

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Komunikasi merupakan bagian penting yang tidak terpisahkan bagi kehidupan. Melalui komunikasi suatu sistem dapat terbentuk, berkembang, serta mampu menciptakan sebuah sejarah peradaban umat manusia. Sebagian besar manusia menyadari, bahwa banyak hal yang awalnya sulit menjadi mudah setelah melakukan komunikasi. Karena pada implikasinya, komunikasi berperan langsung sebagai alat untuk menyelesaikan permasalahan, menyampaikan sebuah gagasan, mengendalikan kekuasaan hingga dapat membangun sebuah hubungan.

Komunikasi akan dipahami secara baik ketika pelaku komunikasi dapat berinteraksi dan mengetahui peran yang sedang dijalankannya. Peran yang dimaksud, mencakup kedudukan dirinya sebagai individu dalam interaksi personal, maupun dalam interaksi kelompok. Misalnya, seorang guru yang sedang bertanya pelajaran matematika kepada salah satu muridnya di sekolah, memiliki peran yang berbeda dengan seorang manajer eksekutif yang sedang berdiskusi bersama anggota kelompok lainnya dalam menjalankan tugas kelompok.

Interaksi kelompok selalu melibatkan dimensi isi dan dimensi hubungan. Keseimbangan kedua dimensi tersebut memiliki fungsi penting untuk meningkatkan efektifitas kelompok. Fungsi penting lainnya adalah menyelesaikan tugas-tugas kelompok dan mengatasi konflik internal antar anggota kelompok. Interaksi kelompok termasuk kategori didalamnya ada komunikasi kelompok

besar (sering disebut dengan komunikasi publik atau massa) dan komunikasi kelompok kecil, seperti dalam rapat, seminar, forum, dan komunitas.

Komunitas digolongkan dalam kategori komunikasi kelompok kecil karena jumlah pelaku komunikasi berkisar dua hingga lima sampai sepuluh orang anggota kelompok. Hampir disetiap aktifitas, waktu, maupun lingkungan sosial, sering dijumpai berbagai komunitas. Termasuk komunitas yang berkembang beberapa tahun terakhir ini adalah komunitas yang bergerak dibidang industri kreatif, seperti kerajinan seni pahat dan bambu, lukisan, serta desain grafis.

Dunia desain grafis saat ini, semakin mendapat perhatian lebih dimata masyarakat. Banyak orang mempelajari desain grafis, dari sekedar iseng mencoba, memiliki hobi untuk mendesain, hingga ingin menyalurkan bakat untuk menjadi desainer grafis profesional dan dapat menghasilkan keuntungan.

Namun, perkembangan desain grafis seperti pisau bermata dua, di satu sisi disambut baik oleh sebagian masyarakat, sedangkan pada sisi lain, masyarakat masih menganggap desain grafis adalah hal yang sepele dan tidak penting. Sehingga, beberapa daerah di Indonesia belum memiliki lembaga maupun instansi khusus yang bergerak dibidang desain grafis.

Keresahan ini membuat sebagian masyarakat yang menaruh perhatian lebih terhadap desain grafis mulai mencanangkan suatu wadah atau perkumpulan yang memungkinkan mereka untuk dapat mempelajari desain grafis secara mandiri. Dari keresahan ini, lahirlah komunitas-komunitas desainer grafis, yang bertujuan untuk mengembangkan bakat para desainer grafis di Indonesia. Wadah-wadah yang menjadi tempat berkumpulnya para desainer grafis pada saat ini di

Indonesia semakin berkembang mengikuti pola dan perkembangan zaman, seperti Asosiasi Desain Grafis Indonesia (ADGI), Forum Desain Grafis Indonesia (FDGI), Desain Grafis Indonesia (DGI) dan situs pengembang portfolio, bernama Kreavi (Wijaya : 2015).

Wadah perkumpulan desainer grafis tersebut belum mewakili jumlah komunitas desainer grafis diseluruh wilayah Indonesia. Hal ini disebabkan karena sedikitnya literatur, baik berupa jurnal penelitian maupun buku teks yang membahas khusus mengenai penelitian komunitas desainer grafis. Belum lagi beberapa faktor lain yang melatarbelakangi terbentuknya komunitas-komunitas desainer di setiap daerah, yang masih baru dan belum terekspos keberadaannya. Dikutip dalam sebuah *Journal of Multidisciplinary International Studies*, Kaliabu, sebuah desa terpencil di Kecamatan Salaman menjadi terkenal dengan sebutan “Kampung Desainer” setelah diliput media. Disebut demikian, karena wilayah ini memiliki ratusan desainer grafis yang bekerja secara *online* untuk membuat desain logo melalui kontes-kontes desain yang diselenggarakan oleh *99Designs* (Rina, 2016 : 1).

Fenomena “Kampung Desainer” tersebut menggambarkan bahwa perkembangan profesi desainer di Indonesia tidak hanya terpusat di kota-kota besar, melainkan juga telah menarik hati masyarakat di wilayah-wilayah kecil seperti desa. Bahkan setiap daerah memiliki ciri khas masing-masing dalam mengembangkan desain grafis. Seperti sebuah kampung di DAS (Daerah Aliran Sungai) Brantas Kota Malang, terkenal juga dengan sebutan “Kampung Ornament Celaket”. Kampung ini mempunyai inisiatif untuk menghias dinding temboknya

dengan motif ornamen batik dari berbagai penjuru nusantara dan memiliki tujuan untuk melestarikan batik sebagai warisan budaya negara Indonesia (<http://kampungwisatamalang.com/kampung-ornamen-celaket-kampung-tematis-di-das-brantas>).

