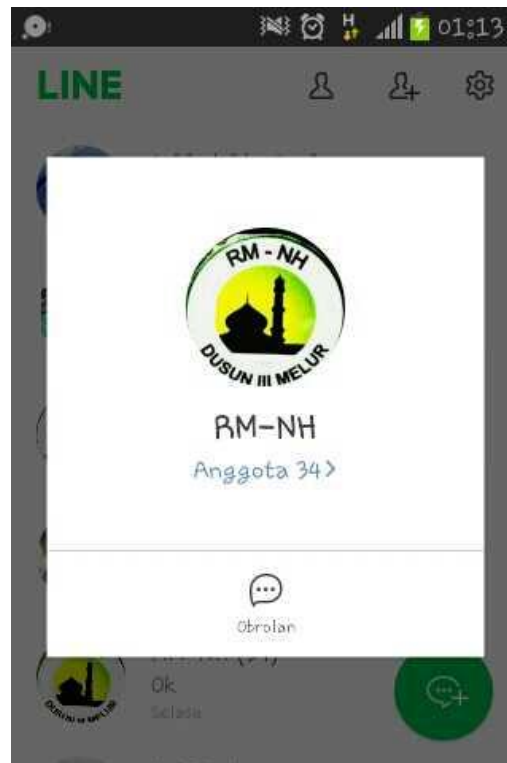
1) Kelebihan Line

- a) Line memberikan layanan *free call* untuk dapat bertelphone gratis antar sesama pengguna line tanpa dipotong biaya pulsa, hanya menggunakan data internet.
- b) Grup messenger bisa sampai 100 anggota.
- c) Line mempunyai nomor telephone sebagai *Account id* seperti whatsapp, tapi juga bisa mempunyai *user id* untuk mempermudah orang meng-*invite* id kita dan menyembunyikan nomor telephone kita jika itu *privacy*.
- d) Selain itu line juga menyediakan *add friend* melalui QR code dapat dibuat gratis melalui line, sesuatu yang jarang di aplikasi serupa.
- e) Di line selain menyediakan *emoticon* dan *autotext* juga menambah tambahan baru yaitu *stickers*, hampir serupa dengan emoticon tapi dengan ekspresi lebih banyak dan besar, dan juga ringan.
- f) Line menyediakan fitur *block/black list* id atau no hp yang tidak kita inginkan, dan juga menyediakan fitur keamanan password untuk menghindari orang lain membuka dan melihat isi percakapan kita.

2) Kekurangan Line

- a) Menurut saya koneksi data dari line masih belum terlalu stabil, masih belum sebaik whatsapp dalam mengirim dan menerima data.
- b) Untuk *fitur call* akan berjalan lancar jika jalur data minimal 3g/hsdpa.

Gambar 1.1 Profil Group RM-NH

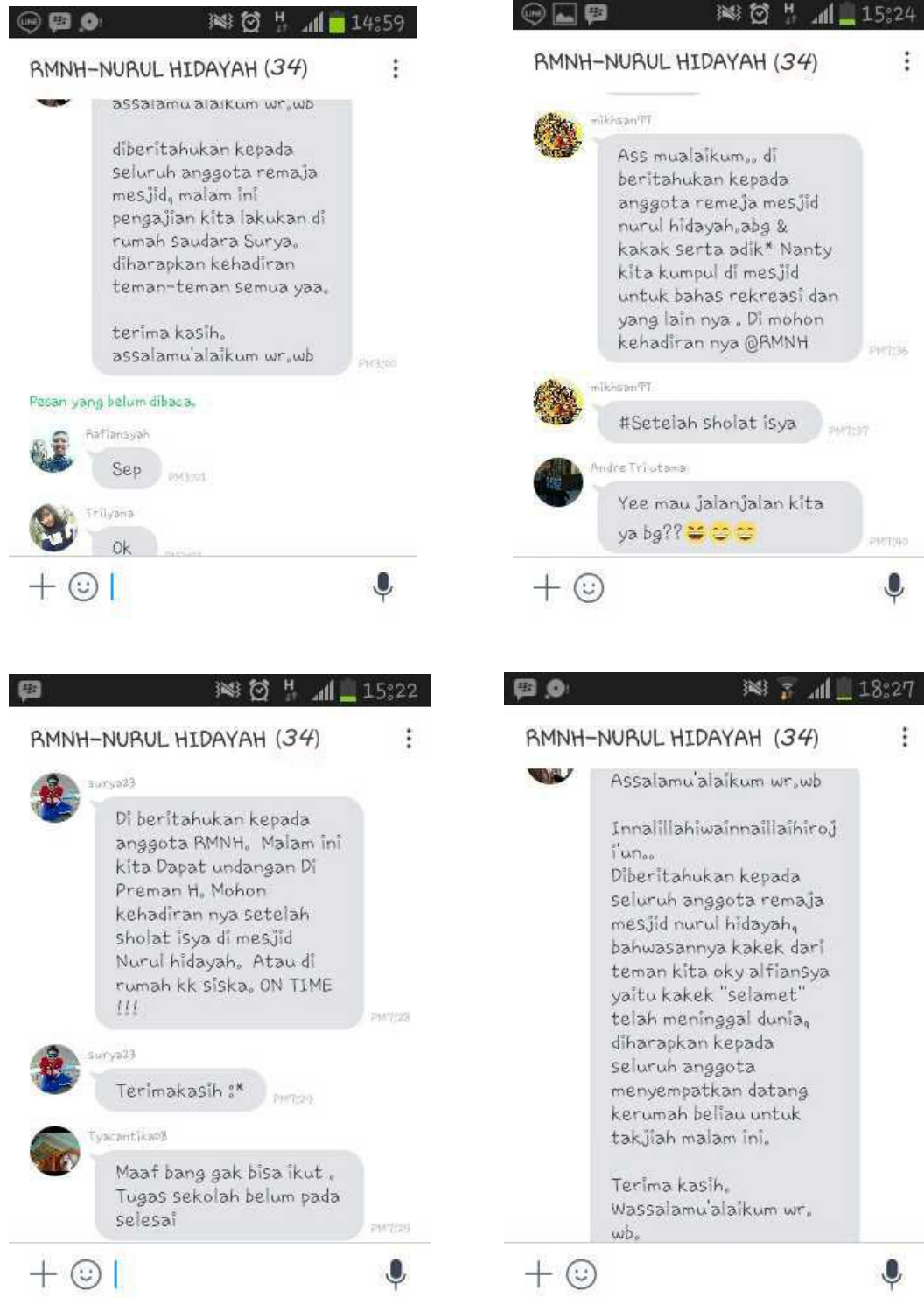


Sumber : Remaja Mesjid Nurul Hidayah 2017.

b. Fitur Grup Line

- 1) *Invite*, berfungsi untuk menambahkan pertemanan di grup line
- 2) *Members*, menunjukkan jumlah anggota.
- 3) *Notifications*, memberitahukan *chat* yang masuk pada grup line.
- 4) *Leave*, berfungsi untuk meninggalkan grup line.
- 5) *Notes*, membuat catatan yang akan di bagikan ke grup.
- 6) *Albums*, menyimpan photo yang di kirim melalui grup line.
- 7) *Photos*, membuka photo yang di kirim melalui grup.
- 8) *Edit Messages*, berfungsi untuk menyimpan pesan, menghapus pesan, meneruskan pesan, dan menyimpan pesan ke catatan (*notes*).
- 9) *Settings*, berfungsi untuk mengganti photo grup.

