BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sudah menjadi bagian kehidupan sehari-hari masyarakat. Banyak yang tidak menyadari bahwa media sesungguhnya mempengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat luas. Media massa, seperti halnya pesan lisan dan isyarat, sudah menjadi bagian tak terpisahkan dari komunikasi manusia. Pada hakikatnya, media adalah perpanjangan lidah dan tangan yang berjasa meningkatkan kapasitas manusia untuk mengembangkan struktur sosialnya[1].

Media telah mempercepat, memperkuat dan melekatkan peran tradisional komunikasi sehingga bisa diartikan media menebalkan dunia semu sehingga menambah jarak antara manusia modern dengan dunia nyata. Media massa baru akan benar-benar berpengaruh jika sebelumnya ia berhasil menjalin kedekatan dengan khalayaknya. Dalam situasi ini media radio memang sangat berpengaruh. Media komunikasi massa dapat dan memang telah mempengaruhi perubahan, apalagi jika menyangkut kepentingan orang banyak. Media juga mampu menggalang persatuan dan opini publik terhaap peristiwa tertentu.

Di tengah sengitnya persaingan memperebutkan uang pengiklan dan perhatian publik, media telah mengembangkan dan berbagi sejumlah

[1] William I. Rivers dan Jay W. Jensen, *Media Massa dan Masyarakat Modern, 2004* Jakarta : Prenada Media, hlm. 38

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

peran. Sebagai media informasi, radio dan televisi unggul dalam menyampaikan berita secara dini yang dilengkapi dengan ulasan penjelas. Media siaran mampu menyampaikan suatu informasi dengan cepat, namun ia tidak dapat menguraikan segala aspeknya secara lengkap dan mendalam. Koran, majalah, buku, dan film documenter dapat mengisi kekurangan tersebut. Tiap jenis media punya kelebihan sendiri dalam menyampaikan dan menafsirkan informasi.

Media massa mempunyai peran yang sangat penting bagi kehidupan masyarakat. Peran komunikasi sangat menentukan dalam penyampaian informasi maupun suatu kebijakan pemerintah. Sejalan dengan tingkat perkembangan teknologi komunikasi yang kian pesat, maka metode komunikasi pun mengalami perkembangan yang pesat pula. Namun semua itu, mempunyai aksentuasi sama yakni komunikator menyampaikan pesan, ide, dan gagasan, kepada pihak lain (komunikan). Hanya model yang digunakannya berbeda-beda.[2]

Perkembangan bisnis di era modern menuntut perusahaan untuk lebih memerhatikan seluruh pemangku kepentingan yang ada dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini selain merupakan tuntutan etis, juga diharapkan akan mendatangkan manfaat ekonomis dan menjaga keberlangsungan bisnis perusahaan.

Perusahaan berkembang menjadi sangat besar dan menyebabkan masyarakat menjadi sangat terkait dan memerhatikan perusahaan,

[2] Ibid, hlm. 305

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sehingga perusahaan perlu menunjukkan akuntabilitas maupun responsibilitas secara lebih luas dan tidak terbatas hanya kepada pemegang saham. Hal ini berarti, perusahaan dan *stakeholder* membentuk hubungan yang saling memengaruhi.

Begitu juga dengan sebuah *event* ada beberapa media dan *stakeholder* yang berperan atau ikut serta bekerjasama membantu mensukseskan sebuah *event. Stakeholder* baik dari dalam dan dari luar mempengaruhi kesuksesan sebuah *event.* Pada *event Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 juga terdapat beberapa media dan *stakeholder* yang bekerjasama dengan penyelenggara, agar *event* ini terselenggara dengan sukses.

Peran media dan *stakeholder* penting dalam sebuah *event* karena media dan *stakeholder* merupakan komponen yang berpengaruh ketika mengadakan *event*.

Dengan latar belakang tersebut peneliti mencoba meneliti media dan *stakeholder relations* dalam acara YouMEC 2015 ini.

B. Fokus Penelitian

Dengan latar belakang yang sudah dipaparkan, maka terdapat beberapa rumusan masalah, yaitu :

1. Bagaimana peran media dalam acara YouMEC 2015?
2. Bagaimana strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* dalam acara YouMEC 2015?

