

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Sedari kecil seringkali manusia diingatkan untuk menuntut ilmu setinggi-tingginya. Oleh karena itu, sekolah, menjadi tempat lahirnya orang-orang pintar dan berilmu, dan sudah menjadi kesepakatan bersama bahwa mereka yang berpendidikan tinggi sudah otomatis memiliki strata atau hierarki yang lebih tinggi pula di masyarakat. Kelas intelektual, Kelas terdidik yang mengenyam bangku sekolah yang tinggi, dalam hal ini sekolah formal, adalah mereka yang diagungkan dalam lingkungan sosial masyarakat.

Pendidikan yang didapat dari sekolah formal sendiri harganya tidak murah. Sekolah formal maksudnya disini adalah sekolah yang mengeluarkan ijazah, mengikuti aturan pemerintah, dan kurikulumnya juga berdasarkan keputusan yang diterapkan pemerintah. Orang yang ingin masuk ke dalam kelas sosial yang tinggi harus mengeluarkan biaya yang besar pula untuk bisa menempuh pendidikan. Alhasil yang terjadi adalah sekolah tidak mudah diakses oleh semua kalangan, hanya kalangan atas yang memiliki biaya atau kekuasaan yang bisa mengakses pendidikan di sekolah.

Hal ini sudah dianut sejak zaman penjajahan Belanda, dimana anak pribumi yang bisa bersekolah sampai ke Belanda atau di sekolah khusus yang ada di Indonesia

adalah anak dari kaum priyayi. Sementara mereka yang tidak memiliki biaya terpaksa menggigit jari melihat indahnya dunia hidup berpendidikan. Hal yang menjadikan pendidikan sekarang mahal dan sulit diakses tidak lain dan tidak bukan adalah sarana yang dianggap dapat mendukung tercapainya pendidikan yang maksimal. Katakanlah, seragam wajib anak sekolah, perangkat kursi dan meja, perangkat komputer dan *infocus*, AC atau kipas angin untuk mendukung kenyamanan belajar siswa, buku-buku pelajaran dimana setiap orang wajib memilikinya, dan lain-lain. Entah dengan terpenuhinya kebutuhan tersebut maka pendidikan yang baik bisa dicapai atau tidak, namun jelas bahwa hal tersebut sudah dijadikan standar terahirnya anak-anak yang pintar. Semakin mahal uang sekolahnya, semakin baik kualitas anak yang dihasilkan.

Indonesia sendiri sekarang ditetapkan Peraturan Perundang-undangan Nomor 47 tahun 2008 mengenai wajib belajar 9 tahun atau sepantaran dengan lulus Sekolah Menengah Pertama. Namun di Indonesia sendiri juga sudah menjadi hal yang biasa kurikulum pendidikan berganti seiring pergantian menteri. Kurikulum pendidikan formal yang ada di Indonesia sudah berganti sebanyak sembilan kali, yaitu kurikulum 1947 atau disebut Rentjana Pelajaran 1947, kemudian kurikulum 1952 atau Rentjana Pelajaran Terurai 1952, selanjutnya ada Kurikulum 1964 yang disebut dengan Rentjana Pendidikan 1964, Lalu ada Kurikulum 1968 yang lahir pada masa orde baru sehingga bersifat politis, dan merupakan perwujudan dari perubahan orientasi pada pelaksanaan UUD 1945 secara murni. Selanjutnya ada lagi Kurikulum 1975, Kurikulum 1984, Kurikulum 1994 dan Suplemen 1999, Kurikulum Berbasis Kompetensi (KBK) tahun 2004, dan Kurikulum Tingkat Satuan Pendidikan (KTSP)

pada tahun 2006. Menurut Kementerian Pendidikan, seperti yang dilansir Majalah Viva online (Minggu, 9 Desember 2012) bahwa kurikulum pendidikan harus disesuaikan dengan tuntutan zaman. Karena zaman berubah, maka kurikulum harus lebih berbasis pada penguatan penalaran, bukan lagi hafalan semata. (Mahaputra & Maris, 2013).

Terlepas dari perubahan kurikulum pendidikan yang kerap terjadi di Indonesia ini, jika kita ingin melihat lebih dalam lagi, ada banyak faktor-faktor yang mendukung terlaksananya pendidikan yang baik. Misalnya kurikulum, cara belajar, fasilitator (guru), suasana belajar, dan pemanfaatan fasilitas yang tersedia. Kurikulum yang baik saja tidak cukup untuk menjadi penopang berdirinya pendidikan yang baik. Faktor pendukung lain yang sangat krusial adalah tenaga pendidiknya. Dari segi kuantitas, Indonesia tidak kekurangan jumlah guru untuk mengajar. Tenaga guru yang tersedia sekarang pun pendidikannya dapat dikatakan lebih tinggi daripada guru-guru di masa lampau. Sekarang, pemerintah pun telah menerapkan peraturan guru SD – SMA sederajat agar memiliki pendidikan minimal S1. Sehingga sebenarnya dari segi pengetahuan serta disiplin ilmu keguruan pun saat ini guru-guru yang dimiliki Indonesia sudah memadai. Namun, tuntutan guru di sekolah tidak hanya untuk meningkatkan nilai *Intelligence Quotient (IQ)* dengan mengajar atau mendikte siswa agar menjadi pintar seperti dirinya, tuntutan lain menjadi seorang guru adalah juga meningkatkan nilai *Emotional Quotient (EQ)* yaitu apakah dia dapat mendidik muridnya menjadi orang-orang yang berakhlak baik, berani terus belajar,

dan menjadi diri mereka sendiri, atau biasa kita dengar dengan istilah *memanusiakan manusia*.

Sulitnya adalah guru-guru di sekolah formal kebanyakan terpaku dengan kurikulum yang diberikan pemerintah, sehingga lupa menantang dirinya untuk mengeksplorasi metode pembelajaran. Tuntutan zaman yang membuat orang semakin individualis pun mengakibatkan guru-guru hanya mengajar muridnya menjadi pintar dan dapat memenuhi kebutuhan pasar nantinya agar dapat bersaing di dunia kerja namun tidak untuk meningkatkan kualitas hidupnya. Baik guru, siswa, orangtua siswa, serta masyarakat terjebak pada nilai-nilai pengukur kecerdasan dan potensi yang dimiliki oleh anak hanya berdasarkan capaian dan nilai akademiknya. Sistem dan pola pendidikan demikian membuat anak tidak lagi kreatif dan mandiri karena seringkali dipaksa mempelajari hal-hal yang tidak relevan dengan persoalan yang dia hadapi sehari-hari di lingkungannya dan tidak sesuai pula dengan minatnya. Keingintahuan anak dibunuh pelan-pelan dengan sistem pendidikan yang mengharuskan anak mengikuti ini-itu tanpa melihat potensi apa yang sebenarnya dimilikinya.

Sulitnya akses ke pendidikan (biaya, lokasi, fasilitas, dan lain-lain), serta metode belajar sekolah formal yang menekan siswa hanya untuk menjadi pesaing yang kuat di dunia kerja inilah yang menjadi cikal bakal munculnya sekolah alternatif yang sekarang semakin marak di Indonesia. Sekolah alternatif adalah sekolah yang menawarkan metode pembelajaran lain ketimbang yang diberikan oleh pemerintah. Sebagian dari sekolah alternatif itu mempromosikan mengikuti kecenderungan minat

anak, juga termasuk dengan pola-pola atau sistem belajar yang baru dimana guru posisinya adalah sebagai teman belajar siswa, dan siswa juga tidak dituntut bersaing dengan nilai-nilai akademik. Sekolah alternatif memiliki konsep untuk mewujudkan pendidikan sesuai tujuannya semula dengan memfasilitasi manusia-manusia yang ada di dalamnya untuk mengembangkan diri mereka sesuai dengan potensi dan minat mereka. Sekolah Alternatif mencoba menjawab tantangan akan sulitnya akses masuk ke pendidikan yang tidak sepadan dengan hasil yang didapatkan tersebut. Pertumbuhan sekolah alternatif di Indonesia pun sejalan dengan semakin meningkatnya jumlah masyarakat yang menyadari hakikat pendidikan sebenarnya dan bahwa pendidikan seharusnya tidaklah mahal sehingga dapat diakses oleh semua kalangan. Pendidikan juga tidak harus dilaksanakan di dalam gedung yang mewah dengan segala fasilitas yang mumpuni, namun tergantung kreatifitas fasilitatornya dalam memanfaatkan potensi yang ada.

Perangkat pendidik yang ada di sekolah alternatif juga sama dengan yang ada di sekolah formal. Tenaga pendidik di sekolah alternatif tentu juga harus paham perbedaan antara menjadi pendidik di sekolah formal dengan sekolah alternatif. Perbedaan yang paling mendasar tentu ada di budaya organisasinya. Nilai-nilai dalam budaya organisasi ini yang perlu dipahami oleh tenaga pendidik agar dapat menerapkannya dalam menjalankan roda organisasi. Nilai-nilai dalam budaya organisasi ini pula yang kemudian akan ditunjukkan kepada masyarakat melalui tenaga pendidiknya.