Gambar 1.2 Tentang Informasi Didalam Grup



Sumber : Remaja Mesjid Nurul Hidayah 2017.

6. Teori New Media

Teori media baru merupakan teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008 : 13).

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.

7. Model Komunikasi David K. Berlo

Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (saluran), dan *Receiver* (penerima). *Source* atau komunikator yang dimaksud adalah pimpinan atau admin yang menyampaikan pesan di dalam grup line tersebut, *Message* atau pesan merupakan apa saja yang diposting atau dikirim melalui grup line yang ada pada smartphone miliknya, *Channel* atau saluran yang di gunakan adalah media sosial line, dan *Receiver* atau penerima pesan tersebut yaitu seluruh anggota yang tergabung di dalam grup line organisasi remaja mesjid nurul hidayah.

Menurut Berlo (Mulyana, 2007 : 162) mengemukakan bahwa sumber adalah pihak yang menciptakan pesan, baik seseorang ataupun suatu kelompok. Pesan

adalah terjemahan gagasan kedalam kode simbolik, seperti bahasa atau isyarat, saluran adalah medium yang membawa pesan, dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Berlo juga menggambarkan dalam (Mulyana, 2007 : 162), kebutuhan penyandi (*encoder*) dan penyandi balik (*decoder*) dalam proses komunikasi. *Encoder* bertanggung jawab mengekspresikan maksud sumber dalam bentuk pesan. Dalam situasi tatap muka, kelompok kecil dan komunikasi publik (pidato), saluran komunikasinya adalah udara yang menyalurkan gelombang suara. Dalam komunikasi massa, terdapat banyak saluran : televisi, radio, surat kabar, buku, dan majalah.

BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode penelitian kualitatif. Peneliti kualitatif adalah peneliti yang memiliki tingkat kritisisme yang lebih dalam dalam semua proses penelitian. Kekuatan kritisisme peneliti menjadi senjata utama menjalankan semua proses penelitian. Pandangan-pandangan bahwa kritisisme adalah buah kerja rasio dan empiris seseorang, akan sangat membantu peneliti kualitatif membuka seluas-luasnya medan misteri, dengan demikian filsafat kritisisme menjadi dasar yang kuat dalam seluruh proses penelitian kualitatif (Bungin, 2010 : 5).

Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif yaitu pengamatan, wawancara, atau penelaahan dokumen. Keunggulan penelitian kualitatif terletak pada tidak terbatasnya informasi yang dimiliki oleh responden dari penelitian dan kemampuan analisis penelitian. Artinya, masalah yang dihadapi ketika proses pengambilan sampel, ditentukan oleh kebijakan-kebijakan peneliti, berkaitan dengan perlunya memperoleh informasi yang lengkap dan mencukupi sesuai dengan tujuan dan masalah penelitian.

Penelitian deskriptif kualitatif adalah jenis penelitian yang digunakan dalam meneliti kasus ini. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang berusaha mendeskripsikan suatu gejala, peristiwa, kejadian yang terjadi sekarang (Noor, 2011 : 34-35). Penelitian deskriptif (*descriptive research*), yang biasa disebut juga

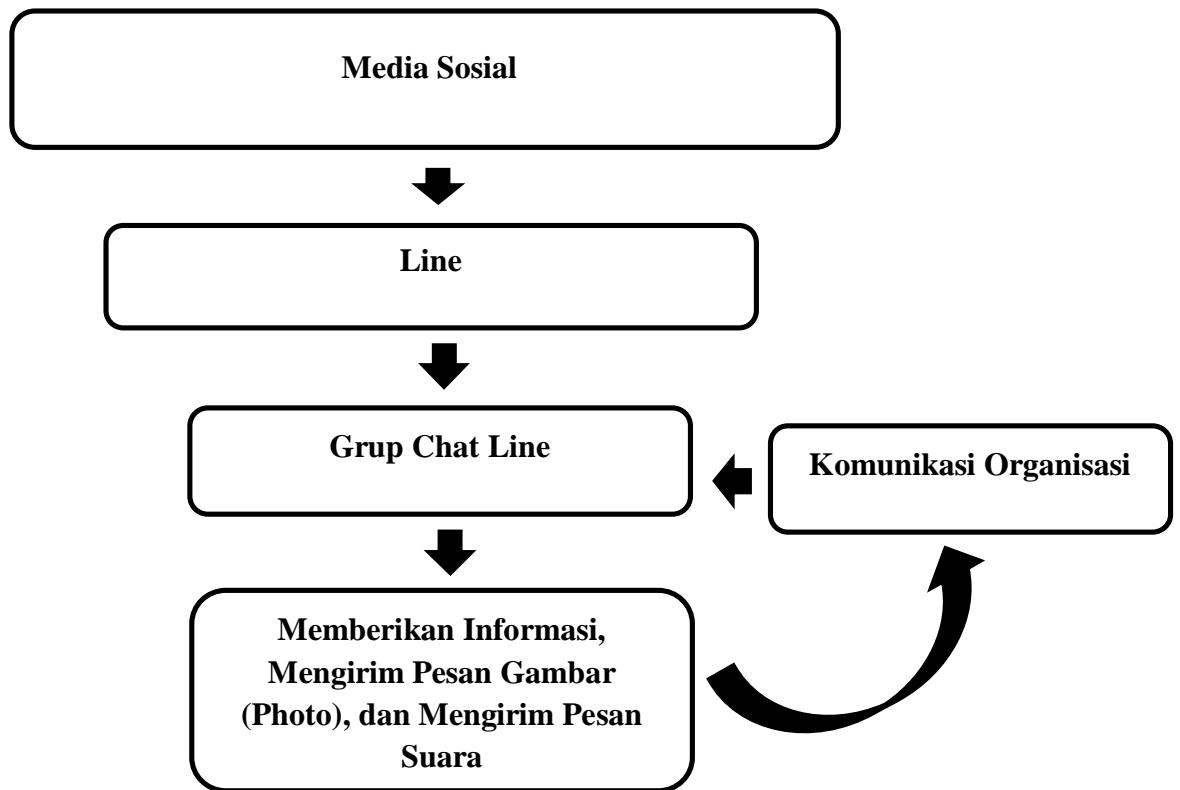
penelitian taksonomik (*taxonomic research*), seperti telah disebutkan sebelumnya, dimaksudkan untuk eksplorasi dan klarifikasi mengenai sesuatu fenomena atau kenyataan sosial, dengan jalan mendeskripsikan sejumlah variabel yang berkenaan dengan masalah dan unit yang diteliti (Faisal, 2005 : 20).