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

C. Tujuan Penelitian

Pada penelitian ini terdapat beberapa tujuan, yaitu :

1. Untuk mengetahui cara atau peran media dalam acara YouMEC 2015
2. Untuk mengetahui strategi untuk membangun hubungan yang baik dengan *stakeholder* dalam acara YouMEC 2015

D. Manfaat Hasil Penelitian

1. Bagi Mahasiswa :

   Kegiatan ini akan mendapatkan informasi dan peluang untuk menjadi *entrepreneur* muda muslim dalam menghadapi MEA 2015. Sehingga dapat memulai berwirausaha dan usahanya dapat berkembang.

2. Bagi Masyarakat Umum :

   Sebagai wadah pengembangan usaha kecil menengah di daerah masing-masing. Juga mampu mengurangi angka pengangguran yang ada di Indonesia.

3. Bagi Fakultas Dakwah dan Komunikasi :

   Sebagai bentuk kontribusi dari salah satu tri dharma perguruan tinggi, yaitu pendidikan, penelitian, dan pengabdian. Yang nantinya dapat melahirkan para *entrepreneur* muda yang mampu bersaing secara global di era MEA 2015.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

E. Definisi Konsep Penelitian

1. Media

Media adalah segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan. Kata media berasal dari kata latin, merupakan bentuk jamak dari kata “medium”. Secara harfiah kata tersebut mempunyai arti "perantara" atau "pengantar", yaitu perantara sumber pesan *(a source)* dengan penerima pesan *(a receiver)*. Jadi, dalam pengertian yang lain, media adalah alat atau sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak[3].

Dalam *event* YouMEC 2015 ada beberapa media yang digunakan, dan memiliki peranan masing-masing untuk membantu mensukseskan acara.

2. *Stakeholder Relations*

Suatu perusahaan di dalam suatu masyarakat pasti akan menghadapi sebuah tekanan, baik yang berasal dari luar perusahaan itu sendiri maupun dari dalam. Tugas *Public Relations* (PR) dalam hal ini adalah membina hubungan yang baik dengan pihak-pihak tersebut melalui suatu proses komunikasi. Pihak-pihak tersebut adalah *stakeholder*. *Stakeholder* adalah setiap kelompok yang berada di dalam maupun di luar perusahaan yang mempunyai peran dalam menentukan

[3] http://www.pengertianahli.com/2014/07/pengertian-media-dan-jenis-media.html

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

keberhasilan perusahaan[4]. *Stakeholder* bisa berarti pula setiap orang yang mempertaruhkan hidupnya pada perusahaan.

Secara umum, *stakeholder* dikelompokkan menjadi dua yaitu *stakeholder* internal dan *stakeholder* eksternal[5].

Stakeholder relations adalah sebuah hubungan antara orang-orang di suatu organisasi atau perusahaan dengan melibatkan orang-orang yang mungkin berpengaruh dalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Dalam *event* YouMEC 2015 terdapat beberapa *stakeholder* yang membantu mensukseskan *event* tersebut, dengan begitu dibutuhkan hubungan yang baik agar kerjasama yang terjalin berjalan dengan lancar.

3. *Young Moslem Entrepreneur Camp 2015* (YouMEC) 2015

Acara Young Moslem Entrepreneur Camp (YouMEC) 2015 ini adalah sebuah acara kewirausahaan dalam bentuk semi workshop dan kompetisi, diadakan selama tiga hari dua malam di Pusat Pelatihan Kewirausahaan Sampoerna, Sukorejo, Pasuruan Jawa Timur.. Di ikuti oleh 20 peserta yaitu pemuda muslim yang masih berstatus mahasiswa aktif S1 di Perguruan Tinggi yang sudah memiliki usaha atau yang ingin memulai berwirausaha. Dan *Al Ghurobah* (remaja atau takmir masjid) yang berusia produktif.