Praktek proses sosialisasi ini ingin dilihat peneliti di salah satu sekolah alternatif yang berada di Yogyakarta, bernama Sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM). Sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) sama halnya dengan sekolah lainnya, yaitu sama-sama memiliki budaya organisasi yang di dalamnya terdapat nilai-nilai yang dianut, yang juga menjadi pembeda antara organisasi, serta dijalankan dalam roda kehidupan organisasinya. Peneliti tertarik untuk melakukan penelitian di lokasi ini karena Sekolah alternatif Sanggar Anak Alam merupakan salah satu sekolah alternatif yang berkembang cukup pesat sejak berdiri pertama kali hingga saat ini. Kelas yang dibuka tidak lagi hanya kelas gabungan, namun sudah dikelompokkan ke dalam kelas-kelasnya. Kelas yang dibuka juga sudah beragam, mulai dari *play group*, hingga kelas usia Sekolah Menengah Pertama (SMP). Selain itu, Sanggar Anak Alam juga membuka tempat penitipan untuk anak. Di Sanggar Anak Alam, kerjasama orangtua dan pihak sekolah sangat ditekankan. Selain turut mengawasi berlangsungnya proses belajar baik terkait metode ataupun hal lain yang berkaitan dengan proses belajar, orangtua juga aktif memberikan kritik dan saran kepada pihak sekolah dengan membentuk forum orangtua yang dikoordinatori oleh perwakilan orangtua murid sendiri. Sekolah alternatif Sanggar Anak Alam membentuk kealternatifan sekolahnya dengan tujuan mengembalikan pendidikan dasar pada esensinya. Hal tersebut dilakukan dengan cara mencari metode pembelajaran dan materi belajar yang dekat dengan kehidupan sehari-hari anak-anak di lingkungan mereka. Anak-anak diajarkan untuk belajar berkomunitas, dekat dengan masyarakat yang ada di sekitarnya dan belajar sesuai kebutuhan dasar hidup

oal sehari-hari, antara lain pangan dan kesehatan sehingga kaitannya nanti ke lingkungan hidup dan sosial budaya. Ini pula yang membedakan Sekolah Alternatif SALAM dengan sekolah alternatif lainnya, dimana rata-rata berkiblat pada metode alternatif yang diadopsi dari negara lain, namun mereka berkiblat pada lingkungan nyata di sekitar lingkungan anak-anak. Hal tersebutlah yang menjadi fokus di proses belajar yang dibentuk Sekolah alternatif SALAM. Anak-anak diajarkan untuk belajar sendiri sehingga menjadi mahaguru bagi dirinya sendiri, sesuai dengan tema yang diusung Sekolah Alternatif SALAM, *“Mendengar saya lupa, melihat saya ingat, melakukan saya paham, menemukan sendiri saya kuasai.”*

Sekolah alternatif jelas berbeda dengan sekolah formal. Hal tersebut bisa dilihat dari banyak hal, mulai dari kurikulum belajarnya, seragam sekolah di sekolah alternatif yang biasanya bebas, dan yang paling jelas perbedaannya adalah metode belajarnya. Peneliti berasumsi bahwa dengan penggunaan metode alternatif sebagai metode belajar di Sanggar Anak Alam, maka proses sosialisasi nilai budaya organisasi di dalam sekolah alternatif cenderung dilakukan secara non-formal.

Komunikasi merupakan cara yang digunakan untuk bersosialisasi. Di dalam organisasi, komunikasi menjadi hal yang sangat krusial. Adanya komunikasi menandakan bahwa roda organisasi tersebut masih berputar. Tanpa adanya komunikasi, koordinasi di dalam organisasi tidak mungkin dilakukan. Koordinasi ini meliputi aliran komunikasi dari segala arah di dalam organisasi, baik dari bawah ke atas, atas ke bawah, maupun antar anggota. Pertukaran informasi melalui komunikasi terkait organisasi tersebut, baik secara verbal maupun nonverbal, sangat diperlukan

agar anggota organisasi memahami apa yang sedang terjadi di dalam organisasi tempat mereka bergabung. Informasi yang relevan melalui komunikasi yang baik apabila dapat tersampaikan kepada setiap anggota organisasi maka akan sangat berpengaruh kepada perkembangan organisasi. Hal tersebut terjadi karena di dalam persebaran informasi, yang juga disampaikan adalah budaya yang dimiliki oleh organisasi tersebut yang mana menjadi dasar berperilaku para anggota organisasi. Persebaran informasi mengenai budaya yang dimiliki oleh organisasi ini membantu anggota organisasi untuk memahami keadaan yang berkembang di dalam organisasi tempat ia bergabung. Pemahaman ini juga membantu para anggota organisasi untuk mengetahui kemana arah organisasi ini bergerak serta capaian apa yang ingin diraih melalui penerapan budaya organisasi tersebut.

Dari paparan di atas, peneliti menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan hal yang penting di dalam suatu organisasi. Komunikasi digunakan dalam tiap lini di organisasi untuk menyebarkan informasi, termasuk ketika melakukan sosialisasi nilai organisasi. Nilai organisasi adalah pemahaman bersama mengenai apa yang diperjuangkan, diamini dan dianut bersama oleh anggota organisasi untuk menjalankan roda organisasi. Nilai organisasi harus tersampaikan dengan baik agar anggota organisasi benar paham mengenai organisasi tersebut dan dapat menyesuaikan diri dengan lingkungan organisasi tersebut. Hal ini lah yang mendorong peneliti untuk melihat bagaimana proses mensosialisasikan nilai-nilai budaya ini kepada para tenaga pendidik dalam sekolah alternatif. Peneliti tertarik untuk melihat bagaimana proses sosialisasi nilai organisasi ini disampaikan agar

karyawan yang menjadi tenaga pendidik yang sering disebut fasilitator dalam sekolah alternatif tidak sekedar menjalankan visi dan misi yang dianut oleh organisasi mengenai “kealternatifan” sekolah tersebut, namun memang memahami nilai-nilai budaya dalam organisasi tersebut sehingga dapat menjalankannya dengan maksimal.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka dapat dibuat suatu rumusan masalah yang ingin diteliti lebih lanjut, yaitu “Bagaimanakah proses sosialisasi nilai-nilai organisasi kepada karyawan di Sekolah Alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) Yogyakarta?”

C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan mengetahui bagaimana proses sosialisasi nilai-nilai organisasi kepada karyawan di Sekolah Alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) Yogyakarta. Proses sosialisasi yang ingin dilihat oleh Peneliti adalah proses yang dibuat pihak manajemen bagi calon fasilitator dan suasana yang dibangun sekolah untuk fasilitator dalam rangka mensosialisasikan nilai organisasinya.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi dunia ilmu pengetahuan mengenai proses sosialisasi nilai-nilai budaya dalam organisasi khususnya di sekolah alternatif, serta dapat memberikan sumbangan kepada ilmu pengetahuan khususnya di bidang komunikasi organisasi untuk organisasi yang sifatnya non-formal.

2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan untuk menjadi dasar pengetahuan kepada orang-orang yang hendak membentuk sekolah alternatif dalam menyatukan visi dan misi orang yang mengabdikan di dalamnya.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi Organisasi

Dalam kehidupan sehari-hari manusia tidak bisa lepas dengan kegiatan komunikasi, baik itu secara verbal maupun *non-verbal* dengan manusia lainnya, baik antar individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok. Di dalam organisasi, komunikasi adalah suatu bentuk pertukaran pesan yang fungsinya adalah berbagi informasi terkait organisasi tersebut, seperti nilai-nilai, aturan-aturan, atau budaya yang melekat dalam organisasi tersebut. “Menurut Teori Karl Weick, organisasi bukanlah sesuatu yang memiliki struktur hierarki yang menuntut kewajiban tertentu kepada masing-masing pihak, namun dengan adanya aktivitas komunikasi yang dilakukan oleh

masing-masing pihak satu sama lain.” (Littlejohn, 2008:359). Wexley dan Yuki (1988:13) menyebutkan bahwa organisasi adalah bentuk hubungan yang berpola antara orang-orang yang aktivitasnya saling berkaitan dan mengarah pada tujuan yang sama. Sutarto (2002:40) juga menyebutkan organisasi adalah sebuah sistem dimana orang-orang di dalamnya merupakan suatu kelompok yang saling mempengaruhi satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama.

