

## PENERAPAN 7C DALAM MENSOSIALISASIKAN PAHAM ANTI RADIKALISME DI UNIVERSITAS MERCU BUANA

**Amirullah Munawir dan Dr. Irmulansati T.**

Magister Komunikasi, Fakultas Komunikasi Universitas Mercu Buana

**Abstrak.** Penelitian ini membahas mengenai penerapan 7C dalam mensosialisasikan paham anti radikalisme. Penelitian ini bertujuan untuk memahami proses dan strategi komunikasi dengan 7C di lingkup Universitas Mercu Buana dalam mensosialisasikan paham anti radikalisme.. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang bersifat deskriptif dengan Teknik pengumpulan data berupa wawancara secara mendalam dengan para narasumber ahli. Sedangkan teknik analisis data menggunakan teknik Miles & Huberman serta teknik pemeriksaan kepercayaan menggunakan triangulasi sumber. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa sosialisasi sesuai dengan strategi komunikasi 7c oleh Cutlip & Center yang terdiri dari kredibilitas, dengan menyebarkan informasi dari sumber terpercaya sesuai konteks yaitu apa yang dikatakan saat sosialisasi integrasi dan pluralism bangsa di lingkungan Universitas Mercu Buana. Selain itu menjelaskan konten yang digunakan, media yang digunakan dan isi pesan yang disampaikan. Salah satu program yang dibuat oleh pihak Universitas Mercu Buana adalah Bela Negara dan Seminar Kebangsaan.

**Kata Kunci :** Strategi Komunikasi, Universitas Mercu Buana, 7 C Cutlip & Center, Integrasi dan Pluralisme Bangsa

**Abstract.** This study discusses the application of 7C in disseminating anti-radicalism. This study aims to understand the process and strategy of communication with 7C within the scope of Mercu Buana University in disseminating anti-radicalism. This research uses a descriptive qualitative method with data collection techniques in the form of in-depth interviews with expert informants. While the data analysis technique uses the Miles & Huberman technique and the trust checking technique uses source triangulation. The results of this study show that the socialization is in accordance with the 7c communication strategy by Cutlip & Center which consists of credibility, by disseminating information from trusted sources according to context, namely what was said during the socialization of national integration and pluralism within Mercu Buana University. In addition to explaining the content used, the media used and the contents of the message conveyed. One of the programs created by Mercu Buana University is State Defense and Nationalism Seminar.

**Keywords:** Communication Strategy, Mercu Buana University, 7 C Cutlip & Center, National Integration and Pluralism

### PENDAHULUAN

Peran dan kedudukan mahasiswa di masyarakat juga sebagai *social control* yang sering terlibat di lapangan dalam berbagai kegiatan demonstrasi dan pemberontakan pemerintahan, yang menjunjung tinggi keterbukaan dan transparansi dalam melaksanakan pemerintahan agar lebih mensejahterakan rakyatnya dan meminimalisir tingkat penyelewengan di tingkat aparatur negara. Sebagai kaum intelektual mahasiswa harus bersikap berani dan kritis, berani untuk mendobrak zaman ke arah kemajuan dan kritis terhadap kebijakan para pemegang roda pemerintahan.

Dalam praktek yang ditemukan di lapangan, pemberontakan mahasiswa terhadap pemerintah sering dilakukan diiringi dengan kekerasan dan perusakan fasilitas umum milik negara. Isu-isu radikalisme yang disebar melalui media sosial dan pemberitaan media massa

juga menjadi salah satu pemicu aksi pemberontakan mahasiswa terhadap pemerintah terlebih apabila yang mendasarinya adalah menyangkut kepentingan agama dan golongan.

Undang-Undang RI Nomor 5 Tahun 2018 dan Peraturan Menteri Riset dan Pendidikan Tinggi Nomor 55 Tahun 2018 mengamanatkan kepada perguruan tinggi untuk turut terlibat dalam penangkalan radikalisme.

Pasal 1 angka 2 UU No. 12 Tahun 2012 juga disebutkan bahwa salah satu tujuan penyelenggaraan Pendidikan Tinggi adalah berkembangnya potensi Mahasiswa agar menjadi manusia yang beriman dan bertakwa kepada Tuhan Yang Maha Esa dan berakhlak mulia, sehat, berilmu, cakap, kreatif, mandiri, terampil, kompeten, dan berbudaya untuk kepentingan bangsa; Selain itu para Mahasiswa mempunyai tugas sesuai Tri Darma Perguruan Tinggi yaitu melakukan kegiatan pendidikan, penelitian dan pengabdian kepada masyarakat. Peran perguruan tinggi sebagai sebuah organisasi resmi sangat penting dalam mencegah disintegrasi bangsa, kampus sebagai produsen cendekiawan dianggap mampu melahirkan tokoh-tokoh yang patut dijadikan contoh.

Implementasi nilai radikalisme salah satunya terwujud dari tindakan intoleran dalam lingkungan keberagaman Indonesia yang terdiri dari beraneka ragam agama, suku, ras dan budaya. Masalah besar yang dihadapi Indonesia setelah merdeka adalah integrasi antara masyarakat yang majemuk. Integrasi bukan peleburan, tetapi keserasian persatuan.