Indonesia, sebagai negara berkembang dengan mayoritas penduduknya beragama Islam. Selama kurun waktu kurang lebih dua puluh tahun terakhir, berkembang sebuah tren desainer muslim. Banyak desainer muslim yang terlibat di dunia desain khususnya industri desain kreatif, yang karya-karyanya telah diakui dunia desain nasional bahkan internasional. Para desainer muslim tersebut hingga kini masih aktif berkarya pada bidang yang digelutinya masing-masing, seperti Dian Pelangi dan putri seorang da'i Indonesia yang terkenal bernama Ghaida Tsuraya dalam industri *hijab* dan *fashion stlye*, dan pendatang baru seorang komikus muslim, dengan karya terbaiknya berjudul "99 Pesan Nabi", bernama Veby Surya Wibawa ([vbi\\_djenggotten](#)).

Dinamika perkembangan desainer grafis muslim, terus mengalami peningkatan yang signifikan. Seiring perkembangan zaman, desain grafis ini kemudian dimanfaatkan para desainer muslim sebagai media dakwah. Dikutip dari *Islamic Communication Journal*, bahwa perkembangan desain komunikasi visual yang diusung bersama aktivitas dakwah Islam melalui media komunikasi visual dimulai pada tahun 2010, dengan sebutan dakwah komunikasi visual (Ni'mah, 2016 : 104).

Sudah menjadi suatu rahasia umum, bahwa konsep desain grafis yang berkembang dalam kurun waktu beberapa tahun terakhir, bersifat bebas dan

terkadang menimbulkan kontradiktif dengan norma-norma Islam. Konsep desain grafis seperti ini banyak menimbulkan keresahan bagi masyarakat, terlebih masyarakat Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam. Hal inilah yang menjadi tantangan sekaligus peluang besar bagi desainer grafis muslim. Sehingga, diperlukan adanya strategi efektif dalam perancangan atau proses penciptaan karya agar menghasilkan desain yang kreatif serta bermakna dakwah.

Kemudian, sebagian besar desainer grafis muslim ini membentuk suatu komunitas yang bernama *Muslim Designer Community* atau yang biasa disingkat dengan MDC. *Muslim Designer Community* didirikan pada Hari Jum'at tanggal 4 Oktober 2013 di Surakarta Jawa Tengah. Komunitas ini pada awalnya merupakan komunitas yang terbentuk dari perkumpulan pengusaha muslim yang berada di Kota Surakarta dan sekitarnya. Namun, seiring berjalannya waktu dan tujuan komunitas yang tidak tercapai, komunitas ini merubah visi dan misi menjadi perkumpulan desainer grafis muslim. Sampai saat ini, perkembangan *Muslim Designer Community* tidak hanya terpusat di Surakarta Jawa Tengah. Komunitas ini telah memiliki cabang hampir diseluruh wilayah Indonesia dan beberapa wilayah di luar negeri.

Keberadaan komunitas desainer grafis muslim di Indonesia tidak hanya dilakukan oleh *Muslim Designer Community*. Banyak komunitas serupa yang bermunculan dan telah terjun kedalam ranah dakwah melalui desain grafis. Namun, sebagian besar komunitas tersebut baru bergerak secara *online* melalui beberapa jejaring sosial seperti *Instagram*, *Facebook*, *Twitter* dan *Telegram*. Beberapa akun diantaranya adalah dakwah online, sketsa muslim, komik muslim,

galeri poster dakwah, dan komunitas yang hampir serupa dengan *Muslim Designer Community* bernama komunitas GDC atau singkatan dari *Gontorian Designer Community*. Keberadaan komunitas tersebut masih sangat disayangkan karena aktivitasnya yang terbatas di dunia *cyber* dan belum memiliki manajemen dakwah yang terstruktur di dunia nyata.

Hal serupa juga dialami oleh *Muslim Designer Community* pada awal terjun ke ranah dakwah melalui desain grafis di jejaring sosial. Kemudian seiring berjalannya waktu, *Muslim Designer Community* membuat strategi untuk mengembangkan dakwah di lingkungan sosialnya dengan membuat sebuah sistem kelompok.

Kelompok –di dalamnya tidak hanya berisikan kumpulan orang-orang yang menjadi satu– adalah suatu sistem yang kompleks dimana berbagai elemen didalamnya saling berinteraksi dan saling memengaruhi (Morissan, 2013 : 34). Fungsi sistem dalam kelompok seperti halnya sebuah mesin penggerak, yaitu saling bekerjasama membantu tugas-tugas penting untuk mencapai tujuan kelompok. Sistem yang dibangun akan membentuk sebuah pola interaksi antar individu yang selanjutnya membentuk pola hubungan dan saling ketergantungan. Selain itu sebuah sistem dapat bertahan karena mendapat suplai *input* dari lingkungan sosial yang menghasilkan *output* kembali untuk lingkungannya. Pola interaksi dan komunikasi kelompok *Muslim Designer Community* yang dibangun akan berpengaruh terhadap kinerja dan efektifitas kelompok. Dari keseluruhan penjelasan diatas, hal inilah yang menarik perhatian penulis untuk melakukan penelitian dengan judul **“POLA KOMUNIKASI MUSLIM DESIGNER**

## **COMMUNITY” (Studi Deskriptif Kualitatif Pada Muslim Designer Community Pusat di Surakarta Jawa Tengah)**

### **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan pembahasan latar belakang diatas, maka penulis membatasi rumusan masalah penelitian yaitu **“Bagaimana Pola Komunikasi Muslim Designer Community di Surakarta Jawa Tengah?”**

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui dan mendeskripsikan sistem kelompok yang membentuk pola interaksi dan komunikasi kelompok dipengaruhi oleh *input* serta *output* kelompok sehingga menghasilkan kinerja yang efektif di *Muslim Designer Community* kota Surakarta Jawa Tengah.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

#### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat serta berguna bagi perkembangan disiplin Ilmu Komunikasi khususnya kajian mengenai komunikasi kelompok serta kajian mengenai Desain Grafis.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Manfaat dari penelitian ini dapat dipraktekkan untuk mengkaji lebih lanjut mengenai komunitas desainer grafis, terlebih kajian komunitas desainer grafis muslim. Serta bermanfaat bagi masyarakat dalam mengembangkan dakwah melalui media komunikasi visual.