Komunikasi disebut efektif apabila menghasilkan 5 hal, yaitu kesenangan, pengaruh pada sikap, hubungan yang makin baik dan tindakan. Di dalam buku *Understanding Human Communication* oleh Steward L. Tubbs & Sylvia Moss (1994:16) disebutkan bahwa komunikasi disebut efektif jika pesan yang diterima sesuai dengan apa yang ingin disampaikan oleh pengirim pesan, tidak ada misinterpretasi di dalamnya. Sebuah kegagalan yang paling sering ditemukan dalam komunikasi adalah ketika sebuah pesan tidak disampaikan dengan tepat oleh pengirim pesan sehingga memberikan pengertian yang berbeda kepada penerima pesan dan menimbulkan kesalahpahaman.

Sebuah organisasi tidak mungkin berjalan tanpa adanya komunikasi. Tanpa komunikasi, orang-orang yang ada di dalam organisasi tersebut tidak akan saling mengetahui apa yang dikerjakan oleh siapa di dalam organisasi itu, begitu juga pemimpin tidak dapat menerima masukan informasi, dan para pelaksana tidak dapat memberi perintah, tidak ada koordinasi kerja, dan organisasi tersebut

akan mati. Hal tersebut menunjukkan betapa pentingnya ada komunikasi di dalam sebuah organisasi agar terwujud visi dan misi dari organisasi tersebut.

Goldhaber (1986:67) menyebutkan bahwa komunikasi organisasi adalah bentuk komunikasi yang mana sebuah pesan dibuat dan kemudian sama-sama di proses di dalam satu bentuk jaringan yang memiliki ikatan ketergantungan untuk meghadapi lingkungan mereka. Organisasi berisi unit-unit kerja yang masing-masing memegang peran berbeda dalam hubungan hierarkinya, sehingga menjadi penting untuk diperhatikan bagaimana aliran komunikasi yang dibentuk agar informasi yang disebar dapat sampai ke masing-masing individu dalam unit dengan baik. Hal tersebut merupakan tantangan yang ada di dalam komunikasi organisasi. Perlu diperhatikan bagaimana agar informasi yang berkaitan dapat sampai tetap sasaran ke berbagai lini di dalam organisasi. Agar hal tersebut terwujud, maka di dalam komunikasi organisasi terdapat empat jenis aliran informasi formal (Goldhaber, 1986:14), yaitu:

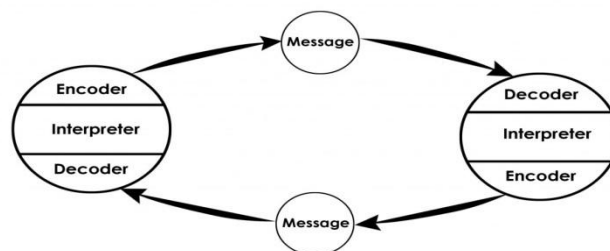
- a. Komunikasi ke bawah, yakni dari pihak yang memiliki jabatan berwenang lebih tinggi kepada mereka yang wewenangnya lebih rendah. Misalnya berupa perintah pimpinan, instruksi, dan informasi mengenai pekerjaan yang akan diberikan kepada karyawan. Media yang digunakan dalam bentuk lisan atau tertulis.
- b. Komunikasi ke atas, yaitu informasi yang arahnya dari pihak yang lebih rendah ke arah yang lebih tinggi. Esensi dari komunikasi jenis ini

biasanya berupa komentar atau permohonan yang berasal dari individu kepada mereka yang memiliki jabatan berotoritas lebih tinggi.

- c. Komunikasi horisontal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara sesama jabatan satu lini dalam struktur organisasi. Satu lini ini maksudnya mereka yang ada pada tingkat wewenang yang sama dalam organisasi dan berada dalam satu payung divisi.
- d. Komunikasi lintas saluran (diagonal), yaitu komunikasi yang timbul akibat adanya keinginan untuk saling berbagi informasi melewati garis strukturalnya dengan individu lain yang setaraf namun berbeda atasan.

Selanjutnya, empat aliran informasi yang telah disebutkan di atas adalah bentuk komunikasi yang terdapat di dalam organisasi. Sementara itu, Civikly dalam bukunya *“Messages: A Reader in Human Communication”* (1974) mengutip model komunikasi Willbur Schramm, yaitu bahwa komunikasi sifatnya timbal balik, dan tidaklah bersifat linear, melainkan sirkuler, seperti yang dijelaskan di gambar di bawah ini :

Gambar 1. Skema Komunikasi menurut Schramm



Sumber: Civikly (1974:7-8)

Dalam suatu organisasi, yang orientasinya komersial ataupun sosial, komunikasi di dalamnya akan melibatkan empat fungsi (Sendjaja, 1994:138), yaitu :

1. Fungsi Informatif

Pada bagian ini, organisasi dilihat sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Artinya, setiap orang yang tergabung dalam organisasi ini memiliki harapan dapat mendapatkan informasi yang terbaru, baik, dan lengkap. Informasi yang tersebar melalui proses komunikasi ini fungsinya membantu anggota organisasi untuk menjalankan pekerjaannya dengan lebih baik. Di dalam organisasi, informasi dibutuhkan oleh setiap orang walaupun berada pada kedudukan yang berbeda.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan aturan-aturan yang diterapkan dalam suatu organisasi. Di dalam lembaga atau organisasi, terdapat dua hal yang memberikan pengaruh terhadap fungsi regulatif, yaitu:

- a. Para petinggi organisasi, atau mereka yang berada di tingkatan manajemen, yang memiliki wewenang untuk mengendalikan semua informasi yang disampaikan. Mereka juga memiliki wewenang untuk memberi perintah. Oleh sebab itu, dalam struktur organisasi mereka

berada pada lapis atas (*position of authority*) agar instruksi yang diberikan dilaksanakan sesuai keinginan.

- b. Berhubungan dengan pesan atau *message*. Pesan-pesan regulatif biasanya orientasinya pada pekerjaan. Maksudnya adalah, anggota organisasi yang berada di bawah membutuhkan kepastian peraturan mengenai apa yang diizinkan dan tidak diizinkan dalam pekerjaan.

3. Fungsi Persuasif

Dalam sebuah organisasi, tidak selamanya kekuasaan dan wewenang yang dimiliki akan berujung pada hasil yang sesuai dengan harapan. Kenyataan ini membuat pimpinan pada organisasi atau lembaga berusaha mempersuasi bawahannya agar melaksanakan perintah yang diberikan. Pimpinan menyadari bahwa pekerjaan yang dilakukan tanpa unsur paksaan dan dengan senang hati akan menghasilkan kinerja yang lebih baik ketimbang bawahan yang mengerjakan pekerjaan di bawah tekanan kuasa dan wewenang atasannya.

4. Fungsi Integratif

Organisasi pada umumnya memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk melakukan hal yang dapat meningkatkan kinerjanya dalam organisasi tersebut, Salah satunya adalah dengan memberikan saluran komunikasi. Ada dua saluran komunikasi yang biasanya terdapat di dalam organisasi, yaitu formal dan informal. Untuk komunikasi formal biasanya terlihat dari adanya penerbitan seperti buletin, *newsletter*, atau laporan

perkembangan organisasi. Selain itu, ada pula saluran informal yang mana bentuknya bisa berupa perbincangan antar anggota baik dalam jam kerja atau di luar jam kerja, misalnya dalam kegiatan-kegiatan yang dijadwalkan oleh organisasi untuk anggotanya. Tujuan dari penyediaan kegiatan ini adalah untuk menumbuhkan semangat memiliki dan sebagai dorongan untuk anggota agar memberikan partisipasi yang lebih besar untuk organisasinya.

Dari paparan di atas, dapat dilihat bagaimana pentingnya peran komunikasi di dalam sebuah organisasi sebagai bentuk penyebaran informasi yang berkaitan dalam organisasi. Komunikasi di dalam organisasi sangat dibutuhkan untuk menyampaikan nilai-nilai utama di dalam organisasi agar diketahui oleh anggota organisasi dan dijadikan pedoman berperilaku di dalam organisasi.

2. Nilai Organisasi

Menurut Deal & Kennedy (dalam Tika, 2006:16), setiap perusahaan mempunyai nilai-nilai utama/inti sebagai pedoman dan bertindak bagi semua warga dalam mencapai tujuan misi organisasi. Di dalam organisasi terdapat budaya yang dominan (*dominant culture*), yang didefinisikan sebagai '*core values*' yang dianut dan juga merupakan kontribusi nilai-nilai dari sebagian besar anggota organisasi. *Dominant culture* ini adalah kepribadian organisasi secara menyeluruh yang membedakannya dengan organisasi lain, dan membuatnya menjadi panduan perilaku karyawan sehari-hari dalam

pekerjaannya (Susanto, 1997:32). Nilai-nilai inti (*core values*) yang dianut bersama oleh anggota organisasi antara lain dapat berupa slogan atau moto yang dapat berfungsi sebagai:

1. Jati Diri

Slogan atau moto dapat berfungsi sebagai jati diri bagi orang yang bekerja pada perusahaan, rasa istimewa yang berbeda dengan perusahaan lainnya.