Penelitian deskriptif memusatkan perhatian pada masalah aktual sebagaimana adanya pada saat penelitian berlangsung. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada.

2. Kerangka Konsep

Kerangka konsep diartikan sebuah kanstruk berpikir yang menjadi landasan dalam menuntun perspektif penelitian yang kemudian sangat berpengaruh untuk menuntun perumusan hipotesis atau jawaban sementara, dimana kerangka konsep memberi batasan terhadap ruang lingkup penelitian yang diperlukan untuk menentukan jawaban dalam penelitian.

Gambar 1.3 Kerangka Konsep



Sumber: Hasil Olahan 2017.

3. Definisi Konsep

Konsep adalah istilah dari gambaran abstrak dari suatu peristiwa, keadaan kelompok atau individu yang menjadi kajian dalam ilmu sosial dan politik. Dari uraian diatas, digunakan konsep pemikiran untuk mempersempit pengertian yang akan diteliti:

- a. Penggunaan grup line adalah penggunaan media sosial yang berlogo tulisan LINE dalam menyampaikan pesan berupa teks, foto, dan video.
- b. Digunakan untuk menyampaikan informasi dari pemimpin organisasi kepada seluruh anggota yang tergabung di dalam organisasi tersebut.

- a. Pimpinan atau ketua organisasi remaja mesjid nurul hidayah.
- b. Sekretaris/admin organisasi remaja mesjid nurul hidayah.
- c. Anggota remaja mesjid nurul hidayah sebanyak 4 (empat) orang.

6. Teknik Pengumpulan Data

Terdapat beberapa teknik pengumpulan data dalam penelitian deskriptif kualitatif, yaitu:

a. Data Primer

1) Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam adalah teknik dimana penelitian dan informan bertatap muka langsung didalam wawancara yang merupakan diskusi terarah, dimana dalam diskusi tersebut peneliti tidak memberikan penilaian mengenai benar atau salahnya pendapat atau opini informan (Gunawan, 2013 : 165).

Sedangkan menurut Suyanto dan Sutinah (2010 : 69), Wawancara (*interview*) dapat diartikan sebagai cara yang dipergunakan untuk mendapatkan informasi (data) dari responden dengan cara bertanya langsung secara bertatap muka (*face to face*).

2) Dokumentasi

Dokumen merupakan sumber data yang digunakan untuk melengkapi penelitian, baik berupa audio/video, sumber tertulis, film, gambar (*photo*), dan karya-karya monumental, yang semuanya itu memberikan informasi bagi proses penelitian (Gunawan, 2013:178).

b. Data Sekunder

Data sekunder didapatkan melalui penelitian kepustakaan, dokumentasi, photo, dan data lainnya. Penelitian kepustakaan adalah teknik atau metode pengumpulan data yang diperoleh dari buku-buku dan tulisan yang mempunyai kaitan langsung dengan masalah yang akan diteliti.

7. Teknik Analisis Data

Penelitian yang akan dilakukan ini menggunakan teknik penelitian dengan model analisis interaktif, yang mana setelah proses pengumpulan data dilakukan, selanjutnya dilakukan reduksi data, sajian data, serta penarikan simpulan dan *verifikasi* (pembuktian).

a. Reduksi Data

Mereduksi berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari pola dan temanya.

b. Penyajian Data

Melakukan penyajian data (*data display*) berupa *grafik*, *matriks*, *network* (jejaring kerja) dan *chart*.

c. Kesimpulan atau verifikasi

Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten

saat peneliti kembali kelapangan mengumpulkan data maka kesimpulan yang dikemukakan adalah yang kredibel.

Pengaplikasian dalam penelitian ini peneliti mengumpulkan data yang didapatkan di lapangan melalui wawancara untuk tiap narasumber, dan hasil dari rekaman serta catatan kecil yang dibuat akan dideskripsikan secara lengkap dan selanjutnya dilakukan refleksi untuk mengetahui apakah masih ada yang kekurangan data atau tidak.

Bila dirasa kurang lengkap, maka langkah awal dilakukan lagi hingga peneliti mendapatkan data yang dirasa cukup, langkah selanjutnya adalah dengan pengaturan kembali data dan *reduksi* (sortir) data, sehingga mudah untuk mengelompokkan data mana saja yang bermanfaat untuk membuat sajian dan penarikan simpulan.

Bila dirasa sudah lengkap, maka hasil sajian data tersebut bisa digunakan untuk dasar menarik simpulan akhir.

8. Waktu dan Lokasi Penelitian

a. Waktu Penelitian

Waktu penelitian ini dilaksanakan pada bulan februari dan maret 2017.

b. Deskripsi Lokasi Penelitian

1) Sejarah Singkat Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah.

Organisasi remaja masjid nurul hidayah ini berdiri sejak tahun 2000 di masjid nurul hidayah, lahirnya organisasi remaja masjid ini adalah forum musyawarah dari muda-mudi setempat yang telah di sepakati bersama. Pendiri organisasi

remaja masjid nurul hidayah ini di awali oleh pimpinan organisasi remaja mesjid yang bernama Joko Susilo,. Amd, beliau adalah penggerak para remaja yang ada di lingkungan III melur kecamatan percut sei tuan kabupaten deli serdang pada saat itu. Dari hasil kesepakatan itu, maka terbentuklah organisasi remaja masjid nurul hidayah hingga saat ini yang beralamat di jalan sempurna dusun III melur kecamatan percut sei tuan kabupaten deli serdang.

Berikut nama-nama pimpinan/ketua organisasi remaja masjid nurul hidayah dari priode pertama hingga saat ini:

- | | |
|--------------------|--------------------------------|
| a) Tahun 2000-2005 | Joko Susilo., Amd. |
| b) Tahun 2005-2007 | Frengky |
| c) Tahun 2007-2009 | Joko Priono |
| d) Tahun 2009-2010 | Sudariono |
| e) Tahun 2010-2011 | Ponidi |
| f) Tahun 2011-2012 | Sumantri |
| g) Tahun 2012-2013 | Eva Fadli |
| h) Tahun 2013-2014 | Alfiansyah |
| i) Tahun 2014-2015 | Fariz Achmad Buchoiro Sibarani |
| j) Tahun 2015-2016 | Muhammad Ikhsan |
| k) Tahun 2016-2017 | Ari Prayogi Nasution |

2) Visi dan Misi Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah.

Visi : Membentuk remaja islam dengan akidah yang benar, akhlak yang baik, dan wawasan yang luas.