## **1.5 Kajian Literatur**

### **1.5.1 Penelitian Terdahulu**

Secara umum, penelitian terdahulu yang membahas mengenai pola komunikasi telah banyak dilakukan. Peneliti merujuk beberapa penelitian pola komunikasi tersebut melalui jurnal-jurnal penelitian. Adapun jurnal penelitian yang membahas pola komunikasi diantaranya:

“Pola Komunikasi Pemandu Wisata (*Guide*) Kampung Wisata Batik Kauman Surakarta” yang diteliti oleh Fitri Rahmawati dan terbit pada *Journal of Rural Development* volume 05 nomer 02, Agustus tahun 2014 di Surakarta. Penelitian tersebut menjelaskan mengenai pola komunikasi interpersonal *guide* dalam aktivitas *guiding* di Kampung Batik. Jenis penelitian tersebut menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode penelitian observasi berjenis *active participant observation*, dan hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa pola komunikasi *guide* di Kampung Wisata Batik Kauman dalam memandu wisatawan terdiri dari unsur strategi komunikasi, pesan, interaksi simbolik dan aturan *guide* yang membentuk pola komunikasi menjadi satu arah, dua arah dan multi arah.



Penelitian dengan pendekatan studi kasus juga sudah pernah dilakukan oleh Trisnani dengan judul “Pola Komunikasi Masyarakat Nelayan di Era Teknologi Infomasi (Studi Kasus di Desa Pesisir Kecamatan Besuki Kabupaten Situbondo)” yang dan terbit dalam Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik volume 20 nomer 02, Desember tahun 2016 di Surabaya. Serta penelitian berjudul “Pola Komunikasi LPM SUAKA UIN Sunan Gunung Djati Bandung dalam Menyelesaikan Konflik Pada Kegiatan Jurnalistik” yang diteliti oleh Ali Bilhadj dan Reni Nuraeni dan terbit dalam jurnal Channel Ilmu Komunikasi UAD volume 05 nomer 01, April tahun 2017 di Yogyakarta. Kedua penelitian tersebut menggunakan studi kasus dengan metode survei yang dilakukan oleh Trisnani, sedangkan penelitian yang dilakukan Ali Bilhadj menggunakan metode paradigma kritis. Hasil dari kedua penelitian tersebut menyatakan bahwa diperlukan solusi yang tepat dalam menyelesaikan kasus di masing-masing objek dan variabel yang diteliti.

Jurnal penelitian berjudul “Pola Komunikasi di Pesantren: Studi tentang Model Komunikasi antara Kyai, Ustadz, dan Santri di Pondok Pesantren TMI Al-Amien Prenduan”, yang diteliti oleh Rudi Hartono dan terbit dalam jurnal Al-Balagh Dakwah dan Komunikasi volume 01 nomer 02, Januari-Juni tahun 2016 di Surakarta, menggunakan pendekatan studi fenomenologi dalam penelitiannya. Penelitian tersebut membahas mengenai model dan proses komunikasi antara Kyai, Ustadz, dan Santri, berlangsung pada saat acara-acara pondok diadakan.

Dari penelitian terdahulu yang telah penulis paparkan diatas, penulis menyimpulkan bahwa terdapat celah untuk membahas penelitian mengenai pola

komunikasi kelompok desainer grafis. Pada penelitian ini, penulis mencoba mengkaji mengenai pola komunikasi kelompok yang berlangsung pada *Muslim Designer Community* di Kota Surakarta Jawa Tengah.

### **1.5.2 Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok dapat diartikan sebagai suatu pesan yang disampaikan oleh seorang anggota kepada satu atau lebih anggota lain dengan tujuan mempengaruhi perilaku orang yang menerima pesan (Johnshon, 2012 : 135). Sehingga, apabila anggota kelompok A mengirim pesan berupa ucapan “selamat pagi” sambil melambaikan tangan kepada anggota kelompok B dan anggota kelompok B merespon serta menafsirkan hal yang sama dalam waktu bersamaan, maka komunikasi yang terjadi diantara kedua anggota kelompok tersebut menjadi efektif. Namun, jika komunikasi yang terjadi diantara kedua anggota kelompok tersebut ditafsirkan berbeda, maka akan terjadi komunikasi yang tidak efektif.

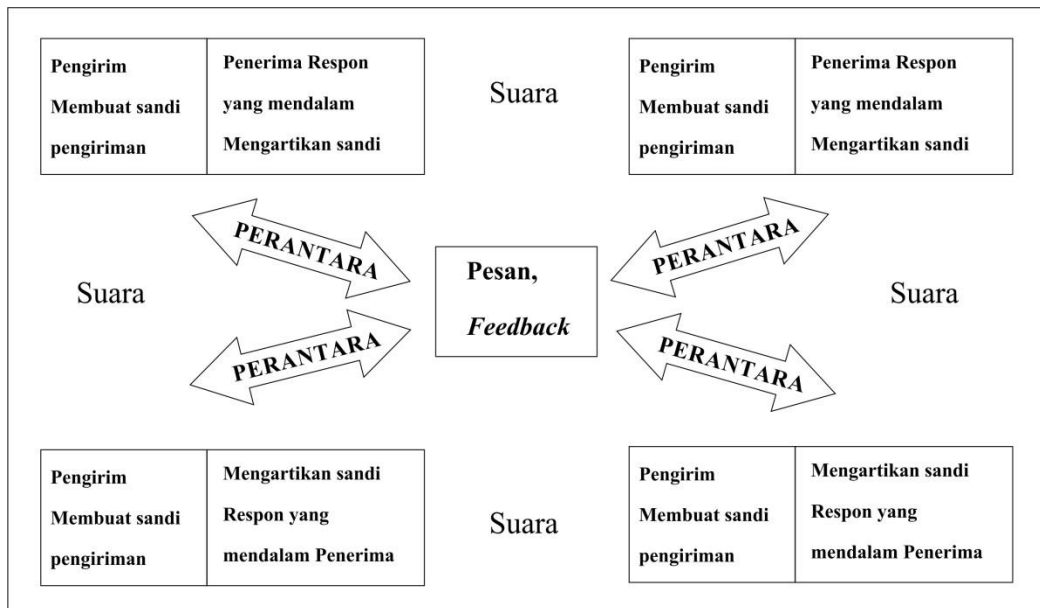
Kerumitan komunikasi kelompok tercermin pada kemampuannya untuk menembus dan hakikatnya kebersamaannya. Komunikasi dapat menembus semua aspek dalam memahami anggota kelompok yang lain. Kapanpun anggota kelompok saling melihat, mendengar, mencium, atau menyentuh, pada saat itulah terjadi komunikasi. Selain itu, komunikasi adalah proses kebersamaan dimana anggotanya menerima, mengirim, mengartikan, dan menyimpulkan semuanya pada saat yang bersamaan (Johnshon, 2012 : 136).