2. Harapan Konsumen

Slogan atau moto dapat berbentuk ungkapan padat yang penuh makna bagi konsumen dan sekaligus merupakan harapan baginya terhadap perusahaan tersebut seperti kualitas produk, sistem pelayanan yang baik, sebagainya.

Budaya di dalam organisasi biasanya terkait siapa kita, apa yang kita lakukan, bagaimana kita melakukannya, dan apa yang kita yakini. Deal & Kennedy menyebutkan bahwa ada lima unsur pembentuk budaya organisasi. Salah satu unsur pembentuk itu adalah nilai-nilai. Deal & Kennedy menyebutkan pengertian nilai-nilai adalah keyakinan dasar yang dianut oleh organisasi, dan dijadikan sebagai pedoman berpikir dan bertindak bagi semua warga dalam mencapai tujuan atau misi organisasi (Tika, 2006:16).

. Budaya menurut Suwanto (2009:1) adalah sebagai berikut :

“Keseluruhan pengetahuan manusia sebagai makhluk sosial yang digunakan untuk memahami lingkungan serta pengalamannya dan menjadi pedoman tingkah lakunya.”

Jadi, apabila kata budaya disandingkan dengan kata organisasi maka budaya organisasi adalah suatu sistem dimana ada makna bersama yang dibentuk dan dianut oleh anggota di dalam organisasi dan menjadi pembeda antara organisasi tersebut dengan organisasi yang lain. Sistem pemaknaan bersama ini merupakan seperangkat karakter kunci dari nilai-nilai organisasi. Budaya organisasi merupakan karakteristik dari sebuah organisasi. Karakteristik yang dimaksud adalah berupa kepribadian atau sifat-sifat dasar dari organisasi tersebut. Budaya organisasi ini yang membentuk perilaku organisasi anggotanya, bahkan sebagai individu.

Manusia di dalam kehidupannya sehari-hari sangat terpengaruh oleh budaya di tempat dimana ia berada. Budaya yang dimaksud disini berupa nilai-nilai, keyakinan, perilaku sosial, atau masyarakat yang kemudian menghasilkan budaya sosial atau budaya masyarakat. Demikian juga halnya dengan anggota organisasi, dengan adanya nilai, keyakinan, dan pola perilaku di dalam organisasi maka munculah budaya organisasi. Anggota organisasi akan saling belajar satu sama lain mengenai nilai-nilai, keyakinan, harapan, serta pola perilaku yang ada dalam organisasi tersebut.

Nilai-nilai inti perusahaan merupakan pendukung bagi kesuksesan sebuah perusahaan di dalam sebuah organisasi. Hal tersebut disebabkan karena nilai-nilai inti ini akan memberi pedoman yang baik bagi perilaku anggota organisasi. Karena faktor dalam nilai inti dan budaya dalam organisasi

memiliki hubungan yang sangat kuat, maka harus ditanamkan dengan baik kepada anggota organisasi sehingga dapat membentuk budaya yang kuat di dalam organisasi tersebut.

Organisasi yang memiliki budaya yang kuat dicirikan oleh adanya karyawan yang memiliki nilai inti bersama. Semakin banyak karyawan yang berbagi dan menerima nilai inti, semakin kuat budaya, dan semakin besar pengaruhnya terhadap perilaku. Budaya organisasi yang dibentuk oleh komunikasi organisasi biasanya dapat menciptakan lingkungan kerja yang membuat termotivasi, tertantang dan antusias untuk bekerja sehingga budaya organisasi harus menjadi hal utama yang memandu anggota organisasi berperilaku. Untuk itu diperlukan langkah-langkah dalam menanamkan pengetahuan mengenai nilai inti organisasi dilakukanlah proses sosialisasi.

3. Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri, bagaimana bertindak dan berfikir agar ia dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Proses sosialisasi berawal dalam keluarga. Bagi anak-anak yang masih kecil, situasi sekelilingnya adalah keluarga sendiri. Melalui proses sosialisasi, individu akan terwarnai cara berfikir dan kebiasaan-kebiasaan hidupnya. Dengan proses sosialisasi, individu menjadi tahu bagaimana ia mesti bertingkah laku di tengah-tengah masyarakat. Kepribadian seseorang melalui sosialisasi dapat

terbentuk, di mana kepribadian itu merupakan suatu komponen pemberi atau penyebab warna dari wujud tingkah laku sosial manusia. Jadi dalam hal ini sosialisasi merupakan salah satu proses belajar kebudayaan dari anggota masyarakat dalam hubungannya dengan sistem sosial. Menurut Nasution, sosialisasi adalah “proses membimbing individu ke dalam dunia sosial”, sedangkan menurut Suprpto sosialisasi adalah “suatu proses belajar berinteraksi dalam masyarakat sesuai dengan peranan yang dijalankannya” (Hakim dan Ningsih, 1999:54).

Dalam arti luas, sosialisasi adalah proses pembelajaran masyarakat “menghantar” warganya masuk ke dalam kebudayaan (Sitorus, 2003:62). Dengan kata lain masyarakat melakukan suatu rangkaian kegiatan untuk “menyerahterimakan” (mengkomunikasikan) kebudayaan dari satu generasi kegenerasi berikutnya. Sementara itu, masyarakat mengajar dan melatih angkatan baru untuk membiasakan diri dengan seluruh sistem nilai budaya yang dimiliki. Dalam arti sempit, sosialisasi adalah seperangkat kegiatan masyarakat yang di dalamnya individu-individu belajar dan diajar memahirkan diri dalam peranan sosial sesuai dengan bakatnya (Sitorus, 2003:62). Dalam arti ini sosialisasi berkaitan serta dengan masalah pendidikan formal (sekolah) angkatan muda, dalam kaitannya dengan “fungsi sosial” atau “peranan sosial”.

Berdasarkan pengertian sosialisasi di atas dapat menarik kesimpulan bahwa sosialisasi adalah proses yang harus dijalani oleh seorang individu untuk menjadi manusia dengan tujuan utamanya adalah :

a. Membentuk kepribadian

kepribadian adalah susunan kebiasaan, harapan dan sikap-sikap yang bersifat tetap/ kekal dan menjadi karakteristik seorang individu. Kepribadian menentukan bagaimana seseorang berfikir, merasa dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari.

b. Mempelajari pola-pola kebudayaan

mempelajari pola-pola kebudayaan seperti norma-norma, nilai-nilai dan sanksi-sanksi merupakan bagian dari proses pembentukan kepribadian kita. Dengan mempelajari pola-pola kebudayaan, individu dapat belajar bagaimana ia harus dan seharusnya bertingkah laku yang tepat agar dia dapat menjadi bagian dari anggota masyarakat.

c. Berperan aktif dalam kehidupan sehari-hari

Proses sosialisasi juga memungkinkan individu belajar mengembangkan potensinya agar ia dapat ikut serta secara aktif dalam kehidupan sosial. Hal ini penting yang terutama dipelajari oleh individu adalah menggunakan bahasa. Melalui bahasa individu dapat menyerap dan mengembangkan apa yang dipelajarinya sepanjang hidup (Hakim dan Ningsih, 1999:55).

Fajar (2009:60) menyebut bahwa tujuan komunikasi melalui pesan-pesan yang disampaikan ketika mensosialisasikan sesuatu terbagi atas empat, yaitu:

a. Efek Kognitif (perubahan pendapat)

Di dalam komunikasi diusahakan tercipta sebuah pemahaman dimana maksudnya adalah kemampuan untuk memahami pesan secara

mendalam, sesuai dengan apa yang dimaksud oleh komunikator. Setelah tercipta pemahaman, selanjutnya akan timbul pendapat yang berbeda-beda bagi penerima pesan (komunikasikan).

b. Efek Afektif (perubahan sikap)

Setelah penerima pesan menerima pesan, kemudian muncul perubahan sikap, baik itu positif maupun negatif.

c. Efek Perilaku

Komunikasi di sini ditujukan agar muncul perubahan perilaku ataupun tindakan dari seseorang, dalam hal ini anggota organisasi.

d. Perubahan Sosial

Setelah terjadi perubahan sikap dan pendapat, maka hal berikutnya yang juga diharapkan berubah adalah bagaimana cara membangun dan memelihara keberlangsungan ikatan hubungan baik dengan orang lain.

Apa yang telah dijabarkan di atas adalah hal yang diharapkan menjadi tujuan perubahan setelah adanya proses sosialisasi. Dengan membaca tujuan sosialisasi yang dilakukan oleh sebuah organisasi di atas, kita dapat menyimpulkan bahwa sosialisasi perlu dilakukan agar anggota organisasi tersebut dapat memiliki gambaran dan tahu cara menempatkan dirinya di dalam organisasi tersebut. Untuk itu, seorang pemimpin organisasi harus bisa memikirkan bagaimana cara mensosialisasikan informasi ataupun nilai-nilai dalam budaya di organisasi tersebut.