Misi : a) Pengadaan kegiatan yang berorientasi pada pembinaan remaja islam dan memiliki nilai positif.

b) Mengusahakan kerja pengurus yang baik dan profesional.

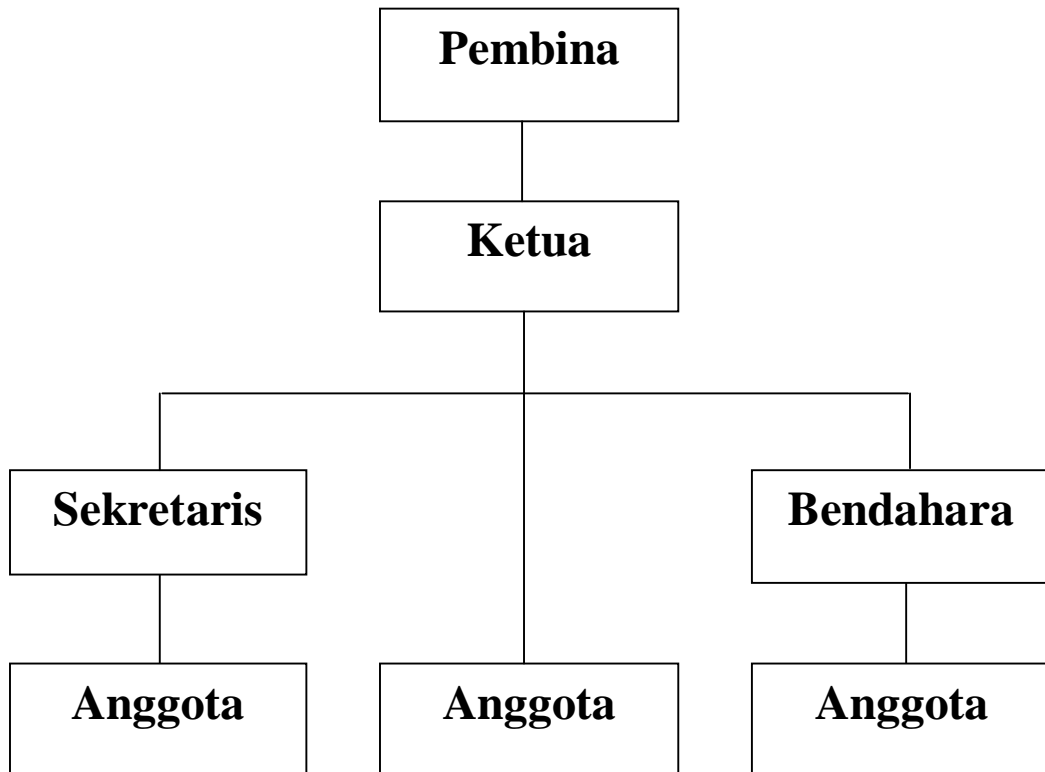
c) Membina hubungan silaturahmi yang baik antar pengurus, dewan kemakmuran mesjid, masyarakat sekitar, dan pihak luar.

3) Program Kerja Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah 2016/2017.

- a) Mengadakan perlombaan untuk umum pada saat perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW 1438 H.
- b) Membuat kotak infaq yang akan diletakkan di seluruh tempat usaha seperti kios atau grosir yang ada di lingkungan III melur tersebut.
- c) Olahraga takraw setiap sore, dan futsal setiap malam sabtu.
- d) Kunjungan ke panti asuhan pada tanggal 30 April 2017.

4) Struktur Organisasi

Tabel 1.4 Struktur Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah.



Sumber : Remaja Masjid Nurul Hidayah 2017.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Penyajian Data

Pada bab ini peneliti akan menguraikan data dan hasil penelitian tentang permasalahan yang telah dirumuskan pada bab I, yaitu Peran Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah di Lingkungan III Melur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang.

Hasil penelitian ini diperoleh dengan teknik wawancara secara mendalam dengan narasumber sebagai bentuk pencarian data dan dokumentasi langsung di lapangan yang kemudian peneliti analisis. Analisis ini sendiri terfokus pada peran grup line sebagai media komunikasi organisasi, yang dikaitkan kepada beberapa unsur atau identifikasi masalah. Agar peneliti ini lebih objektif dan akurat, peneliti mencari informasi-informasi tambahan dengan melakukan wawancara kepada narasumber untuk melihat langsung bagaimana peran grup line sebagai media komunikasi organisasi.

Penelitian ini juga menggunakan metode kualitatif untuk melihat kondisi alami dari suatu fenomena. Pendekatan ini bertujuan memperoleh pemahaman dan menggambarkan realitas yang kompleks.

Penelitian kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data-data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan didasari oleh orang atau perilaku yang diamati. Pendekatannya diarahkan pada latar dan individu secara utuh. Jadi, tidak dilakukan proses isolasi pada objek penelitian kedalam variabel atau hipotesis, tetapi memandangnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Untuk tahap analisis, yang dilakukan oleh peneliti adalah membuat daftar pertanyaan untuk wawancara, pengumpulan data, dan analisis data yang dilakukan sendiri oleh peneliti. Untuk mengetahui sejauh mana informasi yang diberikan oleh narasumber penelitian, peneliti menggunakan beberapa tahap:

1. Menyusun draf pertanyaan wawancara berdasarkan dari unsur-unsur kredibilitas yang akan ditanyakan pada narasumber.
2. Melakukan wawancara dengan 6 (enam) orang anggota remaja mesjid nurul hidayah.
3. Melakukan dokumen langsung di lapangan untuk melengkapi data-data yang berhubungan dengan penelitian.
4. Memindahkan data penelitian yang berbentuk daftar dari semua pertanyaan yang diajukan kepada narasumber.
5. Menganalisis hasil data wawancara yang telah dilakukan.

B. Profil Narasumber

Data profil narasumber yang digunakan sebagai sumber data dalam penelitian tentang peran grup line sebagai media komunikasi organisasi adalah sebagai berikut:

1. Muhammad Ikhsan

Muhammad Ikhsan yang saat ini berusia 19 tahun adalah narasumber yang pertama peneliti wawancara dan ajak berdiskusi tentang topik yang diteliti merupakan sekretaris remaja mesjid nurul hidayah sekaligus admin di dalam grup line tersebut, berhubung narasumber baru menyelesaikan sekolah menengah atas

(SMA), saat ini narasumber belum bekerja dan masih fokus pada pendaftaran kepolisian tahun ini. Selama peneliti menjalani proses penelitian dan wawancara, narasumber sangat antusias untuk memberikan informasi yang peneliti butuhkan kapan saja asalkan tidak mengganggu kesibukan narasumber dalam kesehariannya. Narasumber juga bersedia menjawab semua pertanyaan yang diajukan peneliti, narasumber juga tidak segan untuk membantu peneliti mencarikan narasumber lainnya agar bisa menjadi narasumber di dalam penelitian ini. Tidak ada lagi perasaan canggung dalam diri peneliti, karena peneliti dan narasumber sudah saling mengenal sejak peneliti masih mengikuti kegiatan organisasi remaja mesjid yang ada di lingkungannya tersebut.