Dalam komunikasi ini, logika berpikir memiliki peranan yang sangat penting. Komunikator dapat menilai logis dan tidaknya uraian komunikator. Proses terjadi secara dialogis, tidak linear, tetapi sirkular. Dalam proses ini, terjadi umpan balik karena komunikator dapat menanggapi uraian yang disampaikan komunikator, boleh bertanya jika tidak mengerti, serta dapat menyanggah jika tidak setuju (Soyomukti, 2012 : 177).

Dalam situasi komunikasi dua orang, komunikasi yang dilakukan adalah pertukaran komunikasi dua arah. Namun demikian, dalam situasi tiga orang terdapat enam garis komunikasi. Dalam situasi komunikasi empat orang, terdapat dua belas interaksi yang dapat terjadi. Usaha dalam menggambarkan kerumitan komunikasi kelompok dijelaskan dalam gambar dibawah ini. Dalam gambar tersebut, proses komunikasi dalam suatu kelompok kecil ditentukan oleh:

1. Ide, perasaan, dan maksud dari pengirim pesan dan caranya berperilaku dalam menyampaikan pesan kepada penerima. Orang yang menciptakan komunikasi disebut pengirim pesan dan orang dimana pesan tersebut ditujukan disebut penerima.
2. Pengirim membuat sandi sebuah pesan dengan menerjemahkan ide, perasaan, maksud ke dalam pesan yang layak untuk disampaikan. Pesan adalah simbol yang lisan atau tertulis yang dikirimkan oleh seseorang untuk orang lain; pesan adalah sesuatu hal yang dihubungkan dengan cara yang menggunakan simbol (semua kata-kata adalah simbol).
3. Pengirim mengirimkan pesan kepada penerima.

4. Pesan dikirimkan melalui perantara. Perantara dapat diartikan sebagai alat untuk mengirimkan pesan kepada orang lain: gelombang suara, gelombang cahaya yang memungkinkan kita melihat kata-kata yang tertulis.
5. Pengirim merasakan respons dari penerima yang dapat dilihat, sehingga mendapatkan *feedback*.
6. Penerima mengartikan sandi pesan dengan menafsirkan artinya. Penafsiran penerima tergantung pada seberapa baik penerima memahami isi pesan dan maksud si pengirim.
7. Penerima merespons secara mendalam terhadap penafsiran pesan.
8. Suara adalah semua unsur yang mempengaruhi proses komunikasi. Dari sudut pandang pengirim, suara termasuk hal-hal seperti sikapnya dan kerangka referensi dan kelayakan bahasanya atau ekspresi lain dari pesan tersebut. Dari sudut pandang penerima, suara termasuk hal-hal seperti sikap, latar belakang, dan pengalaman yang mempengaruhi proses mengartikan sandi. Dalam sudut pandang perantara, suara menunjuk pada: (a) suara yang ada dalam lingkungan, seperti kegaduhan atau suara lalu lintas, (b) masalah penyampaian, seperti gagap, dan (c) tingkah laku yang mengganggu, seperti kecenderungan untuk berkomentar. Untuk cakupan yang lebih luas, keberhasilan komunikasi ditentukan oleh tingkatan dimana suara dapat diatasi atau dikontrol.



**Gambar 1.1** Proses Komunikasi Kelompok (Johnshon, 2012 : 137)

Selain itu, komunikasi kelompok memfokuskan pembahasannya kepada interaksi diantara orang-orang dalam kelompok-kelompok kecil. Komunikasi kelompok juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Bahasan teoretis meliputi dinamika kelompok, efisiensi dan efektivitas penyampaian informasi dalam kelompok, pola dan bentuk interaksi, serta pembuatan keputusan (Bungin, 2006 : 32).

Pembahasan komunikasi kelompok yang sangat kompleks dan mendetail, diperlukan pemahaman yang sebanding dari peneliti dan fokus pada satu teori komunikasi kelompok tertentu. Karena kelompok memiliki beragam kemampuan untuk mengerjakan hal ini dengan baik. Penelitian dan teori kontemporer dalam komunikasi kelompok berasal dari sumber yang beragam pada awal abad ke-20. Salah satu karya tersebut adalah Mary Parker Follet dalam pemikiran integratif.

Tulisan Follet pada tahun 1924 bahwa pemecahan masalah kelompok, organisasi, dan komunitas adalah sebuah tiga langkah proses kreatif dari (1) pengumpulan informasi dari para ahli; (2) menguji informasi dalam pengalaman sehari-hari; (3) mengembangkan solusi integratif yang sesuai dengan keragaman minat daripada bersaing (Littlejohn, 2009 : 325).

Komunikasi kelompok terbagi menjadi beberapa kategori tradisi dan teori kelompok. Kategori tersebut adalah **Tradisi Sosiopsikologis**, **Tradisi Sibernetika** yang terbagi menjadi Teori Kelompok Percaya–dengan dua macam proses input yaitu: (a) analisis interaksi dan; (b) teori kerja efektif kelompok antarbudaya, **Tradisi Sosiokultural** termasuk didalamnya adalah (a) Teori Penyusunan; (b) Teori Teori Fungsional; (c) Teori Pemikiran Kelompok, serta **Tradisi Kritis** yang berasal dari pemikir feminis.