4. Proses Sosialisasi

Di dalam sebuah organisasi tentu diperlukan tenaga untuk menjalankan roda aktivitas organisasi tersebut. Untuk mendapatkan tenaga, maka sebuah organisasi akan melakukan proses penyeleksian ataupun proses penerimaan anggota baru. Tentu, anggota-anggota baru yang diterima di organisasi tersebut tidak dapat langsung paham mengenai nilai-nilai budaya organisasi tersebut dalam menjalankan organisasinya. Walaupun dalam proses penerimaannya, anggota baru akan dikenalkan dengan nilai budaya organisasi, namun anggota baru belum tentu sepenuhnya memahami mengenai hal tersebut, bahkan cenderung mengganggu kepercayaan dan kebiasaan yang sudah berlaku (Robbins, 2002:287). Oleh karena itu, organisasi harus membantu anggota barunya untuk beradaptasi dengan budaya yang berlaku di sana. Proses adaptasi ini disebut dengan sosialisasi.

Proses sosialisasi mencakup pemeriksaan mengenai lingkungan kultural, lingkungan sosial dari masyarakat yang bersangkutan, interaksi sosial dan tingkah laku sosial. Sosialisasi merupakan mata rantai paling penting diantara sistem-sistem sosial lainnya karena dalam sosialisasi terdapat keterlibatan atau partisipasi antar individu sampai dengan antar kelompok yang berada di dalam satu sistem. Proses sosialisasi yang efektif akan mempengaruhi berhasil atau tidaknya budaya organisasi tersebut dipahami oleh anggota baru organisasi tersebut. Effendy (2005:27) menyebutkan bahwa sosialisasi merupakan :

“penyediaan sumber ilmu pengetahuan yang memungkinkan orang bersikap dan bertindak sebagai anggota masyarakat yang efektif yang menyebabkan ia sadar akan fungsi sosialnya sehingga ia dapat aktif di dalam masyarakat.”

Robbins dalam Effendy (2005:35), menyebutkan bahwa sosialisasi adalah fungsi lain dari komunikasi di dalam organisasi selain sebagai bentuk produksi dan pengenalan. Komunikasi dalam hal ini berperan sebagai pengendali perilaku anggota organisasi agar tetap sesuai dengan apa yang menjadi perilaku kelompoknya. Robbins (2002:287) juga menyebutkan bahwa tahap sosialisasi yang paling penting adalah pada saat karyawan baru masuk ke organisasi, dimana organisasi berusaha membentuk karakter orang luar yang baru masuk dengan cara “penempatan diri yang baik”. Di dalam sosialisasi, disebutkan Robbins (2002:288) akan melewati tiga tahap, yaitu:

1. Kedatangan

Pada tahap kedatangan, yaitu pelajaran yang didapatkan sebelum anggota baru menjadi anggota dalam sebuah organisasi

2. Orientasi

Pada tahap yang kedua, orientasi, anggota baru akan mencari tahu seperti apa organisasi tersebut dan membandingkan harapannya dengan realita yang ada dihadapannya.

3. Metamorfosis.

Pada tahap ini, anggota baru sudah mulai berubah perilakunya mengikuti lingkungan barunya yaitu organisasi tersebut.

Fajar (mengutip Rogers & Kincaid, 2009:32) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses di mana dua orang atau lebih melakukan proses pertukaran informasi antara satu sama lain, dimana dalam proses tersebut terjadi suatu bentuk saling pengertian yang mendalam.

. Effendy (2003:302) menyebutkan bahwa terdapat dua cara untuk menentukan efek apa yang diharapkan dalam berkomunikasi, yaitu:

a. Komunikasi tatap muka

Cara berkomunikasi ini digunakan jika kita menginginkan adanya perubahan pada tingkah laku (*behavior change*) dari penerima pesan.

Hal tersebut terjadi karena ketika kita melakukan proses komunikasi hal yang kita harapkan adalah adanya umpan balik (*feedback*) dari komunikasi atau penerima pesan. Dengan berkomunikasi tatap muka, komunikator dapat melihat apakah komunikan memperhatikan dan memahami pesan apa yang disampaikan.

b. Komunikasi bermedia

Cara berkomunikasi ini biasanya digunakan dalam komunikasi informatif, dimana efek yang diharapkan tidak berupa adanya perubahan perilaku dari komunikan. Sehingga komunikasi dilakukan menggunakan saluran, tergantung situasi dan kondisi yang diharapkan.

Sebelum sampai pada efek komunikasi yang diharapkan di atas, sosialisasi juga tentu memiliki tujuan mengapa harus dijalankan. Isi dari pesan komunikasi di dalam suatu proses sosialisasi tentu berbeda dengan informasi lain yang

disampaikan oleh pihak manajemen organisasi. Menurut Sedarmayanti (2008:119) di dalam sosialisasi ada tiga macam informasi yang termuat, yaitu:

1. Informasi umum mengenai pekerjaan sehari-hari.
2. Tinjauan tentang sejarah, tujuan, nilai-nilai, operasi, dan produk atas jasa organisasi, serta bagaimana sumbangan karyawan terhadap kebutuhan organisasi.
3. Penyajian terinci, mungkin lewat brosur, mengenai kebijaksanaan organisasi aturan dan budaya kerja dan tunjangan untuk karyawan.

Selain sebagai produksi dan pengetahuan, komunikasi juga bertindak sebagai pengendali perilaku anggota masyarakat agar tetap sesuai dengan perilaku kelompoknya. Salah satu fungsi komunikasi adalah dalam sosialisasi. Sosialisasi dilakukan dengan mengkomunikasikan informasi kepada anggota untuk membuat perubahan dalam pengetahuan bersama, sikap, serta perilaku anggota. Proses sosialisasi dalam rangka penularan budaya kepada anggota organisasi dilakukan dengan beberapa bentuk, menurut Robbins (2002: 291) yang paling sering digunakan adalah cerita, ritual, simbol materi, dan bahasa.

a. Cerita

Cerita biasanya berisis narasi peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan berdirinya organisasi, mulai dari keberhasilan yang dimulai dari bawah, peraturan yang dilanggar, filosofi berdirinya komunikasi, pemilihan anggota, tuntutan lingkungan, dan masalah seputar organisasi. Cerita

menambatkan keadaan yang sekarang berdasarkan kejadian di masa lalu, dan memberikan keterangan serta legitimasi untuk praktik yang sedang dilakukan.

b. Ritual

Ritual merupakan pengulangan aktivitas yang mengeskpresikan dan memantapkan nilai-nilai penting dan tujuan-tujuan terpenting organisasi, orang-orang yang memiliki fungsi penting, dan yang memiliki fungsi biasa-biasa saja.

c. Simbol Materi

Simbol materi yang dimaksud disini dapat berupa logo, lokasi organisasi, standart organisasi, struktur organisasinya, jabatan di dalamnya, desain bangunannya, dan lain-lain. Simbol-simbol ini menyampaikan suatu pesan kepada anggota organisasi mengenai organisasi tersebut.

d. Bahasa

Kebanyakan organisasi dengan unit-unit yang berada di dalamnya menggunakan bahasa sebagai cara mengidentifikasi anggota-anggota dari suatu budaya atau subbudaya. Dengan mempelajari bahasa, anggota-anggota organisasi membuktikan penerimaan mereka terhadap suatu budaya, dan selanjutnya, membantu mempertahankan budaya tersebut.

5. Karyawan

Karyawan atau *employee* merupakan aset yang cukup penting dalam suatu perusahaan, dan karyawan itu sendiri secara prakteknya banyak terkait erat dengan status atau kebutuhan antara satu orang dengan yang lainnya mempunyai perbedaan yang cukup mencolok, misalnya dapat dilihat pada tingkat kemampuan, pengalaman, pendidikan, pangkat, gaji, usia, dan lain sebagainya. Menurut Departemen Pendidikan di Kamus Besar Bahasa Indonesia, karyawan artinya adalah orang yang bekerja pada suatu lembaga (kantor, perusahaan, dan sebagainya) dengan mendapat gaji atau upah (2008:629)

Karyawan atau *employee* sering dianggap sekelompok orang-orang yang bekerja di suatu perusahaan atau organisasi yang jelas, baik secara fungsional maupun bidang teknis dan jenis pekerjaan (tugas) yang dihadapinya. Artinya secara fungsional, tugas dan teknis pekerjaannya yaitu sudah diatur oleh pihak manajemen perusahaan, siapa yang ditunjuk sebagai pimpinan dan ada pihak lain bertindak sebagai bawahannya, kemudian ditetapkan pula persyaratan-persyaratan dan spesifikasi teknis pekerjaan yang ditentukan secara jelas, teratur, tertib, dan rinci. Ketika fungsi masing-masing dijalankan, diharapkan tidak akan terjadi kekacauan atau tumpang tindih antara tugas pekerjaan yang satu dengan yang lainnya, karena tiap individual karyawan akan mengetahui tentang 'apa' dan 'bagaimana' dalam menjalankan pekerjaannya sesuai dengan bidang dan tanggung jawabnya masing-masing.

