

## BENTUK PESAN KOMUNIKASI ORGANISASI IKATAN PEMUDA DALAM PENINGKATAN KEAMANAN DAN KENYAMANAN WARGA KOTA PADANG

Nora Zulvianti<sup>1</sup>, Gusti Indah Sari<sup>2</sup>, Wakidul Kohar<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang, Padang, Indonesia

Correspondence Email : nrzulvianti@gmail.com

### ABSTRACT

*Communication is an activity that is always carried out in everyday life. It is carried out by individuals with individuals, individuals with groups (organizations) and groups with groups (organizations). Marapi gang youths have low awareness to provide security and comfort in their environment. communication between youth leaders and members is still not optimal. This makes the organization not run well. Young people are busy with their own business. The purpose of this study was to find out and understand the form of messages contained in the Gang Merapi Youth Association (IPPGM) Gunung Pangilun Village, North Padang District, Padang City. This research is a field research. The method used is a qualitative method. This type of research is descriptive. The approach is phenomenology. The findings of this study are the messages conveyed by the communicator to the communicant using clear and easy-to-understand language. In addition, the delivery of messages in the form of invitations and orders is also accompanied by body movements, facial expressions, symbolic clothing, sounds and symbols or other symbols that have meaning so that the intended message will be easy to understand.*

**Keyword :** *Messaging, Organizational Communication, IPPGM*

### ABSTRAK

Komunikasi merupakan suatu aktivitas yang selalu dilakukan dalam kehidupan sehari-hari. Itu dilakukan oleh individu dengan individu, individu dengan kelompok (organisasi) maupun kelompok dengan kelompok (organisasi). Pemuda pemudi gang marapi memiliki kesadaran yang rendah untuk memberikan keamanan dan kenyamanan di lingkungannya. komunikasi antar ketua pemuda dengan anggota masih belum maksimal. Ini menjadikan organisasi tidak berjalan dengan baik. Pemuda pemudi sibuk dengan urusannya masing-masing. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami bentuk pesan yang terdapat dalam organisasi Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Penelitian ini merupakan penelitian lapangan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif. Jenis penelitian ini bersifat deskriptif. Hasil temuan dari penelitian ini adalah pesan yang disampaikan oleh organisasi pemuda kepada warga menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami. Selain itu, penyampaian pesan berupa ajakan dan perintah juga disertai dengan gerak gerik tubuh, ekspresi wajah, pakaian yang bersimbol, suara dan simbol lain yang memiliki makna sehingga dengan demikian pesan yang dimaksudkan akan mudah dimengerti.

**Kata Kunci :** Pesan; Komunikasi Organisasi; IPPGM

## PENDAHULUAN

Persoalan di masyarakat seringkali berakar dari pemahaman komunikasi. Maksud baik jika salah penyampaian diduga akan memicu pertikaian. Contoh kasus ini terjadi di sebuah wilayah di Kota Padang. Daerah ini dikenal dengan Gunung Pangilun. Di Gunung Pangilun ini merupakan Kawasan padat penduduk. Kondisi ini membuat munculnya permasalahan antar warga. Kemudian disepakatilah dibentuknya organisasi pemuda. Organisasi ini kemudian dinamakan Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Alih alih ini menjadikan persoalan menjadi mengecil, justru keberadaan organisasi ini memicu pertanyaan dikalangan masyarakat. Pertanyaan di masyarakat berupa apa peran dan kontribusi keberadaan mereka?, mampukah organisasi ini meredam persoalan yang muncul dimasyarakat? dan lain sebagainya. Berdasarkan observasi awal dengan David Saputra salah satu anggota Organisasi Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) yang sempat diwawancarai pada tanggal 9 Oktober 2020, ditemukan bahwa organisasi Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) membuat program yang sangat bagus dalam membantu RW 008 RT 002/003 memberikan keamanan dan kenyamanan warga, tapi program tersebut belum terlaksana dengan baik. IPPGM adalah singkatan dari Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi yang berdiri semenjak tahun 1998. Program yang telah dibuat untuk membatu RW 008 RT002/003 belum berjalan dengan semestinya. Sehingga IPPGM belum bisa membatu banyak RW 008 RT002/003 untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan dilingkungannya. Dalam suatu organisasi komunikasi antar anggota sangat berpengaruh, ketika komunikasi antar anggota tidak terjalin dengan baik akan banyak menimbulkan masalah, baik didalam organisasi tersebut

maupun diluar organisasi tersebut. Lingkungan yang aman dan nyaman akan tercipta apabila masyarakat taat dengan aturan yang berlaku didalam lingkungan tersebut.

Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) membuat program ronda untuk membantu RW 008 RT 002/003 dalam meningkatkan keamanan di lingkungannya sehingga dapat mengurangi tindakan kejahatan, tetapi kurangnya komunikasi antar pemuda membuat program belum terlaksana dengan baik. Kurangnya komunikasi antar pemuda menyebabkan program-program yang telah dibuat belum terlaksana, seperti peraturan untuk anak kos di lingkungan IPPGM. Karna tidak ada yang menjalankan dan memberikan sanksi, membuat anak kos tidak memperdulikan aturan yang telah ada, seperti bertamu melewati batas jam tamu dan mengganggu istirahat warga dilingkungannya, sehingga IPPGM belum sepenuhnya membantu RW 008 RT 002/003 untuk menertibkan anak kos. Contohnya, tamu anak kos yang berkunjung diatas jam 10 malam kebanyakan mengobrol dengan suara yang keras sampai terdengar kerumah warga di sekeliling kost membuat warga tidak bisa tidur dengan nyaman.

Tujuan penelitian ini untuk mengetahui dan memahami bentuk pesan yang terdapat dalam organisasi Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara Kota Padang. Komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication*, yang diambil dari bahasa latin *communis* yang berarti sama. Sama yang dimaksud di sini adalah sama makna (Muhammad, 2014)

Menurut Jenifer M. George dan Jones, (2006) Komunikasi didefinisikan sebagai pertukaran informasi antara dua orang atau lebih atau kelompok untuk mencapai pemahaman yang sama.

Ahli komunikasi mengatakan bahwa “*communication is the process of sending and reciving symbols with attach meaning*”. Artinya bahwa komunikasi sebagian kegiatan penyampaian informasi dan pengertian dengan menggunakan tanda-tanda yang sama (Nelson, D.L & Quick, 2006)

Definisi Komunikasi yaitu proses menciptakan atau menciptakan pemikiran bersama antara pemberi dan penerima. Pengertian Shimp lebih menekankan pada proses komunikasi yang bertujuan untuk menciptakan kesamaan pikiran dan pendapat dalam interaksi yang berlangsung (Shimp, 1993)

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan melalui media komunikasi. Komunikasi yaitu yang paling mendasar dari semua interaksi antara individu dan individu, individu dan kelompok, atau kelompok dan kelompok. (Putri, 2018).

Komunikasi menurut Jalaluddin Rakhmat, (2000) yaitu proses pertukaran informasi dan komunikasi makna, yang kesemuanya sangat penting bagi suatu organisasi.

Selain itu, pengertian komunikasi adalah proses di mana komunikator menyampaikan pesan dalam bentuk kata-kata dengan maksud untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lain (Simamora, 2021)

Pace & Mulyana, (2002) berpendapat bahwa komunikasi dapat dibedakan dari perilaku semua manusia dan organisasi lain karena melibatkan proses spiritual untuk memahami orang, benda, dan peristiwa. Ada dua bentuk perilaku umum yang menekankan komunikasi yaitu, 1) Komposisi pesan, lebih tepatnya menunjukkan komposisi, dan 2) Interpretasi pesan atau interpretasi kinerja.

Komunikasi terjadi apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dapat dipahami. Hal tersebut bertujuan untuk mempengaruhi

perilaku penerima pesan (Simamora, 2021)

Komunikasi yaitu ktivitas diri manusia dalam memperoleh berbagai sumber informasi. Strategi komunikasi yang baik dan bijak dapat menciptakan interaksi yang efektif secara tertulis maupun lisan. Ide dan gagasan menjadi komoditas sebagai sumber informasi yang dipertukarkan dalam konteks komunikasi. Dalam ilmu komunikasi adanya komunikator dan komunikan merupakan hal yang pokok serta pesan dan media yang digunakan bersifat intersubjektif (Efrita, 2013)

Selain itu, Komunikasi merupakan sumber pemahaman yang sangat penting dalam suatu organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik maka pesan yang disampaikan oleh komunikator pada suatu organisasi akan tersampaikan secara efektif kepada komunikan. Komunikasi organisasi dapat dipahami sebagai komunikator dan komunikan dalam organisasi yang lebih kompleks. Termasuk area ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelolaan, komunikasi bos ke bawahan, komunikasi dari bawahan ke bos (Simamora, 2021)

Menurut Katz dan Kahn Komunikasi organisasi adalah merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan “ *meaning* ” ata=u arti di dalam suatu organisasi. (Arni Muhammad, 1989)

Komunikasi organisasi merupakan pendekatan untuk menyelidiki sikap, persepsi dan kepuasan anggota organisasi untuk memberikan informasi tentang komunikasi. Komunikasi ini terjadi setiap kali setidaknya satu orang menempati posisi dalam interpretasi pesan (Dedi Mulyadi, 2011)

Komunikasi organisasi dimaknai sebagai serangkaian proses menciptakan dan saling mengganti pesan dalam jaringan hubungan yang bergantung satu sama lain berguna untuk mengatasi

lingkungan yang tidak menentu dan cenderung berubah (Arni Muhammad, 2009)

Menurut Wiryanto, (2004) komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan variasi pesan organisasi dalam kelompok organisasi formal dan informal.