Tradisi Sibernetika khususnya pada Teori Kerja Kelompok Efektif Antarbudaya yang dipelopori oleh John Oetzel menggunakan model *input* proses *output* dalam membentuk variabel-variabel penting yang mempengaruhi kelompok. Oetzel menciptakan sebuah model yang secara budaya membedakan kelompok, menghadapi *input* tertentu, menciptakan hasil melalui komunikasi yang kembali mempengaruhi keadaan ketika kelompok sedang bekerja (Littlejohn, 2009 : 335).

Konsep kelompok yang dibahas oleh Oetzel ini merupakan lingkaran sibernetika yang sempurna, karena melalui *input* kelompok dapat menghasilkan keadaan. Selanjutnya Oetzel membahas dalam teori kerja kelompok efektif antarbudaya, bahwa pemberdayaan diantara anggota-anggota budaya–kebangsaan,

etnik, bahasa, gender, jabatan, usia, kelemahan dan lainnya—penting bagi kegunaan kelompok. Perbedaan budaya yang paling penting dibagi menjadi tiga kelompok: (1) individualisme kolektivisme; (2) kehendak diri; dan (3) urusan rupa (Littlejohn, 2009 : 335).

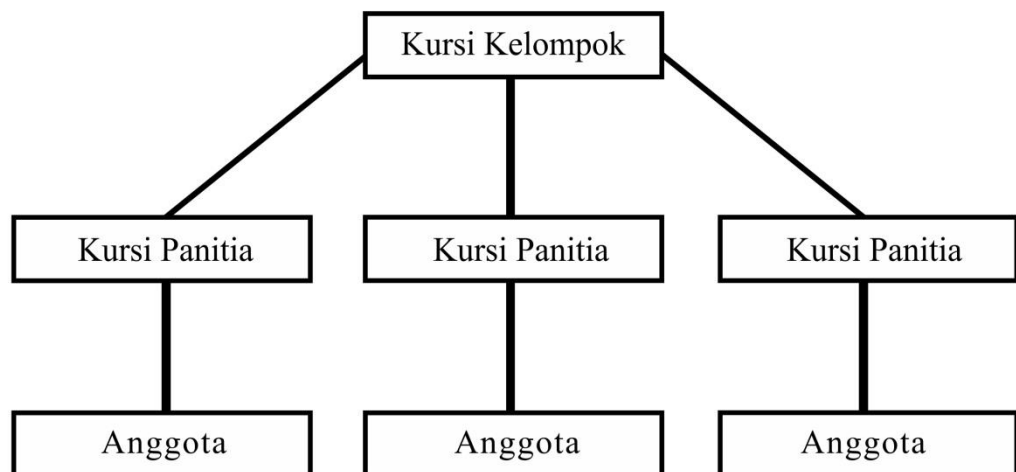
### **1.5.3 Pola Komunikasi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, pola diartikan sebagai bentuk (struktur) yang tetap. Sedangkan komunikasi adalah (1) proses penciptaan arti terhadap gagasan atau ide yang disampaikan, serta (2) pengiriman dan penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan dapat yang dimaksud dapat dipahami. Dengan demikian, definisi pola komunikasi disini dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004 : 1).

Pola komunikasi merupakan salah satu faktor penting dalam memahami hakikat komunikasi kelompok. Karena melalui pola komunikasi, interaksi yang terjalin antara anggota kelompok satu dengan lainnya akan semakin efektif dan berpengaruh kepada pengambilan keputusan yang tepat. Pola komunikasi dalam kelompok telah dianalisis oleh Gouran dan Hirokawa dalam Johnson, yang memposisikan bahwa dalam pembuatan keputusan yang efektif, komunikasi mempunyai dua fungsi. Fungsi promosi (mempromosikan pemikiran praduga dan pemikiran yang kritis) dan fungsi yang meniadakan (mencegah kelompok membuat kesalahan). Namun demikian, komunikasi antar anggota kelompok

memudahkan pengumpulan informasi, mengenali dan memperbaiki kesalahan individu dan membuat argumentasi yang meyakinkan (Johnshon, 2012 : 148).

Pola komunikasi dalam kelompok juga terlihat dari suatu susunan kekuasaan dalam kelompok. Susunan kekuasaan ada ketika syarat-syarat peran dibuat sedemikian rupa sehingga anggota kelompok yang berbeda mempunyai peran yang berbeda dan anggota yang menjalankan peran tertentu membimbing anggota lain untuk meyakinkan bahwa mereka memenuhi syarat-syarat peran mereka. Untuk memudahkan pemahaman, susunan kekuasaan dijelaskan dalam gambar dibawah ini:



**Gambar 1.2** Kelompok dan Susunan Kekuasaan yang ada didalamnya (Johnshon, 2012 : 157).

Sebenarnya, "peran" hanyalah salah satu bagian dari struktur kelompok. Kelompok memiliki bentuk dan kita dapat melihat bentuk ini melalui pola-pola interaksi yang terjadi sepanjang waktu. Struktur kekuasaan juga terbentuk melalui pola-pola interaksi ini. Jika anggota lama pergi dan anggota baru masuk, maka



struktur kekuasaan dapat berubah, bahkan terkadang secara dramatis (Morissan, 2013 : 333).

## **1.6 Metode Penelitian**

### **1.6.1 Jenis Penelitian**

Jenis penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta, atau kejadian secara sistematis dan akurat, mengenai sifat-sifat populasi atau daerah tertentu. Dalam penelitian deskriptif cenderung tidak perlu mencari atau menerangkan saling hubungan dan menguji hipotesis (Zuriah, 2009 : 47).