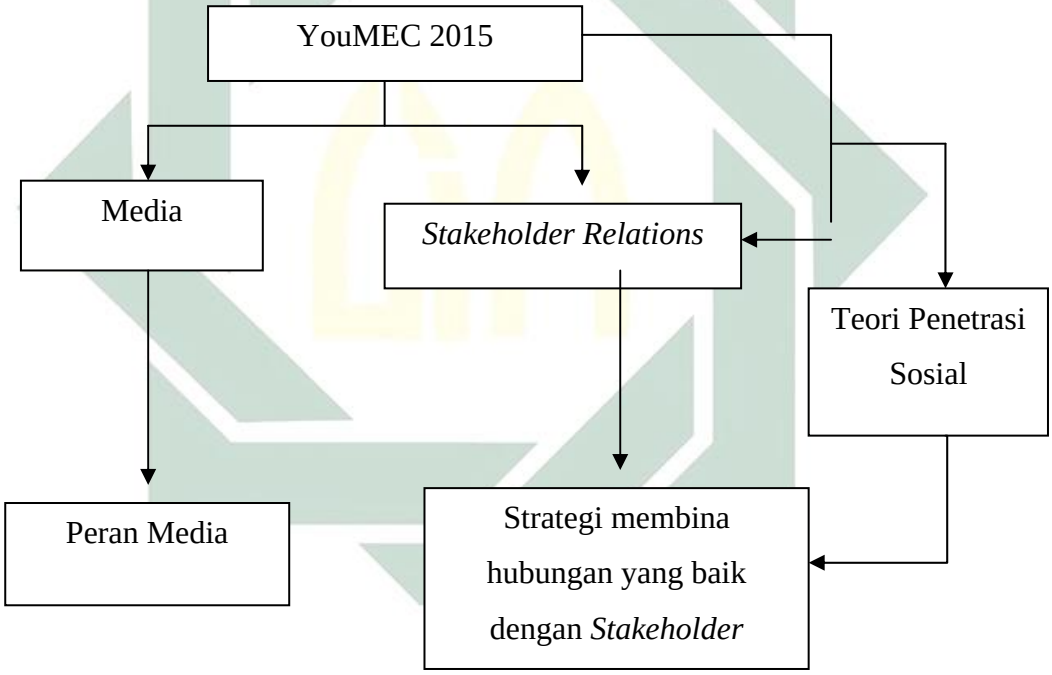
---

[4] Kasali, Rhenald, *Manajemen Public Relations*, Jakarta : Grafiti, 1994, hlm. 63
[5] Ibid, hlm. 65

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Jadi definisi konsep dari penelitian Media dan *Stakeholder Relations* dalam *Event Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 yaitu segala bentuk dan saluran yang digunakan untuk menyampaikan informasi atau pesan seputar YouMEC 2015 dan hubungan dengan setiap kelompok yang mempunyai peran dalam menentukan keberhasilan *event* YouMEC 2015.

F. Kerangka Pikir Penelitian



Bagan 1.1 Kerangka Pikir

Keterangan :

Sebuah acara sangat mebutuhkan adanya media dan *stakeholder* untuk keseuksesan acara. Acara YouMEC 2015 juga membutuhakan media dan *stakeholder*. Media memiliki peranan tersendiri terhadap sebuah acara. Sejumlah media digunakan untuk kepentingan acara

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

YouMEC 2015. Ketepatan memilih media juga menentukan keberhasilan acara tersebut.

Stakeholder dalam sebuah acara merupakan elemen terpenting, karena tanpa adanya *stakeholder* yang bekerjasama tentu saja sangat mustahil acara dapat berlangsung dengan sukses. Agar kerjasama yang terjalin dapat berjalan dengan baik, dibutuhkan sebuah hubungan yang baik dengan para *stakeholder* tersebut. Maka dengan itu dibutuhkan beberapa strategi agar hubungan terjalin harmonis dengan para *stakeholder*.

Pada penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial. Teori Penetrasi sosial merupakan bagian dari teori komunikasi interpersonal yang menggambarkan sertra menguraikan hubungan antar dua individu atau lebih berkembang dari asalanya yang dangkal atau tidak intim, menjadi lebih personal atau lebih intim.

Teori penetrasi sosial dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam bukunya yang pertama terbit berjudul *Social Penetration : The Development of Interpersonal Relationship.* Menurut kedua penulis tersebut komunikasi adalah penting dalam mengembangkan dan memelihara hubungan-hubungan antarpribadi.