Komunikasi organisasi merupakan pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. bidang tersebut meliputi komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan serikat manajemen, komunikasi atasan-bawahan, komunikasi bawahan ke superior, dan komunikasi horizontal dari orang yang sama tingkat, mendengarkan, menulis dan mengkomunikasikan program evaluasi (Masmuh, 2008)

Komunikasi dalam organisasi sebagai suatu kesatuan dari sekelompok orang dengan tujuan yang sama, untuk mencapai tujuan bersama tersebut unsur komunikasi menjadi faktor yang sangat penting. (Jumrad, O. T., & Sari, 2019)

Dari beberapa pengertian komunikasi organisasi di atas, penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses mengirim dan menerima pesan dari segala arah dalam suatu organisasi dalam rangka mencapai tujuan organisasi.

Secara sederhana, komunikasi organisasi dapat di mengerti sebagai jaringan yang dirancang dengan sistem dan proses yang mentransfer informasi dari sekelompok individu atau sekelompok orang ke sekelompok individu atau orang dalam rangka mencapai tujuan organisasi (Simamora, 2021)

Fakta sosial yang harus di pahami dan mengerti mengenai konsep komunikasi interkultural adalah mengenai kemajemukan dan pluralitas kebangsaan sebagai individu. Personal diri dapat di tipologi berdasarkan ras, etnis dan suku. Korelasi antara komunikasi dan budaya perlu dipahami

terlebih dahulu agar dapat menginterpretasikan komunikasi antar budaya dengan baik dan terjadi mutual understanding antar sesama pribadi (Kohar, W., & Hasan, 2018)

Kegiatan komunikasi organisasi bertujuan untuk membentuk saling pengertian dan menyamakan pengalaman di antara anggota organisasi. Dalam artian umum, tujuan dari komunikasi merupakan untuk melakukan perubahan dan mempengaruhi tindakan kearah kesejahteraan organisasi. Dengan adanya komunikasi yang baik, suatu organisasi dapat berjalan dengan lancar, tetapi jika kurang atau tidak adanya komunikasi maka organisasi dapat berantakan (Ruliana, 2014a)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa kurangnya komunikasi antar ketua pemuda dengan anggota Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM) mengakibatkan organisasi tidak berjalan dengan baik dan pemuda sibuk dengan urusannya masing-masing. Hal tersebut yang membuat program-program dan aturan tidak berjalan dengan semestinya, sehingga organisasi Pemuda Pemudi Gang Merapi (PPGM) kurang dalam memberikan kenyamanan dilingkungan. Muasal konflik yang muncul di antara ketua dan anggota yang majemuk merupakan konflik yang bermuasal dari perbedaan penerimaan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan (Sari, 2021).

Pesan merupakan hal yang dijadikan isyarat dalam berkomunikasi. Pesan dapat diartikan sebagai pernyataan yang dihadirkan dalam bentuk lambang-lambang atau simbol-simbol yang mempunyai arti (Effendi, 2003)

Pesan diartikan sebagai tanda (signal) atau kombinasi yang berfungsi sebagai stimulus (pemicu) bagi penerima tanda Pesan dapat berupa tanda atau symbol. Sebagian dari tanda tersebut dapat bersifat universal, yaitu dapat

dipahami oleh sebagian besar manusia diseluruh dunia (Muhamad Mufid, 2005)

Selain itu, pesan adalah bagian dari proses komunikasi yang berupa perpaduan antara pikiran dan emosi, dengan menggunakan bahasa, lambang, lambang, atau petunjuk lain yang dikomunikasikan kepada orang lain (Effendi, 2003)

Pada suatu organisasi terdapat klarifikasi pesan berdasarkan tujuan di antaranya pesan tugas, pesan pemeliharaan, dan pesan kemanusiaan. Pesan misi adalah pesan yang berkaitan dengan pelaksanaan tugas organisasi oleh para anggotanya. Pesan ini termasuk memberikan informasi kepada anggota organisasi untuk melakukan tugas secara efisien dan efektif.