2. Ari Prayogi Nasution

Narasumber kedua ini adalah Ari Prayogi Nasution yang berusia 19 tahun, saat ini narasumber menjabat sebagai pimpinan atau ketua remaja mesjid nurul hidayah 2016/2017, dan saat ini kegiatan narasumber masih sebagai siswa di sekolah menengah kejuruan (SMK) Negeri 1 Percut Sei Tuan jurusan otomotif. Peneliti memiliki kesan bahwa narasumber adalah sosok yang sangat ramah dan santun, narasumber juga sangat antusias membantu peneliti dalam menjawab pertanyaan yang diajukan peneliti. Narasumber juga termasuk orang yang dengan senang hati membantu dalam penelitian ini.

3. Fika Pertiwi

Narasumber ketiga ini adalah anggota remaja mesjid nurul hidayah yang bernama Fika Pertiwi yang berusia 20 tahun, kegiatan rutinitas narasumber saat ini yaitu menjalani kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

semester empat jurusan bahasa inggris. Narasumber juga sangat antusias membantu peneliti dalam menyelesaikan penelitian ini.

4. Eka Ramayanti

Narasumber yang keempat ini juga anggota remaja mesjid nurul hidayah yang bernama Eka Ramayanti dan berusia 19 tahun, saat ini narasumber sedang bekerja di salah satu perusahaan swasta yang ada di kota Medan, narasumber juga menjalani rutinitas kuliah di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara semester empat jurusan bahasa inggris.

5. Rumini

Narasumber kelima adalah anggota remaja mesjid nurul hidayah yang bernama Rumini dan saat ini masih berusia 17 tahun, kegiatan narasumber saat ini sebagai siswa di sekolah menengah kejuruan (SMK) Prayatna Medan kelas XII jurusan akuntansi.

6. Pradika Aditya

Narasumber keenam ini adalah anggota remaja mesjid nurul hidayah yang bernama Pradika Aditya dan berusia 17 tahun, saat ini kesibukan narasumber juga menjadi siswa di sekolah menengah atas (SMA) Prayatna Medan kelas XII jurusan Ilmu Pengetahuan Alam (IPA).

C. Hasil Penelitian

Agar penelitian ini mampu mencapai tujuan yang telah ditentukan sebelumnya, maka peneliti melakukan wawancara kepada beberapa narasumber yang sebelumnya telah ditunjuk guna menyelesaikan penelitian ini. Dari beberapa

pertanyaan yang telah diajukan oleh peneliti kepada beberapa narasumber, terdapat beberapa kesimpulan yang dapat di ambil oleh peneliti, yaitu:

1. Mempunyai Tujuan Yang Sama Atas Terbentuknya Grup Line Sebagai Media Komunikasi Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah.

Tujuan dipilihnya grup line ini guna mempermudah dan mendapatkan informasi yang lebih cepat dan lebih efisien dari ketua maupun admin grup tentang keorganisasian remaja mesjid nurul hidayah, baik informasi tentang pengajian rutin, gotong royong, tausiah, kabar suka dan duka cita maupun berbagi foto dan video di dalam grup line tersebut.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu, “apa tujuan yang mendasari dipilihnya line sebagai media komunikasi organisasi remaja mesjid nurul hidayah”.

Narasumber pertama yaitu Muhammad Ikhsan, menjawab bahwa tujuan terbentuknya grup line ini adalah untuk mempermudah komunikasi antar anggota remaja mesjid nurul hidayah terutama dalam menyampaikan informasi seputar remaja mesjid nurul hidayah.

“Sebenarnya sih tujuannya itu untuk mempermudah komunikasi antara anggota kita, terutama anggota remaja mesjid kita untuk menyampaikan informasi tentang remaja mesjid-lah bang”.

Narasumber kedua yaitu Ari Prayogi Nasution, menjawab karena anggota remaja mesjid nurul hidayah ini pada umumnya berusia 15-20 tahun, dan mereka sangat erat dengan smart phone (*gadget*). Sehingga peran grup line ini lebih

efektif, selain bisa mengirim informasi mengenai organisasi yang cukup banyak, grup line juga bisa mengirim photo maupun video.

“Ya... karena pada umumnya remaja mesjid disinikan usianya 15 sampai 20 tahun bang, terus mereka deket sama *handphone*-kan, jadi aku pikir peran grup line ini lebih efektif aja bang, selain bisa ngirim informasi tentang organisasi grup line ini juga bisa ngirim photo atau video”.

Narasumber ketiga yaitu Fika Pertiwi, menjawab tujuannya agar informasi yang di sampaikan oleh ketua bisa lebih cepat sampai.

“Saya paham, tujuannya-kan supaya informasi dari ketua cepat sampai”.

Narasumber keempat yaitu Eka Ramayanti, menjawab bahwa informasi yang di sampaikan oleh ketua bisa lebih cepat sampai dan juga bisa lebih dekat dengan para anggota yang lainnya.

“Ya paham, sebelumnya ketua-kan uda bilang, tujuannya supaya anggota itu lebih cepat dapet informasi dari ketua, ataupun dari anggota-anggota yang lainnya, terus juga bisa lebih dekat sama anggota yang lain, jadi untuk memudahkan komunikasi sih”.

Narasumber kelima yaitu Rumini, menjawab tujuannya agar informasi yang di sampaikan dari ketua bisa lebih cepat sampai.

“Paham bang, tujuannya supaya lebih cepat sampe aja informasinya dari ketua”.

Narasumber keenam yaitu Pradika Aditya, menjawab tujuannya agar informasi yang di sampaikan oleh ketua bisa lebih cepat sampai dan juga bisa lebih dekat dengan anggota yang lainnya.

“Ya aku paham bang, tujuannya supaya lebih cepat dapat informasi dari ketua, terus bisa tambah dekat juga-kan sama anggota yang lain”.

2. Keseringan Anggota Membaca Postingan di Dalam Grup Line.

Sejak mengikuti grup line ini, para anggota menjadi lebih sering membuka chat yang ada pada grup line tersebut. Seperti yang di sampaikan oleh beberapa anggota organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu, “seberapa sering narasumber membaca postingan yang di kirim oleh ketua maupun admin organisasi remaja mesjid melalui grup line tersebut”.

Anggota remaja mesjid yang pertama yaitu Fika Pertiwi, menjawab sangat sering membaca postingan dari grup line tersebut. Karena narasumber pengguna aktif line, maka jika ada postingan yang masuk pada line tersebut pasti narasumber langsung membacanya.

“Saya sering-lah pakainya, bacanya juga, kan saya pengguna aktif line, jadi sayapun di sekolah pakai line juga-nya, jadi kalau ada informasi masuk line pasti saya baca”.