Di sekolah alternatif yang menjadi karyawan adalah fasilitator yang memfasilitasi proses belajar para murid. Menurut Kaner (2007:xix), fasilitator adalah orang yang memiliki kemampuan untuk membantu kelompok mengembangkan diri mereka, khususnya mendampingi tiap anggota, memberikan pemahaman bersama, tugasnya membantu kelompok tertentu memahami tujuan bersama serta membantu mengarahkan konsentrasi pada proses dalam mencapai suatu tujuan, bukan pada hasilnya. Fasilitator akan membantu dalam proses pertukaran informasi (komunikasi) dalam kelompok, dan tidak mengintervensi dalam pembuatan keputusan kelompok. Fasilitator

Di sekolah alternatif biasanya tidak ditemukan sosok guru sebagaimana di sekolah formal yang kita ketahui. Suparlan (2008:12) menyebutkan bahwa guru adalah orang yang bertugas mencerdaskan kehidupan bangsa dari segala sisi, baik intelektual, emosional, spiritual, fisik, maupun aspek lainnya. Bahruddin (2007:17) menyebutkan bahwa sosok guru pada masyarakat dipandang sebagai sosok yang memiliki kharisma sehingga ditakuti oleh siswanya, oleh karena itu munculah kesimpulan dikatakan bahwa kelas yang baik adalah yang patuh pada gurunya, dan guru memiliki pengetahuan jauh melebihi siswanya. Pandangan masyarakat yang demikian membuat posisi guru menjadi hanya sebatas pelaksana kebijakan politik pemerintah, bukan sebagai teman atau pendamping siswa yang tugasnya membantu siswa menemukan potensinya dan mengoptimalkan potensi tersebut dalam proses belajarnya di sekolah.

6. Sekolah Alternatif

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Alternatif memiliki pengertian “pilihan di antara dua atau beberapa kemungkinan.”. Kata alternatif yang disematkan setelah kata pendidikan maksudnya memang mencari pilihan kemungkinan metode pendidikan yang mau diterapkan. Hal ini dilakukan guna menemukan solusi metode pendidikan yang dianggap bisa mengembalikan pengertian belajar yang sesungguhnya, dan bisa diikuti oleh semua kalangan. Di Indonesia sendiri, konsep sekolah alternatif telah banyak ditemukan dan disambut cukup baik oleh masyarakat yang telah memiliki kesadaran bahwa untuk mendapatkan pendidikan tidak harus berada di dalam gedung dan harus mahal, dan bisa diakses oleh semua kalangan. Kemunculan sekolah alternatif ini dianggap sebagai suatu jawaban atas kebutuhan peserta didik yang belum bisa dipenuhi oleh sekolah formal. Menurut Nurina Kartikasari (2012:) Konsep pendidikan di sekolah alternatif adalah suatu usaha untuk mengembalikan tujuan pendidikan ke hakikatnya, antara lain untuk mengembangkan potensi manusia sesuai dengan keunikan dan keberagamannya.

Di dalam sekolah alternatif, murid tidak dibiasakan untuk hanya duduk di dalam kelas, namun mereka diarahkan untuk memaknai semua yang mereka lihat, dan mereka praktekkan. Karena itulah di dalam sekolah alternatif, faktor lingkungan juga sangat mendukung. Para peserta didik dibiasakan untuk terus aktif mengamati hal yang ada di sekitar mereka, rasa ingin tahu tetap

dikembangkan sehingga anak akan aktif bertanya sembari mencari tahu jawabannya sendiri.

Banyak ditemukan sekolah alternatif yang mengangkat konsep alam, dimana murid langsung belajar dengan alamnya dan segala kebutuhan praktek murid juga menggunakan bahan-bahan yang mudah mereka temukan di lingkungannya sehari-hari. Selain itu, sekolah alternatif juga selalu melakukan pendekatan humanis kepada siswa, dimana siswa benar-benar dianggap sebagai teman dan diterima kodratnya sebagai seorang anak yang aktif. Murid diberikan kemerdekaan untuk belajar, tugas fasilitatornya adalah untuk mengawasi berjalannya proses tersebut.

F. Kerangka Konsep

1. Komunikasi Organisasi

Goldhaber (1986:67) menyebutkan bahwa komunikasi organisasi adalah proses dimana sebuah pesan diciptakan dan diproses di dalam satu jaringan yang saling berhubungan dan bergantung satu sama lain untuk mengatasi lingkungan yang berubah-ubah. Perlu diperhatikan bagaimana agar informasi yang berkaitan dapat sampai tetap sasaran ke berbagai lini di dalam organisasi. Agar hal tersebut terwujud, maka di dalam komunikasi organisasi terdapat empat jenis aliran informasi formal (Goldhaber, 1986:14), yaitu:

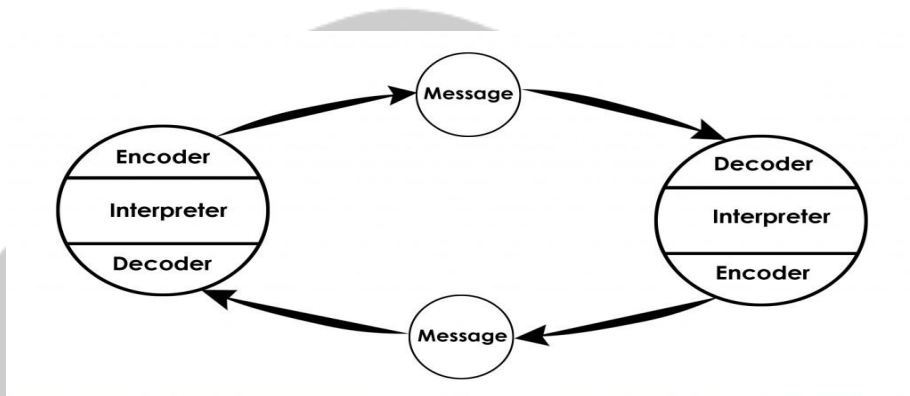
- a. Komunikasi ke bawah, yakni dari pihak yang memiliki jabatan berwenang lebih tinggi kepada mereka yang wewenangnya lebih

rendah. Misalnya berupa perintah pimpinan, instruksi, dan informasi mengenai pekerjaan yang akan diberikan kepada karyawan. Media yang digunakan dalam bentuk lisan atau tertulis.

- b. Komunikasi ke atas, yaitu informasi yang arahnya dari pihak yang lebih rendah ke arah yang lebih tinggi. Esensi dari komunikasi jenis ini biasanya berupa komentar atau permohonan yang berasal dari individu kepada mereka yang memiliki jabatan berotoritas lebih tinggi.
- c. Komunikasi horisontal, yaitu komunikasi yang berlangsung antara sesama jabatan satu lini dalam struktur organisasi. Satu lini ini maksudnya mereka yang ada pada tingkat wewenang yang sama dalam organisasi dan berada dalam satu payung divisi.
- d. Komunikasi lintas saluran (diagonal), yaitu komunikasi yang timbul akibat adanya keinginan untuk saling berbagi informasi melewati garis strukturalnya dengan individu lain yang setaraf namun berbeda atasan.

Selanjutnya, empat aliran informasi yang telah disebutkan di atas adalah bentuk komunikasi yang terdapat di dalam organisasi. Civikly dalam bukunya *“Messages: A Reader in Human Communication”* (1974) mengutip model komunikasi Willbur Schramm, yaitu bahwa komunikasi sifatnya timbal balik, dan tidaklah bersifat linear, melainkan sirkuler, seperti yang dijelaskan di gambar di bawah ini :

Gambar 2. Skema Komunikasi menurut Schramm



Sumber: Civikly (1974:7-8)

Robbins dalam Effendy (2005:35), menyebutkan bahwa sosialisasi adalah fungsi lain dari komunikasi di dalam organisasi selain sebagai bentuk produksi dan pengenalan. Fajar (mengutip Rogers & Kincaid, 2009:32) menyebutkan bahwa komunikasi merupakan proses di mana dua orang atau lebih melakukan proses pertukaran informasi antara satu sama lain, dimana dalam proses tersebut terjadi suatu bentuk saling pengertian yang mendalam.