Pesan pemeliharaan adalah pesan yang berkaitan dengan kebijakan dan pengaturan organisasi. Pesan tugas berkaitan dengan isi keluaran sistem, sedangkan pesan pemeliharaan berkaitan dengan penyelesaian keluaran sistem (Nurvadhilla, S & Destiwati, 2017)

Pesan manusia adalah yang berhubungan dengan hubungan interpersonal, konsep diri, emosi, dan moralitas. Penyelesaian konflik antar individu atau kelompok, kegiatan informasi dan bimbingan juga termasuk dalam jenis pesan ini.

Dengan adanya pesan yang baik dan mudah dipahami hubungan komunikasi seseorang dengan lainnya akan berjalan dengan baik untuk mencapai tujuan yang diinginkan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif berjenis deskriptif. Definisi Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang dilaksanakan di lingkungan alam, di lapangan, di masyarakat bukan di laboratorium. Penggunaan metode alami ini contohnya seperti, observasi, wawancara, pemikiran spontan, membaca dan menulis dan tujuan penelitian kualitatif dianggap

sebagai objek yang diidentifikasi sebagai sumber informasi (Sugiyono, 2014)

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan fenomenologi. Metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan fenomenologi dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memaparkan secara terperinci mengenai peran, keamanan dan kenyamanan. Adapun yang penulis maksud dalam penelitian ini adalah wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami Komunikasi Organisasi IPPGM Dalam Meningkatkan Keamanan Dan Kenyamanan Warga Di Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara. Anggota Yang menjadi target wawancara dalam penelitian ini adalah anggota di Organisasi IPPGM RW 008 RT 002/003 Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara.

Pendekatan fenomena adalah pendekatan yang memandang bahwa pemahaman atas tindakan, ucapan, interaksi merupakan prasyarat bagi eksistensi social apapun. Bertujuan untuk memaparkan secara terperinci mengenai peran, keamanan, dan kenyamanan (Ahmad, 2018).

Penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data seperti observasi, wawancara dan studi dokumentasi. Teknik analisis data ini ada tiga tahap yakni reduksi data, penyajian data dan kesimpulan. Penelitian ini berlokasi di RW 008 RT 002/003 Kelurahan Gunung Pangilun Kecamatan Padang Utara. Yang menjadi data primer pada penelitian ini yaitu lima orang anggota organisasi Ikatan Pemuda Pemudi Gang Marapi (IPPGM). Sedangkan data skunder dari penelitian ini berupa dokumentasi program kegiatan Ikatan Pemuda Pemudi Gang Merapi (IPPGM).

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Komunikasi merupakan sumber pemahaman tentang organisasi dalam artian baik atau tidaknya organisasi tergantung dalam komunikasi yg terjalin

dalam organisasi tersebut (Muhammad., 2014) Selanjutnya, Komunikasi organisasi adalah proses menciptakan dan bertukar pesan dalam satu jaringan yang saling bergantung dalam menghadapi lingkungan yang tidak pasti atau berubah. Artinya, ada tujuh kata kunci, yaitu proses, pesan, jaringan, saling ketergantungan, hubungan, lingkungan, dan ketidakpastian (Goldhaber, 1993)

Komunikasi organisasi juga dapat diartikan sebagai pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi dari suatu kelompok formal maupun informal suatu organisasi (Wiryanto, 2004). Senada dengan itu, komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan dalam suatu organisasi seperti kelompok formal dan informal. Komunikasi formal berarti komunikasi menurut struktur organisasi, dan merupakan komunikasi berorientasi organisasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri. Komunikasi informal merupakan komunikasi konsensus sosial dalam arti tidak tergantung pada struktur organisasi (Simamora, 2021)

Komunikasi organisasi memiliki lima unsur. Unsur pertama adalah kesengajaan, karena pertukaran pesan dalam komunikasi organisasi berlangsung melalui hubungan formal dan informal, bukan hubungan sosial yang disengaja. Kedua, komunikasi yang melibatkan setidaknya dua orang, yaitu pengirim pesan (komunikator) dan penerima pesan (komunikand). Ketiga ide, opini, informasi, instruksi, isi pesan mengandung pemikiran atau harapan yang disampaikan tergantung pada kondisi individu dan lingkungannya. Keempat, personal dan personal, berkomunikasi menggunakan saluran langsung seperti langsung atau melalui saluran tidak langsung menggunakan media. Lima simbol atau tanda, simbol bisa positif dan abstrak, tanda bisa ditransformasikan atau tidak, keduanya bisa digunakan sebagai kata sandi untuk bertukar, kuncinya adalah melakukan