Anggota remaja mesjid yang kedua yaitu Eka Ramayanti, menjawab kalau postingan dari grup remaja mesjid narasumber sering membacanya, walaupun tidak setiap hari postingan itu ada.

“Ya... kalau postingan dari grup line remaja mesjid sering baca sih bang, tapi-kan nggak setiap hari ada postingannya”.

Anggota remaja mesjid yang ketiga yaitu Rumini, menjawab sangat sering membaca postingan dari grup line tersebut. Karena narasumber pengguna aktif

line, jadi kalau ada postingan yang masuk pada line pasti narasumber langsung membacanya.

“Ohh ya sering lah, aku kan sering pake line, jadi apapun itu mau di grup atau nggak pasti aku baca”.

Anggota remaja mesjid yang keempat yaitu Pradika Aditya, menjawab sangat sering membaca postingan dari grup line tersebut. Karena narasumber pengguna aktif line, sehingga jika ada postingan yang masuk pada line narasumber pasti langsung membacanya.

“Sering juga-lah bang, karena aku emang uda pake line, jadi kalo ada postingan di line, aku pasti baca-lah bang”.

3. Line Sebagai Penyebaran Informasi, Foto, Maupun Video.

Keputusan yang telah disepakati bersama oleh pimpinan, admin, dan seluruh anggota organisasi remaja mesjid ini bahwa grup line yang digunakan hanya untuk menyebarkan informasi, mengirim foto maupun video tentang keorganisasian internal saja. Seperti yang disampaikan oleh admin/sekretaris organisasi remaja mesjid nurul hidayah pada saat penelitian ini berlangsung.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk admin/sekretaris remaja mesjid nurul hidayah yaitu “apakah anda menyebarkan berita tentang organisasi remaja mesjid diluar keanggotaan organisasi”.

Muhammad Ikhsan menjawab tidak, karena informasi yang disampaikan melalui grup line tersebut hanya mengenai keanggotaan remaja mesjid nurul hidayah saja, sehingga tidak menyebar diluar keanggotaan organisasi remaja mesjid nurul hidayah tersebut.

“Oohh... enggak bang, karena informasi yang aku bagikan itu cuma mengenai keanggotaan remaja mesjid aja bang, jadi nggak keluar organisasi”.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti untuk pimpinan/ketua organisasi remaja mesjid nurul hidayah yaitu “menurut anda, apakah grup line sudah cukup mampu untuk menyampaikan berita secara lengkap dan jelas”.

Ari Prayogi Nasution menjawab mampu, karena grup line ini dapat menyampaikan informasi berupa teks, foto maupun video secara lengkap kepada anggota secara menyeluruh.

“Oohh... ya mampu kali-lah bang, karena-kan grup line ini bisa memberikan informasi berupa teks maupun gambar, mungkin itu lebih enak aja”.

4. Line Menjalin Kedekatan Antar Anggota Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah.

Perkembangan antar anggota organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini sudah terlihat sejak adanya grup line ini, manfaat dan kemajuan yang dirasakan oleh anggota juga sudah mulai berkembang di dalam organisasi, guna menjalin kedekatan antar anggota remaja mesjid nurul hidayah. Seperti pernyataan yang di sampaikan oleh ketua organisasi remaja mesjid nurul hidayah tersebut.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “bagaimana perkembangan anggota remaja mesjid dan apa saja manfaat yang dirasakan setelah mengikuti grup line tersebut”

Ari Prayogi Nasution, menjawab bahwa perkembangan anggota cukup maju setelah mengikuti grup line ini, karena setelah mereka menyampaikan informasi tentang organisasi remaja mesjid ke dalam grup seluruh anggota lebih cepat merespon secara langsung dibandingkan sebelum mereka menggunakan grup line tersebut.

“Perkembangan anggota lumayan maju-lah bang setelah ikut grup line ini, karena waktu aku kirim info ke grup, anggota langsung cepat merespon dibandingkan sebelum kami menggunakan grup line ini”.

5. Line Untuk Memperoleh Informasi Dari Pimpinan Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah.

Dengan adanya grup line organisasi remaja mesjid nurul hidayah tersebut, seluruh anggota remaja mesjid nurul hidayah merasakan manfaat yang sama setelah mengikuti grup line ini.

Pertanyaan yang diajukan oleh peneliti yaitu “apa saja manfaat yang anda rasakan setelah mengikuti grup line organisasi remaja mesjid tersebut”

Anggota remaja mesjid yang pertama yaitu Fika Pertiwi, menjawab setelah mengikuti grup line ini, narasumber lebih cepat menerima informasi dari pimpinan/ketua organisasi remaja mesjid nurul hidayah.

“Setelah saya ikut di grup line remaja mesjid ini, yaa... saya lebih cepat aja dapet info dari ketua”.

Anggota remaja mesjid yang kedua yaitu Eka Ramayanti, menjawab setelah mengikuti grup line ini, narasumber lebih cepat menerima informasi dari pimpinan/ketua maupun admin/sekretaris organisasi remaja mesjid nurul hidayah.

“Semenjak aku ikut grup line ini, aku lebih cepat dapet informasi aja sih dari ketua”

Anggota remaja mesjid yang ketiga yaitu Rumini, menjawab informasi dari pimpinan/ketua maupun admin/sekretaris tentang keorganisasian remaja mesjid nurul hidayah ini lebih cepat di terima, sehingga tidak terlalu lama menunggu informasi dari pimpinan.

“Yaa... aku lebih cepat aja dapet informasi dari ketua tentang keorganisasian ini”.

Anggota remaja mesjid yang keempat yaitu Pradika Aditya, menjawab informasi dari pimpinan/ketua maupun admin/sekretaris tentang keorganisasian remaja mesjid nurul hidayah ini lebih cepat di terima.

“manfaatnya, aku lebih cepat aja bang dapet info dari ketua tentang organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini”.

D. Pembahasan

Dari pertanyaan-pertanyaan yang telah diajukan peneliti dalam wawancara kepada narasumber yaitu admin/sekretaris, pimpinan/ketua dan beberapa anggota Organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah, maka dapat disimpulkan bahwa grup line berperan sebagai media komunikasi organisasi remaja mesjid nurul hidayah.

Peran grup line ini digunakan untuk mengirimkan berbagai informasi kepada seluruh anggota remaja mesjid nurul hidayah, agar seluruh anggota lebih cepat mengetahui informasi dari pimpinan/ketua organisasi. Selain itu, peran grup line ini juga sebagai hiburan untuk bercengkrama dengan seluruh anggota remaja mesjid nurul hidayah, seperti membicarakan masalah sosial maupun topik terhangat tentang keorganisasian remaja mesjid tersebut.

Seperti yang disampaikan oleh (Mondry, 2008 : 13) *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi interaktif, dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public.

Definisi lain mengemukakan, media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi ringkas.