Effendy (2003:302) menyebutkan salah satu cara untuk menentukan efek apa yang diharapkan dalam berkomunikasi salah satunya dengan bertatap muka. Hal ini dilakukan jika kita menginginkan adanya perubahan tingkah laku dari penerima pesan. Asumsinya, ketika kita melakukan komunikasi, kita mengharapkan adanya umpan balik dari penerima pesan dan dengan bertatap muka kita dapat melihat apakah penerima pesan memperhatikan dan memahami pesan apa yang disampaikan.

Dalam suatu organisasi, yang orientasinya komersial ataupun sosial, komunikasi di dalamnya akan melibatkan empat fungsi (Sendjaja, 1994:138), yaitu :

1. Fungsi Informatif

Pada bagian ini, organisasi dilihat sebagai suatu sistem pemrosesan informasi (*information-processing system*). Artinya, setiap orang yang tergabung dalam organisasi ini memiliki harapan dapat mendapatkan informasi yang terbaru, baik, dan lengkap.

2. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif berkaitan dengan aturan-aturan yang diterapkan dalam suatu organisasi.

3. Fungsi Persuasif

Dalam sebuah organisasi, tidak selamanya kekuasaan dan wewenang yang dimiliki akan berujung pada hasil yang sesuai dengan harapan.

4. Fungsi Integratif

Organisasi pada umumnya memberikan kesempatan kepada karyawannya untuk melakukan hal yang dapat meningkatkan kinerjanya dalam organisasi tersebut, Salah satunya adalah dengan memberikan saluran komunikasi.

2. Proses Sosialisasi

Sosialisasi adalah proses yang membantu individu melalui belajar dan penyesuaian diri, bagaimana bertindak dan berfikir agar dapat berperan dan berfungsi, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat. Dalam arti luas, sosialisasi adalah proses pembelajaran masyarakat “menghantar” warganya masuk ke dalam kebudayaan (Sitorus, 2003:62). Dengan kata lain masyarakat melakukan suatu rangkaian kegiatan untuk “menyerahterimakan” (mengkomunikasikan) kebudayaan dari satu generasi ke generasi berikutnya. Dalam arti sempit, sosialisasi adalah seperangkat kegiatan masyarakat yang di dalamnya individu-individu belajar dan diajar memahirkan diri dalam peranan sosial sesuai dengan bakatnya (Sitorus, 2003:62). Proses sosialisasi sendiri adalah tahapan yang dibuat untuk seseorang agar dapat mempelajari dan menyesuaikan dirinya dengan lingkungan barunya.

Robbins (2002:287) menyebutkan bahwa tahap sosialisasi yang paling penting adalah pada saat karyawan baru masuk ke organisasi, dimana organisasi berusaha membentuk karakter orang luar yang baru masuk dengan cara “penempatan diri yang baik”. Di dalam sosialisasi, disebutkan Robbins (2002:288) akan melewati tiga tahap, yaitu:

1. Kedatangan

Pada tahap kedatangan, yaitu pelajaran yang didapatkan sebelum anggota baru menjadi anggota dalam sebuah organisasi

2. Orientasi

Pada tahap yang kedua, orientasi, anggota baru akan mencari tahu seperti apa organisasi tersebut dan membandingkan harapannya dengan realita yang ada dihadapannya.

3. Metamorfosis.

Pada tahap ini, anggota baru sudah mulai berubah perilakunya mengikuti lingkungan barunya yaitu organisasi tersebut.

Proses sosialisasi dalam rangka penularan budaya kepada anggota organisasi dilakukan dengan beberapa bentuk, menurut Robbins (2002: 291) yang paling sering digunakan adalah cerita, ritual, simbol materi, dan bahasa.

1. Cerita

Cerita biasanya berisis narasi peristiwa-peristiwa yang berkaitan dengan berdirinya organisasi, mulai dari keberhasilan yang dimulai dari bawah, peraturan yang dilanggar, filosofi berdirinya komunikasi, pemilihan anggota, tuntutan lingkungan, dan masalah seputar organisasi. Cerita menambatkan keadaan yang sekarang berdasarkan kejadian di masa lalu, dan memberikan keterangan serta legitimasi untuk praktik yang sedang dilakukan.

2. Ritual

Ritual merupakan pengulangan aktivitas yang mengeskpresikan dan memantapkan nilai-nilai penting dan tujuan-tujuan terpenting organisasi,

orang-orang yang memiliki fungsi penting, dan yang memiliki fungsi biasa-biasa saja.

3. Simbol Materi

Simbol materi yang dimaksud disini dapat berupa logo, lokasi organisasi, standart organisasi, struktur organisasinya, jabatan di dalamnya, desain bangunannya, dan lain-lain. Simbol-simbol ini menyampaikan suatu pesan kepada anggota organisasi mengenai organisasi tersebut.

4. Bahasa

Kebanyakan organisasi dengan unit-unit yang berada di dalamnya menggunakan bahasa sebagai cara mengidentifikasi anggota-anggota dari suatu budaya atau subbudaya. Dengan mempelajari bahasa, anggota-anggota organisasi membuktikan penerimaan mereka terhadap suatu budaya, dan selanjutnya, membantu mempertahankan budaya tersebut.

Menurut Sedarmayanti (2008:119) di dalam sosialisasi ada tiga macam informasi yang termuat, yaitu:

1. Informasi umum mengenai pekerjaan sehari-hari.
2. Tinjauan tentang sejarah, tujuan, nilai-nilai, operasi, dan produk atau jasa organisasi, serta bagaimana sumbangan karyawan terhadap kebutuhan organisasi.
3. Penyajian terinci, mungkin lewat brosur, mengenai kebijaksanaan organisasi aturan dan budaya kerja dan tunjangan untuk karyawan.

G. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Penelitian yang berjudul “Proses Sosialisasi Nilai-Nilai Budaya Organisasi Kepada Fasilitator di Sekolah Alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) di Yogyakarta” merupakan penelitian kualitatif, yaitu penelitian untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, seperti; perilaku, tindakan, motivasi, dan lain-lain secara keseluruhan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah (Moleong, 2004:6). Kemudian, Bogdan dan Taylor dalam buku Moleong (1996:3) menyebutkan bahwa metodologi kualitatif adalah bagian dari rangkaian penelitian yang menghasilkan data deskriptif dimana berisi kata-kata lisan maupun tulisan dari apa yang diamati.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Craswell (1998:54) menyebutkan bahwa studi kasus adalah studi yang mempelajari suatu problematika dengan memberikan batasan yang jelas dengan pengambilan data yang mendalam serta menyertakan berbagai sumber yang relevan.

Dalam Penelitian ini peneliti menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Robert K. Yin (2003: 1) menyatakan bahwa studi kasus merupakan strategi yang lebih cocok bila pertanyaan suatu penelitian berkenaan dengan *how* dan *why*, bila peneliti hanya memiliki sedikit peluang untuk mengontrol peristiwa-peristiwa yang akan diselidiki, dan bilamana fokus

penelitiannya terletak pada fenomena kontemporer (masa kini) didalam konteks kehidupan nyata. Selain itu Mulyana (2003: 201) mengatakan bahwa studi kasus merupakan uraian dan penjelasan komprehensif mengenai berbagai aspek seorang individu suatu kelompok, suatu organisasi (komunitas), suatu program atau situasi sosial.

A case study is an exploration of a “bounded system” or a case (or multiple case) over time through detailed, in-depth data collection involving multiple sources of information rich in context. This bounded system is bounded by time and place and it is the case being studied—a program, an event, an activity, or individuals. (Craswell, 1998:61)

Pendekatan studi kasus dapat diterapkan pada berbagai lapangan termasuk diantaranya lapangan komunikasi, pemasaran organisasi, manajemen dan lain-lain. Kesimpulan dari studi kasus yaitu hasil yang didapatkan dari penelitian tidak berlaku secara umum, tapi hanya terbatas pada suatu kasus-kasus tertentu yang sedang diteliti, serta pada objek tertentu atau perusahaan yang bersangkutan.

Menurut Robert K. Yin (2003:23) penelitian studi kasus dapat dibedakan menjadi tiga tipe, yaitu studi-studi kasus eksplanatoris, eksploratoris dan deskriptif.

1. Studi Kasus eksplanatori, bila sebuah kasus atau kasus-kasus dipakai untuk memperoleh data atau informasi awal bagi penelitian sosial yang akan dilakukan.

2. Studi Kasus eksploratif, bila sebuah kasus atau kasus-kasus tertentu yang diteliti tujuannya untuk memberikan gambaran yang mendalam atau detil mengenai sebuah kasus.
3. Studi Kasus deskriptif, tujuannya untuk memberikan gambaran yang mendalam atau detil mengenai sebuah kasus.