Bagaimana menafsirkan pesan tersebut. Enam tujuan organisasi, Pencapaian tujuan organisasi merupakan salah satu ciri, tujuan atau harapan suatu organisasi yang ditetapkan secara formal dan tegas oleh para pemimpin organisasi. Faktor-faktor ini menunjukkan bahwa aktivitas komunikasi organisasi terjadi dalam batas-batas yang jelas dan konsisten dengan pencapaian tujuan organisasi (Simamora, 2021). Kegiatan komunikasi dalam suatu organisasi bertujuan untuk menyatukan pikiran, pandangan dan pendapat, membagikan informasi, menyatakan persatuan emosi, serta melakukan kooedinasi. (Liliweri, 2014)

Dalam arti luas, tujuan komunikasi yaitu membawa perubahan dan mempengaruhi tindakan menuju kesejahteraan organisasi (Ruliana, 2014b)

Komunikasi memiliki beberapa komponen, yaitu orang yang menyampaikan pesan (komunikator), orang yang menerima pesan (komunikand), pesan (ide atau gagasan), media, dan *feed back* atau umpan balik (Silalahi, 1994)

Pesan merupakan salah satu komponen terpenting dalam komunikasi organisasi. Pesan dapat diartikan juga sebagai suatu komponen dalam proses komunikasi seperti paduan dari pikiran dan perasaan seseorang dengan menggunakan lambang, bahasa, simbol, dan lain-lain yang akan disampaikan kepada orang lain (Effendi, 2003)

Pesan terbagi atas dua, yang pertama Pesan verbal merupakan bentuk komunikasi yang disalurkan oleh komunikator kepada komunikand dengan menggunakan cara tertulis atau lisan. (Putri, 2018)

Komunikasi verbal penting dalam komunikasi interpersonal karena beberapa alasan, salah satunya yaitu bahwa kata-kata dapat menyatukan orang dalam hubungan interpersonal yang dibangun dalam percakapan cerita sehari-hari (West, R & Turner, 2011)

Komunikasi verbal menempati porsi besar, karena pada kenyataannya ide-ide, pemikiran, atau keputusan lebih mudah dipahami dan disampaikan secara verbal (Kusumawati, 2016)

sedangkan pesan non verbal merupakan komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan cara menggambarkan peristiwa komunikasi selain bentuk kata-kata yang terucap maupun tertulis (Putri, 2018)

Defenisi Komunikasi non verbal juga dapat diartikan sebagai setiap bentuk perilaku manusia yang dapat diamati oleh orang lain dan yang mengandung informasi tertentu tentang pengirim atau pelakunya (Gea, 2003)

Salah satu bentuk pesan non verbal adalah gestural. Gestural merupakan gerakan bagian tubuh seperti mata dan tangan untuk menyampaikan makna yang berbeda. Meskipun gerakan tangan yang digunakan sama, arti yang dikandung berbeda (Putri, 2018)

Selain itu gestur juga merupakan berkomunikasi dalam bentuk gerak tubuh, sikap, ekspresi wajah, simbol pakaian, suara, dan simbol atau simbol lain yang menyampaikan makna.

Tanda digunakan untuk menyatakan, mendorong atau membatasi, mengoreksi atau menentang, menanggapi atau tidak menyetujui, perhatian atau ketidakpedulian, fasilitasi atau ketidaksetujuan, dan persetujuan atau ketidaksetujuan (Putri, 2018)

Komunikasi non verbal memiliki kriteria yang bersifat universal diantaranya komunikatif, kesamaan perilaku, artifaktual, konstektual, dapat dipercaya, dikendalikan oleh aturan (Kurniati, 2016)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa Cara penyampaian pesan yang dilakukan oleh pemuda pemudi IPPGM belum sepenuhnya menggunakan gerak tubuh (gestur), sehingga penyampaian pesan akan sulit untuk dipahami oleh

anggota. Ketika seseorang menyampaikan pesan hendaknya menggunakan gerak tubuh. Dengan menggunakan gerak tubuh sudah mengartikan banyak makna sehingga orang yang mendengarkan lebih mudah memahami makna pesan (Sari, 2021).