Pada tahun 2000 sejak terbentuknya organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini, kesulitan yang paling sering mereka rasakan yaitu bertemu dengan para anggota di saat akan menyampaikan informasi tentang keorganisasian remaja mesjid, sehingga mereka harus memerlukan waktu untuk menyampaikan informasi kepada setiap anggota secara menyeluruh.

Kemudian dengan perkembangan jaman, komunikasi yang dilakukan oleh remaja mesjid nurul hidayah ini tidak lagi sering melalui tatap muka atau melalui SMS, namun lebih sering menggunakan grup line sebagai media sosial dalam melakukan komunikasi yang lebih intens.

Sejak adanya grup line ini, anggota remaja mesjid nurul hidayah lebih sering melakukan komunikasi dalam menjalin kedekatan kepada seluruh anggota. Selain itu, peran grup line ini juga digunakan dalam menjalankan tugas yang diberikan oleh ketua organisasi, terutama dalam melakukan pengajian rutin dan menyebarkan informasi tentang tausiah rutin setiap satu bulan sekali, program gotong royong, maupun kabar suka dan duka yang terjadi di lingkungan III desa sambirejo timur kecamatan percut sei tuan kabupaten deli serdang.

Samahalnya dengan yang dikatakan oleh (Mulyana, 2007 : 162) bahwa model komunikasi menurut David K. Berlo tersebut terdiri dari *source* (sumber), *message* (pesan), *channel* (saluran), dan *receiver* (penerima). *source* atau komunikator yang dimaksud adalah pimpinan atau admin yang menyampaikan pesan di dalam grup line tersebut, *message* atau pesan merupakan apa saja yang diposting atau dikirim melalui grup line yang ada pada smartphone miliknya, *channel* atau saluran yang di gunakan adalah media sosial line, dan *receiver* atau penerima pesan tersebut yaitu seluruh anggota yang tergabung di dalam grup line organisasi remaja mesjid nurul hidayah.

Berlo juga menggambarkan dalam (Mulyana, 2007 : 162), kebutuhan penyandi (*encoder*) dan penyandi balik (*decoder*) dalam proses komunikasi.

Dengan dibentuknya group chat line ini dapat mempermudah ketua/pengurus organisasi remaja mesjid nurul hidayah dalam menyampaikan informasi secara efisien dan cepat. sekaligus diskusi masalah ketidakhadiran anggota dalam setiap pertemuan rutin, serta menjadi tempat membangun komunikasi antar anggota.

Grup line membawa peran penting dalam membantu proses komunikasi di dalam organisasi remaja mesjid nurul hidayah ini. Alasan penggunaan media sosial “line” ini, karena line lebih menarik di banding dengan grup chat yang lain. Sehingga remaja mesjid nurul hidayah ini berniat akan tetap menggunakan grup line sebagai media komunikasi di dalam organisasi.

Komunikasi merupakan penyampaian pengertian dari seseorang kepada orang lain dengan menggunakan berbagai macam lambang-lambang dan penyampaian tersebut merupakan suatu proses, atau komunikasi adalah pertukaran pesan verbal maupun nonverbal antara si pengirim dengan si penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Bentuk komunikasi yang terjadi antara pimpinan maupun sekretaris remaja mesjid dengan para anggotanya merupakan bentuk komunikasi organisasi.

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan berbagai pesan di dalam organisasi-di dalam kelompok formal maupun informal organisasi. Sedangkan menurut (Muhammad, 2014 : 67), Komunikasi Organisasi adalah proses menciptakan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Definisi ini mengandung tujuh konsep kunci yaitu proses, pesan, jaringan, saling tergantung, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian.

1. Proses yaitu mengacu pada perubahan dan tindakan yang berlangsung terus menerus.
2. Yang dimaksud dengan pesan adalah susunan simbol yang penuh arti tentang orang, objek, kejadian yang dihasilkan oleh interaksi dengan orang.

3. Jaringan merupakan struktur sosial yang diciptakan melalui komunikasi di antara sejumlah individu maupun organisasi.
4. Keadaan yang saling tergantung yaitu antara satu bagian dengan bagian lainnya. Hal ini telah menjadi sifat dari suatu organisasi yang merupakan suatu sistem terbuka.
5. Hubungan, karena organisasi merupakan suatu organisasi sistem terbuka, sistem kehidupan sosial maka untuk berfungsinya bagian-bagian itu terletak pada tangan manusia dengan kata-kata lain jaringan melalui mana jalannya pesan dalam suatu organisasi dihubungkan oleh manusia.
6. Yang dimaksud dengan lingkungan adalah semua totalitas secara fisik dan faktor sosial yang diperhitungkan dalam pembuatan keputusan mengenai individu dalam suatu sistem.
7. Yang dimaksud dengan ketidakpastian adalah perbedaan informasi yang tersedia dengan informasi yang diharapkan.

Komponen-komponen komunikasi antara organisasi saling berkaitan dan tergantung satu sama lain. Antara komponen secara keseluruhan mempunyai kaitan, sehingga tidak ada pengirim tanpa penerima, tidak ada pesan tanpa pengirim dan tidak ada umpan balik tanpa penerima. Dari ketujuh aspek tersebut, dapat dilihat bahwa yang paling penting dalam komunikasi organisasi adalah penyampaian pesan dan penerimaan secara timbal balik, selain itu juga adanya kesamaan pemahaman antara pimpinan organisasi dengan para anggotanya.

Adapun hambatan-hambatan komunikasi dalam organisasi yaitu:

1. Gangguan

Ada dua jenis gangguan terhadap jalannya komunikasi yang menurut sifatnya dapat diklasifikasikan sebagai gangguan mekanik dan gangguan sematik.

- a. Gangguan Mekanik adalah gangguan yang disebabkan saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik. Misalnya bunyi kendaraan yang lewat ketika pemimpin sedang berbicara dalam suatu pertemuan.
- b. Gangguan Sematik adalah bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak. Gangguan sematik tersaring ke dalam pesan melalui penggunaan bahasa. Lebih banyak kekacauan mengenai pengertian suatu istilah atau konsep yang disampaikan komunikator yang diartikan lain oleh komunikan sehingga menimbulkan salah pengertian.

2. Kepentingan

Interest atau kepentingan akan membuat seseorang selektif dalam menanggapi atau menghayati suatu pesan. Orang hanya akan memperhatikan prasangka yang ada hubungannya dengan kepentingannya, karena kepentingan bukan hanya mempengaruhi perhatian, tetapi juga menentukan daya tanggap, perasaan, pikiran dan tingkah laku kita akan merupakan sikap reaktif terhadap segala perangsang yang tidak bersesuaian atau bertentangan dengan suatu kepentingan.

3. Motivasi Terpendam

Motivasi akan mendorong seseorang untuk berbuat sesuatu yang sesuai benar dengan keinginan, kebutuhan dan kekurangannya. Semakin sesuai komunikasi dengan motivasi seseorang, maka semakin besar kemungkinan komunikasi itu dapat diterima dengan baik oleh pihak yang bersangkutan, begitu juga sebaliknya.