Komunikasi dan keakraban pengungkapan diri tampil sebagai syarat mutlak bagi pengembangan hubungan antarpribadi yang memuaskan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Dengan menggunakan teori penetrasi sosial akan dapat diketahui strategi membina hubungan yang baik dengan *stakeholder*, sehingga hubungan yang tercipta menjadi harmonis.

G. Metode Penelitian

1. Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian Media dan *Stakeholder Relations* dalam *Event Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015 menggunakan pendekatan kualitatif dan jenis penelitian yang digunakan yaitu deskriptif.

Metode penelitian kualitatif digunakan untuk mendapatkan data yang mendalam, suatu data yang mengandung makna. Makna adalah data yang sebenarnya, data yang pasti yang merupakan suatu nilai dibalik data yang tampak.[6] Oleh karena itu dalam penelitian kualitatif tidak menekankan pada generalisasi, tetapi lebih kepada penekanan makna.

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa perkataan atau lisan yang diarahkan pada latar belakang dan individu secara holistik yang bertujuan untuk menjelaskan fenomena.[7]

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif yang mempelajari masalah-masalah yang ada serta tata cara kerja yang berlaku.

---

[6]Sugiyono, *Memahami Penelitian Kualitatif,* (Bandung: Alfa Beta, 2012), hlm.3
[7]Lexy J. Moleong.*Metode Penelitian Kualitatif* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2009), hlm.15

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku. Di dalamnya terdapat upaya mendeskripsikan, mencatat, analisis dan mengintepretasikan kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Dengan kata lain penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk memperoleh informasi-informasi mengenai keadaan yang ada, nyata, sekarang, sementara dan berlangsung.

Penelitian deskriptif kualitatif digunakan untuk menjelaskan peran media dan juga strategi membina hubungan yang baik dengan *stakeholder* dalam *event* YouMEC 2015.

Pada hakikatnya penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu metode dalam meneliti status sekelompok manusia, suatu objek dengan tujuan membuat deskriptif, gambaran atau lukisan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta-fakta atau fenomena yang diselidiki.

2. Subjek, Objek, dan Lokasi Penelitian
   a. Subjek dari penelitian ini yaitu panitia atau penyelenggara, dan juga peserta YouMEC 2015.
   b. Objek dari penelitian ini adalah peranan media dan *stakeholder relations* dalam *event* YouMEC 2015.
   c. Lokasi penelitian ini adalah *event Young Moslem Entrepreneur Camp* (YouMEC) 2015. Acara ini berlangsung di PPK Sampoerna Sukorejo Pasuruan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

3. Jenis dan Sumber Data

Dalam sebuah penelitian terdapat jenis dan sumber data yang diperoleh dilapangan ketika melakukan penelitian. Jenis dan sumber data dalam penelitian ini terdapat dua macam yaitu :

a. Data Primer

Data primer merupakan sumber data yang diperoleh langsung dari sumber asli (tidak melalui media perantara). Data primer dapat berupa opini subjek (orang) secara individual atau kelompok, hasil observasi terhadap suatu benda (fisik), kejadian atau kegiatan, dan hasil pengujian.

Dalam penelitian ini sumber primer didapatan ketika melakukan wawancara dengan panitia dan peserta YouMEC 2015. Selain itu data primer juga didapatkan dengan melakukan observasi secara langsung ketika acara YouMEC 2015 dilaksanakan.

b. Data Sekunder

Data sekunder merupakan sumber data penelitian yang diperoleh peneliti secara tidak langsung melalui media perantara (diperoleh dan dicatat oleh pihak lain). Data sekunder umumnya berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip (data dokumenter) yang dipublikasikan dan yang tidak dipublikasikan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

Data sekunder dalam penelitian ini didapatkan dari buku-buku, artikel, dan pustaka lain yang mendukung atau terkait dengan penelitian ini.