Menurut teori komunikasi verbal dan non verbal dapat dipisahkan. Namun nyatanya, kedua jenis komunikasi ini sangat erat hubungannya dan saling melengkapi dalam komunikasi sehari-hari. Pesan komunikasi nonverbal adalah penegasan, pelengkap atau pengganti pesan komunikasi verbal yang dapat berupa gerak tubuh atau gestur yang telah disepakati oleh komunikator dan komunikan (Putri, 2018)

Selain menggunakan gestur, pesan juga dapat dilihat dari segi bentuk, diantaranya pesan yang berbentuk persuasif dan koersif. Pesan dalam bentuk persuasif adalah pesan yang mengandung persuasi, yaitu meningkatkan pemahaman dan kesadaran masyarakat bahwa apa yang dikomunikasikan akan mengubah sikap, tetapi perubahan terserah mereka. Dengan komunikasi persuasif, orang akan melakukan apa yang diinginkan komunikator dan membiarkan komunikator melaksanakan pesan komunikasi dengan caranya sendiri. Tujuan dari pesan persuasif yaitu mengubah dan menguatkan keyakinan dan sikap orang lain dan mendorong orang lain melakukan sesuatu atau memiliki tingkah laku tertentu yang diharapkan (Febiyati A.A., 2014)

Selain itu, Komunikasi persuasif adalah proses mempengaruhi pendapat, sikap, dan tindakan orang lain dengan menggunakan manipulasi psikologis untuk membujuk orang tersebut agar bertindak sesuai dengan keinginannya sendiri (Zain, 2017)

Adapun bentuk dari komunikasi persuasif yaitu imbauan rasional, imbauan takut, dan imbauan ganjaran. Daya tarik rasional adalah upaya

membujuk penerima untuk mempertahankan keyakinannya dengan menghadirkan bukti empiris dan logis untuk mendukung penerima. Sedangkan, imbau ganjaran menggunakan janji, persyaratan, atau rekomendasi yang diperlukan (Rakhmat, 1989)

Tujuan dari komunikasi persuasif ialah untuk mempengaruhi sikap terhadap sesuatu, dalam artian sikap menjadi tujuan penting dalam komunikasi persuasif. Ada tiga Komponen sikap. Pertama, komponen afektif yang artinya perasaan terhadap objek, kedua komponen kognitif yang artinya keyakinan terhadap objek, dan yang terakhir perilaku yaitu tindakan terhadap objek. Ketiga komponen di atas menjadi rangkuman dari rasa suka maupun rasa tidak suka terhadap objek yang dimiliki oleh manusia (Severin, W. J & Tankard, 2009)

Untuk mencapai tujuan dari komunikasi persuasif terdapat lima prinsip yang mesti dimiliki. Pertama, dengan membujuk perubahan kecil, orang lain lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka jika perubahan yang diusulkan kecil, bukan besar. Kedua, membujuk untuk keuntungan, orang lain lebih mungkin untuk mengubah perilaku mereka jika pesan yang disampaikan menguntungkan. Ketiga membujuk dengan pemenuhan kebutuhan, orang lain lebih memungkinkan untuk mengubah perilaku apabila perubahan yang disarankan berhubungan dengan kebutuhan-kebutuhan. Dan yang terakhir membujuk dengan pendekatan-pendekatan gradual, menganjurkan pendekatan gradual yang lebih memungkinkan untuk bekerja dibandingkan dengan meminta orang lain untuk segera mengubah perilakunya (H.Malik Oemar, 1994)

Dalam proses komunikasi dan penyampaian pesan, tentunya sering terjadi kesalahpahaman dalam penerimaan pesan dan menjadi penyebab

terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan. Hambatan-hambatan yang terjadi di dalam komunikasi persuasif disebabkan Faktor internal berupa kognisi sosial dipengaruhi oleh hubungan langsung yang tidak optimal. Status sosial mengandung nilai-nilai tertentu. Dan proses pembelajaran sosial yang berkaitan dengan pengalaman dan keterampilan mata pelajaran (Saputra, 2017)

Selain itu, juga terdapat empat Faktor-faktor yang dapat mengganggu komunikasi persuasif. Pertama, faktor motivasi, yaitu motivasi individu atau kelompok orang, dapat mempengaruhi opini. Dengan kata lain, minat seseorang mendorongnya untuk bertindak dan bertindak secara tepat. Faktor kedua adalah prasangka ketika seseorang ditangkap dan merasa berprasangka buruk terhadap suku atau ras dalam penilaiannya terhadap hal tersebut tidak akan objektif. Faktor sematic kata-kata yang mempunyai arti tidak sama antar komunikator dan komunikan akan Salah paham dan sangat mengganggu. Faktor suara, faktor yang disebabkan oleh suara ini terjadi dengan sengaja atau tidak sengaja (Saputra, 2017)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa organisasi IPPGM dalam menyampaikan pesan persuasif yaitu dengan cara mengajak seluruh anggota untuk berkumpul dan mengingatkan kembali tentang apa tujuan dari organisasi yang telah dibuat serta memberikan motivasi dalam meningkatkan keamanan dan kenyamanan warga dan memberikan pengaruh kepada anggota agar dapat menjalankan tujuan dari organisasi ini kembali (Sari, 2021).