4. Prasangka

Prasangka atau prejudice merupakan salah satu hambatan bagi suatu kegiatan komunikasi. Orang yang mempunyai prasangka bersikap curiga dan menentang komunikator yang hendak melancarkan komunikasi sehingga sulit bagi komunikator untuk mempengaruhi komunikan. Prasangka mengakibatkan komunikan menjadi berfikir tidak rasional dan berpandangan negatif terhadap komunikasi yang sedang terjadi.

BAB V

PENUTUP

A. Simpulan

Berdasarkan uraian-uraian yang telah dikemukakan pada bab-bab sebelumnya, maka simpulan yang dapat diambil oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Organisasi Ramaja Mesjid Nurul Hidayah memanfaatkan media sosial line ini sebagai media komunikasi di dalam berorganisasi, baik dalam menyampaikan informasi, berbagi photo maupun video.
2. Sejak menggunakan media sosial line di dalam organisasi, para anggota Remaja Mesjid Nurul Hidayah menjadi lebih sering membuka grup line guna mendapat informasi dari pimpinan organisasi.
3. Meskipun sudah banyak media sosial baru seperti instagram, snapchat, maupun path, tetapi para informan masih aktif menggunakan grup line dalam memberikan informasi kepada seluruh anggota Remaja Mesjid Nurul Hidayah, karena dianggap lebih menarik dan simpel.
4. Sasaran dari postingan grup line ini hanya tertuju kepada seluruh anggota Remaja Mesjid Nurul Hidayah guna menjalin kedekatan antar anggota.
5. Informan setuju bahwa postingan di dalam grup hanya bersifat internal saja, karena informasi yang dikirim hanya membahas tentang keorganisasian Remaja Mesjid Nurul Hidayah.

6. Ketua/pimpinan organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah merasa bangga dengan terbentuknya grup line tersebut, karena informasi yang disampaikan lebih cepat sampai kepada anggota secara menyeluruh.

B. Saran

Dari hasil kesimpulan data dan hasil wawancara diatas, maka ada beberapa saran yang akan dikemukakan penulis yang nantinya diharapkan akan menjadi masukan :

1. Diharapkan ke depannya organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah ini bisa menggunakan media sosial yang lain seperti instagram, facebook, atau yang lainnya untuk memposting kegiatan yang telah dilakukan.
2. Diharapkan grup line pada organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah ini tidak hanya untuk berbagi photo maupun video yang ada di dalam organisasi ini saja, namun bisa memberikan berita mengenai kajian islami lainnya agar mampu menambah wawasan para anggota.
3. Diharapkan penggunaan media sosial line ini tidak hanya untuk menjalin kedekatan antar anggota Remaja Masjid Nurul Hidayah saja, namun bisa mendekatkan diri kepada masyarakat maupun dengan anggota remaja masjid yang lain.
4. Diharapkan media sosial line ini tidak hanya untuk memperoleh informasi dari pimpinan organisasi Remaja Masjid Nurul Hidayah saja, namun juga bisa menerima informasi dari berbagai kalangan seperti, pembina, kepala

lingkungan, maupun kepala lurah setempat, guna memperoleh bimbingan maupun informasi yang lebih luas.

5. Diharapkan informasi yang disampaikan tidak hanya tentang pengajian rutin, gotong royong, tausiah, maupun kabar suka dan duka cita yang dilakukan organisasi saja, namun juga bisa memberikan berita diluar keorganisasian Remaja Mesjid Nurul Hidayah seperti berita umum yang *ter-update*.
6. Diharapkan untuk kedepannya organisasi Remaja Mesjid Nurul Hidayah ini lebih maju lagi, dalam memberikan contoh kepada masyarakat luas baik dalam bidang teknologi maupun dalam pembaharuan remaja islam yang lebih kreatif dan inovatif.

Daftar Pustaka

- Baran, Stanley J, 2012, *Pengantar Komunikasi Massa : Melek Media dan Budaya*, Erlangga, Jakarta.
- Bungin, Burhan, 2010, *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Kencana, Jakarta.
- Devito, Joseph A, 2011, *Komunikasi Antar Manusia*, Karisma Publishing Group, Tangerang Selatan.
- Effendy, Onong Uchjana, 1992, *Dinamika Komunikasi*, PT Remaja Rosdakarya, Bandung.
- _____, 2003, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, PT. Citra Aditya Bakti, Bandung.
- Faisal, Sanapiah, 2005, *Format-format Penelitian Sosial*, PT. Rajagrafindo Persada, Jakarta.
- Gunawan, Imam, 2013, *Metode Penelitian Kualitatif, Teori dan Praktek*, PT Bumi Angkasa, Jakarta.
- Hanggraeni, Dewi, 2011, *Perilaku Organisasi*, Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi UI, Jakarta.
- McQuail, Denis, 2011, *Teori Komunikasi Massa McQuail*, Salemba Humanika, Jakarta.
- Muhammad, Arni, 2009., *Komunikasi Organisasi*, PT. Bumi Aksara, Jakarta.
- _____, 2014, *Komunikasi Organisasi*, PT Bumi Aksara, Jakarta.
- Mulyana, D. 2007, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Rosdakarya: Bandung.
- Mondry, 2008, *Pemahaman Teori dan Praktik Jurnalistik*, Ghalia Indonesia, Jakarta.
- Morissan, 2013, *Teori Komunikasi : Individu Hingga Massa*, PT Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Noor, Juliansyah. 2011, *Metodologi Penelitian Skripsi, Tesis, Disertasi, dan Karya Ilmia*, Kencana, Jakarta.

Rakhmat, Jalaluddin, 2005, *Psikologi Komunikasi*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.

Severin, Werner J & James W. Tankard, 2011, *Teori Komunikasi: Sejarah, Metode, dan Terapan, di Dalam Media Massa*, Kencana, Jakarta.

Suyanto, Bagong, dan Sutinah (ed), 2010, *Metode Penelitian Sosial: Berbagai Alternatif Pendekatan*, Kencana Prenada Media Group, Jakarta.

Vardiansyah, Dani, 2004, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor.

Vivian, John, 2008, *Teori Komunikasi Massa*, Prenadamedia Group, Jakarta.

Sumber lain :

Hendra, Hadhil Choiri, 2015, “grup line vs whatsapp”wordpress.com, <<https://hadhilchoirihendra.wordpress.com/2015/06/02/grup-line-vs-whatsapp/>>, di akses pada 15 November 2016.

Riadi, Yuni, 2016, “Indonesia menjadi pengguna terbesar di indonesia”selular.id, <<http://selular.id/news/2016/03/indonesia-menjadi-negara-pengguna-terbesar-di-asia/>>, di akses 15 november 2016.