4. Tahap-Tahap Penelitian

   a. Pra Lapangan

      Ada beberapa tahapan yang dilakukan sebelum penelitian atau kegiatan pra lapangan. Tahapan-tahapan tersebut yaitu :

      1. Menyususun rancangan penelitian
      2. Memilih lapangan penelitian
      3. Menjajaki dan menilai lapangan
      4. Memilih dan memanfaatkan informan
      5. Menyiapkan perlengkapan penelitian

   b. Lapangan

      1. Memahami latar penelitian dan persiapan diri
      2. Memasuki lapangan
      3. Berperanserta sambil mengumpulkan data

   c. Penulisan Laporan

5. Teknik Pengumpulan Data

   Pengumpulan data merupakan langkah yang sangat penting dalam penelitian, karena itu seorang peneliti harus terampil dalam mengumpulkan data agar mendapatkan data yang valid. Pengumpulan data adalah prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Observasi Langsung

Observasi langsung adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut. Dalam kegiatan sehari-hari, kita selalu menggunakan mata untuk mengamati sesuatu. Hal ini dilakukan sehingga tidak menggantungkan data dari ingatan seseorang.

Observasi langsung juga dapat memperoleh data dari subjek baik yang tidak dapat berkomunikasi secara verbal atau yang tak mau berkomunikasi secara verbal. Dan dalam hal ini peneliti sudah melakukan observasi tentang hotel yang akan gunakan untuk acara ini. Diantaranya adalah hotel utami, hotel Alana, Green SAinn Surabaya dan PPK Sampoerna.

b. Wawancara

Wawancara adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab, sambil bertatap muka antara penanya dengan narasumber dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide.*

c. Dokumentasi

Dokumentasi adalah setiap bahan tertulis baik berupa karangan, memo, pengumuman, instruksi, majalah, buletin, pernyataan, aturan suatu lembaga masyarakat, dan berita yang disiarkan kepada media massa.

6. Teknik Analisis Data

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

a. Reduksi Data (Data Reduction)

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu perlu dicatat secara tiliti dan rinci. Reduksi data merupakan merangkum, memilih hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya.[8] Dengan begitu data yang telah direduksi akan mempermudah peneliti dalam menyajikan data dan proses pengumpulan data selanjutnya.

b. Display Data (Display Data)

Setelah mereduksi data, langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Penyajian data bisa dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, flowchart dan sejenisnya. Namun cara mendisplay data dalam penelitian kualitatif yang peling sering digunakan dalah melalui teks naratif, namun tidak menutup kemungkinan dalam bentuk bagan yang disertai dengan sedikit penjelasan.

a. Kesimpulan (Conclusion Drawing/Verification)

Langkah berikutnya dalam teknik analisis data menurut Miles dan Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal dapat bersifat sementara apabila kesimpulan masih membutuhkan bukti-bukti yang valid. Sedangkan kesimpulan tetap apabila kesimpulan yang ditarik didukung dengan data-data yang valid. Kesimpulan dalam penelitian kualitatif adalah

[8] Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2011, hlm. 247.

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id

sebuah kesimpulan yang bersifat baru yang sebelumnya belum pernah ada atau bisa juga menyempurnakan yang telah ada.

7. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data

Triangulasi adalah teknik pemerikasaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Di luar data itu untuk keperluan pengecekan atau sebagai pembanding terhadap data itu. Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan ialah pemeriksaan melalui sumber lainnya. Denzin (1978) membedakan empat macam triangulasi sebagai teknik pemeriksaan yang memanfaatkan penggnaan sumber, metode, penyidik dan teori[9].

Triangulasi berarti cara terbaik untuk menghilangkan perbedaan-perbedaan konstruksi kenyataan yang ada dalam konteks suatu stusi sewaktu mengumpulkan data tentang berbagai kejadian dan hubungan dari berbagai pandangan. Dengan kata lain bahwa dengan triangulasi, peneliti dapat me-reheck temuannya dengan jalan membandingkannya dengan berbagai sumber, metode, atau teori.

Untuk itu maka peneliti dapat melakukannya dengan jalan :

1. Mengajukan berbagai macam variasai pertanyaan
2. Mengeceknya dengan berbagai sumber data
3. Memanfaatkan berbagai metode agar pengecekan kepercayaan data dapat dilakukan.

[9] *Ibid,* hlm. 331

digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id digilib.uinsby.ac.id