Pada penelitian ini penulis menggunakan tipe studi kasus deskriptif, dimana hasil dari penelitian akan dapat memberikan gambaran dan memaparkan konsep-konsep penelitian secara mendalam mengenai mekanisme komunikasi yang telah diajukan dalam landasan teori. Selain itu, penelitian deskriptif itu tidak mencari atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prediksi (Rakhmat, 2009: 24-25).

Dalam metode penelitian studi kasus segala rangkaian prosedur harus dispesifikasikan sebelumnya. Studi kasus dalam penelitian ini bukan hanya di proses sosialisasi nilai-nilai budaya organisasi, namun dispesifikkan di konteks sekolah alternatif. Adapun data primer untuk penelitian ini diperoleh dengan melakukan wawancara mendalam dan metode pengamatan alami atau observasi. Adapun data sekunder, antara lain berupa profil narasumber sebagai manajemen di sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM), karakteristik organisasi sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM), serta data-data lain yang mendukung penelitian yang diperoleh dari arsip sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) maupun dari sumber-sumber data yang relevan.

a. Wawancara Mendalam

Wawancara mendalam akan dilakukan peneliti dengan menggunakan bahasa sehari-hari dan beberapa pertanyaan pengantar yang spontan agar terbangun suasana yang santai antara peneliti dan narasumber. Dengan terbangunnya suasana seperti ini, diharapkan narasumber dapat menjawab pertanyaan apa adanya sesuai dengan pengalaman dan apa yang dia ketahui.

b. Observasi

Metode pengamatan alami atau observasi memungkinkan peneliti untuk melihat bagaimana proses sosialisasi nilai budaya organisasi ini dilakukan di Sekolah Alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM), Yogyakarta. Peneliti dapat mengamati bagaimana kegiatan antara pihak sekolah dengan manajemen, antar fasilitator, dan kejadian lain yang terjadi di Sekolah SALAM sehari-hari, mencatat apa yang dilihat, dan bertanya di sela-sela kegiatan. Hasil observasi akan membantu menemukan data yang mana dengan teknik komunikasi lainnya tidak dapat didapatkan.

3. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di salah satu sekolah alternatif yang ada di Yogyakarta yaitu Sanggar Anak Alam (SALAM) yang terletak di Nitiprayan, Ngetisharjo, Kasihan Bantul, Yogyakarta.

4. Subjek Penelitian

Berikut akan dipaparkan mengenai profil narasumber yang dipilih oleh peneliti untuk diwawancarai. Adapun alasan peneliti memilih keempat narasumber ini adalah karena peran mereka sebagai orang yang menjadi cikal bakal berdirinya Sekolah SALAM, juga sebagai kontribusi mereka hingga saat ini di Sekolah SALAM, yaitu mengurus manajemen sekolah sekaligus menjadi fasilitator, serta menjadi orang yang bertanggungjawab memfasilitasi calon fasilitator baru yang akan bergabung di Sekolah SALAM.

a. **Magdalena Sri Wahyaningsih (W/55 Tahun)**

Ibu Magdalena Sri Wahyaningsih, atau yang akrab dipanggil dengan Ibu Wahya adalah pendiri sekolah SALAM pertama di Desa Lawen, yang lalu kemudian melanjutkannya di Kampung Nitiprayan. Ibu Wahya saat ini menjabat sebagai ketua perkumpulan (pengganti kata 'yayasan') di sekolah SALAM yang membawahi PKBM untuk mengorganisir jalannya manajemen sekolah.

b. **Toto Rahardjo (TR/58 Tahun)**

Bapak Toto juga adalah salah satu pendiri sekolah SALAM. Beliau dan istrinya, Ibu Wahya, bersama-sama membangun kelompok bermain di Desa Lawen, sebagai cikal bakal sekolah SALAM di Kampung Nitiprayan. Beliau dulunya juga aktif sebagai fasilitator pendidikan kerakyatan dan pengorganisasian masyarakat di Jawa Tengah, Yogyakarta, Nusa Tenggara Timur, dan Papua. Kini, beliau menjadi penasehat di bagian *Perkumpulan*

sekolah SALAM untuk mengawasi konten dan ideologi yang di jalankan agar sekolah tetap pada jalur yang diinginkan. Baru-baru ini Beliau menuliskan sebuah buku yang berjudul, “Sekolah itu Biasa” yang berisi tentang catatan pengalaman penyelenggaraan pendidikan dasar di Sekolah Alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM).

c. **Yudhistira Aridayan (YA/28 Tahun)**

Yudhistira Aridayan menjabat sebagai ketua Pusat Kegiatan Belajar Masyarakat. Beliau mulai aktif di sekolah SALAM sebagai fasilitator sejak tingkat SD angkatan pertama dibuka di SALAM yaitu tahun 2008. Namun, pada tahun 2010, PKBM sekolah SALAM menerima surat izin terbit dan Mas Yudhis pun diangkat menjadi ketua koordinator. Namun tahun 2010 dan 2012 kembali tetap berperan menjadi fasilitator apabila tenaga pendidik sedang dibutuhkan. Awal bergabungnya Mas Yudhis ke sekolah SALAM adalah ketika tahun 2007, seorang kawannya aktif menjadi fasilitator di SALAM. Namun karena kesibukan beliau mengerjakan skripsinya di Fakultas Filsafat dan Teologi Universitas Sanata Dharma.

d. **Hesti Sunarsih (HS/42 tahun)**

Awal bergabungnya Ibu Hesti Sunarsih di sekolah SALAM adalah ketika Beliau menjadi salah satu orangtua anak di kelas Taman Anak tahun 2007. Beliau yang hobi fotografi ini kerap mendokumentasikan proses kegiatan yang berlangsung di SALAM. Sehari-hari Beliau cukup banyak memantau kejadian yang terjadi di sekolah selagi menunggu anaknya. Dari situ, pada tahun 2008,

Beliau ikut bergabung menjadi fasilitator di Taman Anak sekolah SALAM. Beliau menjadi salah satu fasilitator paling lama, yang mengikuti perkembangan sekolah SALAM sejak awal berdiri dan turut merancang munculnya tingkat kelas SD di sekolah SALAM.

5. Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan menggunakan metode deskriptif kualitatif, yakni menjelaskan fakta dan data bukan berdasarkan angka melainkan pada uraian penjelasan fakta yang ada. Peneliti menggunakan langkah analisis berikut.

- a. Pengumpulan Data : Data primer penelitian ini diperoleh dari hasil observasi dan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan pihak manajemen serta fasilitator yang menjadi bagian dari manajemen sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM) di Yogyakarta, serta observasi. Adapun data sekunder penelitian ini berupa profil narasumber, dan struktur organisasi , karakteristik atau kondisi organisasi, dan data-data lain yang bersifat mendukung penelitian diperoleh dari arsip sekolah alternatif Sanggar Anak Alam (SALAM), maupun sumber-sumber lain yang memiliki otoritas untuk memberikan data informasi tersebut.
- b. Reduksi Data : Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi, yaitu dengan cara memaparkan peristiwa

tersebut sesuai dengan kerangka teori yang ada serta dikombinasikan dengan data yang diperoleh di lapangan.

- c. Penyajian Data : Menggambarkan fenomena atau keadaan sesuai dengan data yang telah direduksi, yaitu dengan cara memaparkan peristiwa tersebut sesuai dengan kerangka teori yang ada serta dikombinasikan dengan data yang diperoleh di lapangan.
- d. Penarikan Kesimpulan : Memaparkan secara singkat pokok-pokok permasalahan yang terjadi dan yang telah diteliti guna menjawab permasalahan yang telah dirumuskan.

6. Kriteria Kualitas Penelitian

Jika dalam penelitian kuantitatif ada disebut validitas dan realibilitas untuk menentukan kualitas hasil penelitiannya, maka dalam penelitian kualitatif terdapat kriteria tertentu yang harus dipenuhi agar penelitian kualitatif tersebut dikatakan berkualitas. Kualitas penelitian kualitatif ini ditentukan oleh kriteria otentisitas (*authenticity*). Otentisitas adalah salah satu aspek yang penting dalam penelitian kualitatif. Hal tersebut dikarenakan penelitian kualitatif bertujuan untuk mengamati dan memahami pengalaman otentik subjek tertentu yang lalu kemudian dideskripsikan secara mendalam makna pengalaman atau fenomena tersebut.

Suatu penelitian dapat dikatakan otentik apabila hal-hal yang dipaparkan oleh peneliti serupa dengan realitas kejadian yang dialami oleh subjek atau

pelaku atas peristiwa tersebut, sehingga terwujudlah pengertian yang mendalam oleh peneliti dan pemahaman yang lebih baik dalam diri subjek penelitian tentang lingkungan mereka. Agar tuntutan otentisitas ini dapat diwujudkan, penelitian kualitatif harus memastikan bahwa konstruksi realitas subjek penelitiannya ditangkap, dipahami, dan dijelaskan sebagaimana adanya oleh peneliti.