Penelitian deskriptif ditujukan untuk: (1) mengumpulkan informasi aktual secara rinci yang melukiskan gejala yang ada, (2) mengidentifikasi masalah atau memeriksa kondisi dan praktek-praktek yang berlaku, (3) membuat perbandingan atau evaluasi, (4) menentukan apa yang dilakukan orang lain dalam menghadapi masalah yang sama dan belajar dari pengalaman mereka untuk menetapkan rencana dan keputusan pada waktu yang akan datang (Rakhmat, 2005 : 25). Definisi lain menyebutkan bahwa penelitian dengan menggunakan pendekatan kualitatif, pada prinsipnya ingin memerikan, menerangkan, mendeskripsikan secara kritis, atau menggambarkan suatu fenomena, suatu kejadian, atau suatu peristiwa interaksi sosial dalam masyarakat untuk mencari dan menemukan makna (*meaning*) dalam konteks yang sesungguhnya atau *natural setting* (Yusuf, 2014 : 338).

Dalam penelitian ini, peneliti tertarik untuk menggambarkan fenomena sosial yang muncul dalam kurun waktu sepuluh tahun terakhir, yaitu kehadiran komunitas desainer grafis muslim sebagai bentuk kepedulian dan aksi sosial mengenai perkembangan dunia desain grafis yang semakin kontradiktif dan jauh dari norma-norma sosial serta ajaran Islam. Desainer grafis muslim tersebut datang dengan membawa keterampilan mendesain yang memadukan unsur-unsur dakwah Islam sebagai strategi dalam penciptaan karya desain grafis.

Dalam konteks penelitian kualitatif, fenomena merupakan sesuatu yang hadir dan muncul dalam kesadaran peneliti dengan menggunakan cara tertentu, sesuatu menjadi tampak nyata. Peneliti mendeskripsikan sesuatu seperti penampilan fenomena, seperti barangnya sendiri tanpa mengandalkan praduga-praduga konseptual (Yusuf, 2014 : 351).

Teknik sampling yang peneliti gunakan adalah *random sampling* atau teknik acak sederhana. Peneliti menggunakan teknik sampling ini untuk memudahkan peneliti mendapatkan informasi seputar *Muslim Designer Community*. Berikut daftar informan yang peneliti ambil dari pendiri dan pengurus *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah diantara adalah:

<b>Informan</b>	<b>Jabatan Kepengurusan</b>
Nur Hadi Ismail	Komandan MDC / Dewan Visual MDC
Toni Ardan	Wakil 2 / <i>Strategic Planning</i>
Umar Noer	Kepala Divisi C.E.O
Salim Siswa	Kepala Divisi Media
Edhi Prynt	Wakil Divisi Development

**Tabel 1.1** Daftar Informan Penelitian (Sumber: Olahan Penulis)

### **1.6.2 Objek Penelitian**

Objek penelitian ini adalah desainer grafis muslim yang terhimpun dalam struktur kepengurusan *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah.

### **1.6.3 Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data merupakan langkah yang paling strategis dalam penelitian, karena tujuan utama dari penelitian adalah mendapatkan data (Sugiyono, 2005 : 62). Teknik pengumpulan data yang ingin penulis terapkan dalam penelitian ini adalah melalui wawancara, observasi dan studi dokumen:

#### **1.6.3.1 Wawancara**

Secara sederhana dapat dikatakan bahwa wawancara (*interview*) adalah suatu kejadian atau suatu proses interaksi antara pewawancara (*interviewer*) dan sumber informasi atau orang yang diwawancarai

(*interviewee*) melalui komunikasi langsung (Yusuf, 2014 : 372). Esterberg dalam Sugiyono mendefinisikan *interview* sebagai berikut:

*“a meeting of two person to exchange information and idea trough question and responses, resulting in communication and joint construction of meaning about a particular topic”*. Wawancara adalah merupakan pertemuan dua orang untuk bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan makna dalam suatu topik tertentu (Sugiyono, 2009 : 72).

Teknik pengumpulan data melalui wawancara terbagi menjadi beberapa jenis. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis wawancara terencana-terstruktur. Wawancara terencana struktur adalah suatu bentuk wawancara dimana pewawancara dalam hal ini peneliti menyusun secara terperinci dan sistematis rencana atau pedoman pertanyaan menurut pola tertentu dengan menggunakan format yang baku. Dalam hal ini pewawancara hanya membacakan pertanyaan yang telah disusun dan kemudian mencatat jawaban sumber informasi secara tepat (Yusuf, 2014 : 376). Melalui wawancara terencana-terstruktur peneliti menginginkan informasi yang mendetail tentang suatu objek penelitian terlebih dapat menjawab fenomena sosial yang terjadi dalam *Muslim Designer Community*.

### 1.6.3.2 Observasi

Observasi menurut Marshall dalam Sugiyono menyatakan bahwa:

*“trough observation, the researcher learn about behavior and the meaning attached to those behavior”* Melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku, dan makna dari perilaku tersebut (Sugiyono, 2005 : 64).

Dari berbagai macam dan jenis observasi, peneliti memilih menggunakan observasi langsung, yaitu observasi yang dilakukan dimana *observer* berada bersama objek yang diselidiki (Zuhriah, 2006 : 173). Dan jenis observasi tergolong observasi partisipasi aktif. Dalam penelitian ini, peneliti terlibat dalam kegiatan sehari-hari orang yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data penelitian. Peneliti ikut melakukan apa yang dilakukan narasumber, tetapi belum sepenuhnya lengkap (Sugiyono, 2005 : 64-66).

Alasan peneliti menggunakan observasi langsung dengan jenis observasi partisipasi aktif, karena peneliti dalam penelitian kualitatif merupakan instrumen yang sangat penting. Disamping itu, kualitas instrumen akan menentukan kualitas data yang terkumpul (Zuriah, 2009 : 168). Sehingga keberhasilan penelitian ditentukan seberapa banyak upaya yang dilakukan peneliti dalam menghayati proses penelitian, salah satunya melalui teknik observasi.