Sedangkan pesan yang berbentuk koersif adalah pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sangsi-sangsi sehingga menumbuhkan tekanan batin dan ketakutan dikalangan publik (Febiyati A.A., 2014)



Selain itu komunikasi koersif juga dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan Dari satu orang ke orang lain dengan paksa mengubah sikap, pendapat, dan perilaku. Komunikasi wajib berlangsung secara interaktif, meliputi sanksi, intimidasi, kecemasan, dan ketakutan (Nasor, 1993)

Ada tiga bentuk pemaksaan: intimidasi, hukuman, dan perilaku fisik. Ancaman adalah ancaman bahwa seseorang mengikuti orang lain dan mengikuti orang yang berkuasa dalam arti ketakutan. Hukuman adalah tindakan memaksakan kehendak untuk menyakiti orang lain, dan tindakan fisik adalah tindakan memaksa kontak fisik seperti pemukulan, penyiksaan, atau bahkan pembunuhan untuk memastikan perilaku orang lain. (Liliweri, 2014)

Salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi paksa adalah interpretasi bahwa perilaku agresif dan perilaku adalah perilaku instrumental. Memang, situasi dan kondisi interpersonal dapat menyebabkan perilaku agresif. Agresi adalah serangkaian konflik yang biasa terjadi dalam hubungan. (Liliweri, 2014)

Komunikasi koersif bertujuan untuk mengubah sikap, pendapat dan perilaku dalam bentuk perintah, instruksi, suap maupun pemerasan. Hasil dari komunikasi koersif adalah perubahan sikap, pendapat, atau perilaku dengan perasaan dipaksa oleh ancaman, yang menyebabkan ketidaknyamanan yang mengarah pada kebencian dan balas dendam (Rosiana, 2017)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa organisasi IPPGM sudah melakukan bentuk penyampaian koersif dalam meningkatkan kemandirian dan kenyamanan warga. Hal tersebut dilakukan agar anggota IPPGM lebih bertanggung jawab atas amanah yang diemban (Sari, 2021).

Untuk menjalin komunikasi yang baik dan benar antara komunikator dan

komunikand, pesan harus dikomunikasikan sebanyak mungkin, dan penyampaian pesan tidak boleh dipahaminya dan rumit. (Effendi, 2003)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa anggota IPPGM dalam menyampaikan pesan tentang kenyamanan dan keamanan, dengan cara menyampaikan pesan langsung kepada intinya, dengan menggunakan bahasa yang jelas, mudah dipahami, menyampaikan pesan dalam keadaan tenang dan tidak terburu-buru (Sari, 2021).

Selanjutnya dalam penyampaian pesan harus mengandung kebenaran yang sudah diuji dalam artian pesan tersebut haruslah berdasarkan fakta, tidak mengada-ngada dan isi pesan tidak meragukan (Effendi, 2003)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa anggota organisasi IPPGM dalam menerima pesan yang terkait dengan meningkatkan keamanan dan kenyamanan warga sesuai fakta dan mengandung kebenaran (Sari, 2021).

Selanjutnya pesan yang disampaikan harus lengkap dan disusun secara sistematis (Effendi, 2003)

Survei yang dilakukan oleh Gusti Indah Sari pada tahun 2021 menyatakan bahwa anggota organisasi IPPGM dalam menyampaikan pesan untuk meningkatkan keamanan dan kenyamanan warga dilakukan secara benar, sistematis dan terperinci (Sari, 2021).

## KESIMPULAN

Pesan sebagai jembatan antara komunikator dengan komunikand haruslah disampaikan dengan menggunakan bahasa yang jelas dan mudah dipahami, bukan hanya itu saja tetapi dalam menyampaikan pesan yang berupa ajakan dan perintah haruslah disertai dengan gerak gerik tubuh, Ekspresi wajah, pakaian simbolik, suara

dan simbol, atau simbol lain yang memiliki makna agar pesan yang dimaksud lebih mudah dipahami.