### **1.6.3.3 Studi Dokumen**

Dokumen merupakan catatan atau karya seseorang tentang sesuatu yang sudah berlalu. Dokumen tentang orang atau sekelompok orang, peristiwa, atau kejadian dalam situasi sosial yang sesuai dan terkait dengan fokus penelitian adalah sumber informasi yang sangat berguna dalam penelitian kualitatif (Yusuf, 2014 : 391). Dalam penelitian ini, dokumentasi yang diperlukan peneliti dapat melalui buku teks, artikel ilmiah maupun informasi pendukung mengenai komunikasi kelompok, dinamika kelompok, proses komunikasi dalam kelompok, serta hal-hal yang berkaitan dengan studi kelompok.

### **1.6.4 Teknik Analisis Data**

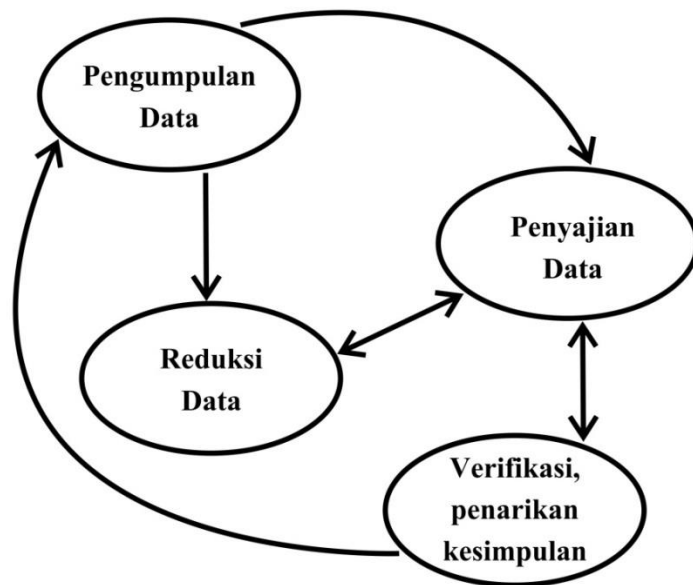
Analisis data didefinisikan sebagai sebuah proses yang merinci usaha secara formal untuk menemukan tema dan merumuskan hipotesis (ide) seperti yang disarankan dan sebagai usaha untuk memberikan bantuan dan tema pada hipotesis. Proses analisis data bertujuan untuk: menjawab masalah penelitian dan membuktikan hipotesis penelitian; menyusun dan menginterpretasikan data yang sudah diperoleh; menyusun data dalam cara yang bermakna sehingga dapat dipahami, sehingga lebih memudahkan pembaca dalam memahami hasil penelitian kita; menjelaskan kesesuaian antara teori dan temuan di lapangan; dan menjelaskan argumentasi hasil temuan di lapangan (Taylor dan Bogdan dalam Martono, 2015 : 10).

Analisis data yang dilakukan pada penelitian kualitatif dilakukan sejak kegiatan penelitian itu dimulai. Bukan menunggu data terkumpul dan menumpuk kemudian baru menganalisis data. Forssey dalam Yusuf mengemukakan batasan tentang analisis data dalam penelitian kualitatif sebagai berikut:

*Qualitative analysis is a process of reviewing, synthesizing and interpreting data to describe and explain the phenomena or social worlds being studied.* Ia menegaskan bahwa analisis data kualitatif merupakan proses mereviu dan memeriksa data, menyintesis dan menginterpretasikan data yang terkumpul sehingga dapat menggambarkan dan menerangkan fenomena atau situasi sosial yang diteliti (Yusuf, 2014 : 400).

Proses analisis data penelitian kualitatif terbagi menjadi dua yaitu, (a) analisis data sebelum ke lapangan dan (b) analisis data selama di lapangan. Analisis data sebelum ke lapangan dapat diperoleh dari hasil studi terdahulu baik berupa dokumentasi, buku, karya, foto, maupun material lainnya yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti. Namun, data yang telah diperoleh dari dokumen sebelum analisis ke lapangan hanya digunakan sebagai acuan bukan untuk “menggiring” maupun “mengendalikan” peneliti dalam memahami masalah penelitian (Yusuf, 2014 : 401). Proses analisis data selama di lapangan, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data pada periode tertentu (Sugiyono, 2009 : 91).

Miles dan Huberman mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh (Sugiyono, 2009 : 91). Selain itu Miles dan Huberman menjelaskan bahwa secara umum, proses analisis data kualitatif melibatkan empat proses penting. Keempatnya dapat dilakukan secara berulang karena proses analisis data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan kapan saja, dalam arti proses ini tidak harus dilakukan ketika peneliti telah menyelesaikan seluruh proses penelitian. Keempat proses penting tersebut digambarkan sebagai berikut:



**Gambar 1.3** Analisis Data Kualitatif Miles dan Huberman Model Interaktif (Martono, 2016 : 11)

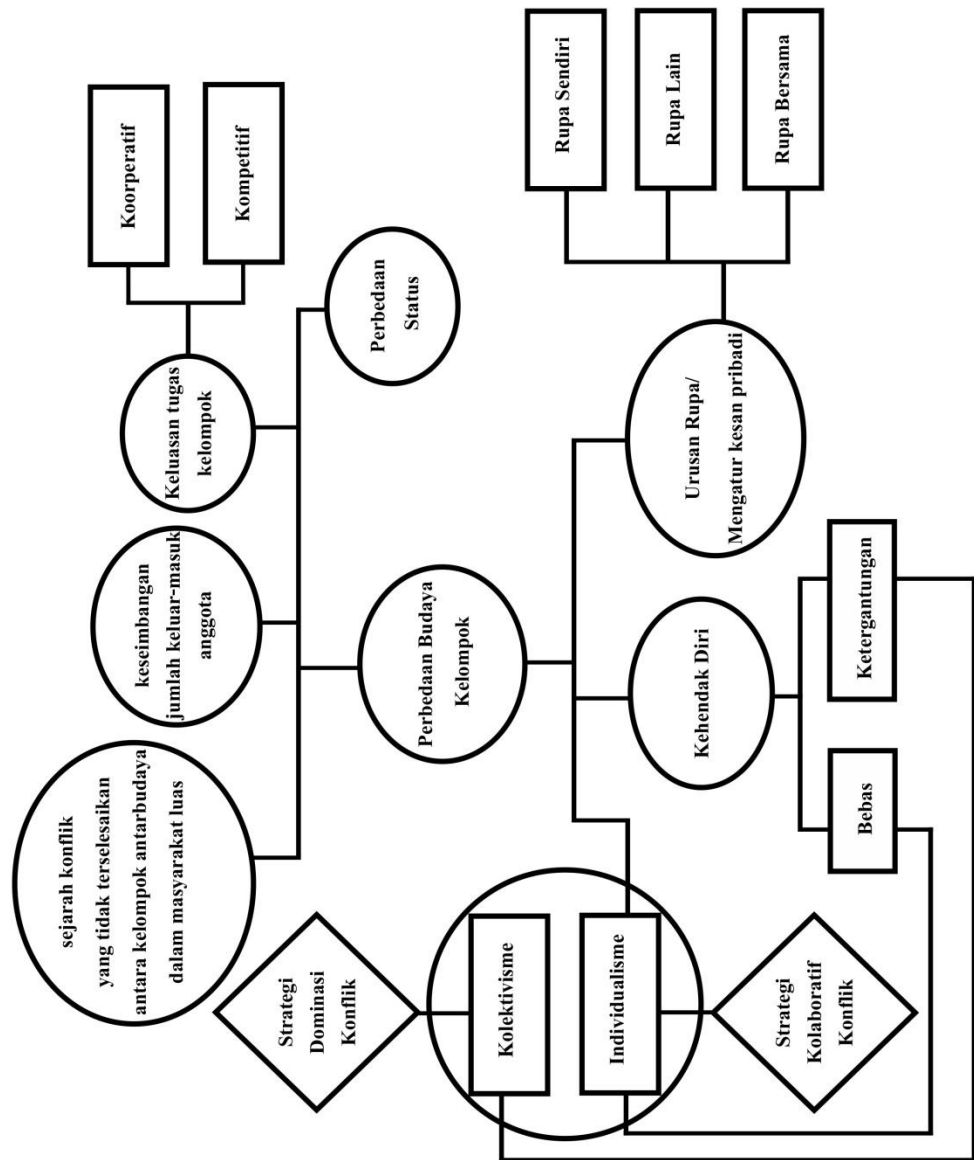


Selanjutnya, peneliti berpedoman kepada Teori Kerja Kelompok Efektif Antarbudaya yang dipelopori oleh John Oetzel. Konsep kelompok yang dibahas oleh Oetzel ini merupakan lingkaran sibernetika yang sempurna, karena melalui *input* dapat menghasilkan *output* keadaan. Model *input* menghasilkan *output* inilah yang akan mempengaruhi aktivitas komunikasi dan membentuk pola komunikasi di *Muslim Designer Community*.

Pembahasan teori Oetzel ini memiliki tujuan bahwa pemberdayaan diantara anggota-anggota yang memiliki perbedaan latar belakang budaya—kebangsaan, etnik, bahasa, gender, jabatan, usia, kelemahan dan lainnya—penting bagi kegunaan kelompok. Perbedaan budaya yang paling penting dibagi menjadi tiga kelompok: (1) individualism kolektivisme; (2) kehendak diri; dan (3) urusan rupa (Littlejohn, 2009 : 335).

Selain itu teori ini juga membahas tingkatan sebuah kelompok mampu mengatur perbedaan antarbudaya yang ditentukan dengan beberapa faktor situasi, termasuk (1) sebuah sejarah dari konflik yang tidak terselesaikan diantara kelompok antar budaya dalam masyarakat luas; (2) keseimbangan masuk-kelompok-keluar-kelompok, ditentukan oleh jumlah anggota kelompok yang mewakili budaya berbeda; (3) keluasan tugas kelompok adalah kooperatif atau kompetitif; dan (4) perbedaan status. Jika budaya digambarkan dengan kelompok yang memiliki sebuah sejarah penuntasan konflik yang baik, penggambaran diantara budaya adalah seimbang, sifat tugas kooperatif, dan anggota memiliki status kurang lebih setara,

kemudian mereka cenderung akan berkomunikasi dengan efektif (Littlejohn, 2009 : 336-337).



**Gambar 1.4** Teori Kerja Kelompok Efektif Antarbudaya John Oetzel

(Sumber Olahan Penulis)

## 1.7 Sistematika Pembahasan

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini terbagi atas beberapa bab beserta sub bab. Adapun bab-bab yang terkandung dalam penelitian ini antara lain:

BAB I Pendahuluan. Dalam bab ini terdapat sub bab yang menjelaskan mengenai latar belakang masalah penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian yang mencakup manfaat teoritis dan manfaat praktis, kajian literatur, metode penelitian, pengumpulan data dan analisis data, serta sistematika penulisan.

BAB II Gambaran Umum Objek Penelitian. Bab ini meliputi penjelasan mengenai Sejarah Perkembangan Desainer Grafis dan Sejarah Perkembangan Desainer Grafis Muslim di Indonesia, Gambaran Umum Komunitas Desain Grafis Muslim serta profil objek penelitian yaitu, *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah.

BAB III Pembahasan. Bab ini menjelaskan mengenai pembahasan pola komunikasi kelompok serta analisis dakwah komunikasi visual yang dipengaruhi oleh *input* serta *output* kelompok sehingga menghasilkan kinerja yang efektif di *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah. Pembahasan ini didapatkan dari pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV Penutup. Pada bab terakhir menjelaskan tentang kesimpulan, saran, daftar pustaka dan lampiran dokumen hasil penelitian terkait pola komunikasi *Muslim Designer Community* Pusat di Surakarta Jawa Tengah.