#### DAFTAR KEPUSTAKAAN

- Arni Muhammad. (1989). *Komunikasi Organisasi*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- Arni Muhammad. (2009). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara.
- Budyatna, Muhammad., dan L. M. G. (2014). *Teori Komunikasi Antarpribadi*.
- Dedi Mulyadi. (2011). *Komunikasi Organisasi*. PT Remaja Rosdakarya.
- Effendi, O. (2003a). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditiya Bakti.
- Effendi, O. (2003b). *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Citra Aditiya Bakti.
- Efrita, N. (2013). Proses Dan Iklim Komunikasi Antarbudaya. *Jurnal Al-Munir*.  
<https://doi.org/10.15548/Amj-%0AKpi.V0i0.744>
- Febiyati A.A. (2014). Efektifitas Komunikasi antar pribadi guru dan siswa dalam mencegah kenakalan siswa di SMA Negeri 1 Kota Bontang. *Jurnal Ilmu Komunika. Vol 2. No 4*.
- Gea, A. . (2003). *Carakter Building II Relasi dengan sesama*. Gramedia.
- Goldhaber. (1993). *Organizational Communication*.
- H.Malik Oemar. (1994). *Media Pendidikan*. Citra Aditya.
- Jalaluddin Rakhmat. (2000). *Psikologi Komunikasi*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Jenifer M. George dan Jones, G. R. (2006). *Contemporary Management Creating Value in Organization*. McGraw Hill.
- Jumrad, O. T., & Sari, I. D. M. (2019). Fungsi Komunikasi dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsup Oriflame *Jurnal Common, 3(1), 104–114*.
- Kohar, W., & Hasan, Y. (2018). Islam Transmigrasi: Studi Integrasi Budaya Masyarakat Transmigrasi Di Sumatera Barat. *Jurnal Al-Munir, Vol.9 No.1*.  
<https://doi.org/10.15548/Amj-%0AKpi.V0i1.8>
- Kurniati, E. (2016). *Permainan Tradisional: Dan Perannya Dalam Mengembangkan Ketrampilan Sosial Anak*. Kencana Prenadamedia Group.
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal Dan Non Verbal. *Jurnal Pendidikan Dan Konseling, Vol. 6. No. 2*.
- Liliweri. (2014). *Manusia dan Kebudayaan di Indonesia*. Penerbit Djambatan.
- Masmuh, A. (2008). *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. UMM press.
- Muhamad Mufid. (2005). *Komunikasi & Regulasi Penyiaran*. Prenada Media.
- Nasor, M. (1993). *Public Realitions*. Gunung Pesegi.
- Nelson, D.L & Quick, J. C. (2006). *Organizational Behavior Foundations Realities and Challenges*. Thompson South Western.
- Nurvadhillah, S & Destiwati, R. (2017). Komunikasi Organisasi pada Badan Eksekutif Siswa Teladan. *Jurnal Manajemen Komunikasi. Vol 1 No.2*.
- Pace, R. W. dan D. F. F., & Mulyana, D. (2002). *Komunikasi Organisasi (Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan)*, (4th ed.). Remaja Rosdakarya.
- Putri, I. (2018). Komunikasi Non Verbal (Mkana kinesik) pesulap dalam pertunjukan sulap klasik. *Jurnal Syi'ar, Vol. 18 No.1*.
- Rakhmat, J. (1989). *Psikologi Komunikasi*. Remaja Rosdakarya.
- Rosiana, K. (2017). Teknik Komunikasi Koersif Dinas Kesehatan Sosial dalam Menanggulangi Gelandangan dan Pengemis di Kota Samarinda. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Vol. 5. No. 4*.
- Ruliana. (2014a). *Komunikasi Organisasi dan Studi kasus*. UMM press.
- Ruliana, P. (2014b). *Komunikasi*

- Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Rajawali pers.
- Saputra, A. E. (2017). Komunikasi Persuasif Kumunitas 1000 Guru Riau pada Kegiatan Traveling dan Teaching untuk Meningkatkan Sadar Pendidikan di Daerah Pedalaman Riau. *Jurnal Ilmu Komunikasi Konsentrasi Hubungan Masyarakat*, Vol. 4. No. 1.
- Severin, W. J & Tankard, J. W. (2009). *Teori Komunikasi Sejarah Metode dan Terapan di dalam Media Massa*. Kencana Prenada Media Group.
- Shimp, T. A. (1993). *Promotion Management and Marketing Communication*,. Florida: The Dryden Press,.
- Silalahi, U. (1994). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Universitas Terbuka.
- Simamora, P. R. T. (2021). *Komunikasi Organisasi*. Yayasan Kita Menulis.
- Sugiyono. (2014). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- West, R & Turner, L. H. (2011). *Understanding Interpersonal Communitation*. Salemba Humanika.
- Wiryanto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT Grasindo.
- Zain, N. L. (2017). Strategi Komunikasi Persuasif dalam Meningkatkan Motivasi Belajar Siswa. *Jurnal Namosleca*, Vol. 3. No. 2.