Terdapat tantangan besar bagi perguruan tinggi selain menjalankan tri dharma perguruan tinggi adalah menanamkan dan mempertahankan nilai-nilai kebangsaan, persatuan dan kebhinekaan yang sudah diajarkan sejak di pendidikan dasar pada para mahasiswa melalui komunikasi organisasi dan pemilihan strategi komunikasi yang digunakan mengingat Perguruan Tinggi adalah lembaga pendidikan terakhir masyarakat sebelum akhirnya memasuki dunia kerja dan hidup bersosial. Lingkungan kampus yang gagal menanamkan nilai toleransi beragama dapat menimbulkan kesenjangan sosial dan mencederai nilai integritas bangsa yang majemuk yang seharusnya mempersatukan perbedaan-perbedaan yang ada pada suatu negara, termasuk agama dan kebudayaan sehingga terciptanya keserasian dan keselarasan secara nasional, Dalam kehidupan berbangsa negara dan berbangsa persatuan, toleransi dan saling menghargai merupakan satu perwujudan nilai-nilai luhur Pancasila sebagai dasar negara. Universitas Mercu Buana, merupakan salah satu kampus swasta dengan jumlah mahasiswa aktif terbanyak, tercatat 22 ribu mahasiswa aktif terdaftar di pangkalan data pendidikan tinggi. Berasal dari berbagai latar belakang Suku, Agama dan ras, mahasiswa Universitas Mercu Buana bersama melaksanakan pembelajaran. Sadar akan ancaman disintegrasi dan radikalisme, beberapa program diinisiasi untuk menghilangkan potensi terjadinya konflik. Salah satu program penguatan wawasan kebangsaan yang berbeda adalah kegiatan bela negara dengan menggandeng militer dalam proses pelaksanaannya. Selanjutnya bagaimana Universitas Mercu Buana melakukan sosialisasi nilai integrasi dan pluralisme bangsa akan peneliti cari tahu dalam penelitian ini.

Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui dan menganalisa penerapan 7C dalam mensosialisasikan paham anti radikalisme di Universitas Mercu Buana.

**Komunikasi Organisasi.** Menurut Arnold dan Feldman (1986) komunikasi organisasi adalah suatu proses pertukaran informasi diantara orang-orang dalam suatu organisasi. Dimana didalamnya terdapat empat tahapan komunikasi yang meliputi.

1. *attention* (Atensi / Perhatian)
2. *comprehension* (Komprehensi)
3. *acceptance as true* (Kebenaran/Fakta)
4. *retention* (Retensi)

Dalam buku komunikasi organisasi Arni (2005) Ada empat tujuan komunikasi organisasi, yaitu:

1. Menyatakan pikiran, pandangan dan pendapat.

Memberi peluang bagi para pemimpin organisasi dan anggotanya untuk menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat sehubungan dengan tugas dan fungsi yang mereka lakukan

2. Membagi informasi (information sharing).

Memberi peluang kepada seluruh aparatur organisasi untuk membagi informasi dan memberi makna yang sama atas visi, misi, tugas pokok, fungsi organisasi, sub organisasi, individu, maupun kelompok kerja dalam organisasi

3. Menyatakan perasaan dan emosi.

Memberi peluang bagi para pemimpin dan anggota organisasi untuk bertukar informasi yang berkaitan dengan perasaan dan emosi.

4. Tindakan koordinasi.

5. Bertujuan mengkoordinasi sebagai atau seluruh tindakan yang berkaitan dengan tugas dan fungsi organisasi yang telah dibagi habis ke dalam bagian atau subbagian organisasi. Organisasi tanpa koordinasi dan organisasi tanpa komunikasi sama dengan organisasi yang menampilkan aspek individual dan bukan menggambarkan aspek kerja sama.

Terdapat dua fungsi komunikasi organisasi, yakni fungsi umum dan fungsi khusus :

1) Fungsi Umum

a) Komunikasi berfungsi untuk menceritakan informasi terkini mengenai sebagai atau keseluruhan hal yang berkaitannya dengan kebijakan, hak dan kewajiban. Terkadang komunikasi merupakan proses pemberian informasi mengenai bagaimana seorang atau sekelompok orang harus mengerjakan satu tugas tertentu. Contoh : Kegiatan belajar mengajar.

b) Komunikasi berfungsi untuk “menjual” gagasan dan ide, pendapat, fakta, termasuk menjual sikap organisasi dan sikap tentang sesuatu yang merupakan subjek layanan. Contohnya: public relations (humas), pameran, pekan ilmiah, dll.

c) Komunikasi berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para individu agar mereka bisa belajar dari orang lain di dalam organisasi mereka (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain, tentang apa, yang “disampaikan” atau yang diceritakan oleh orang lain tentang organisasi.

d) Komunikasi berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan, atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, besaran kekuasaan dan kewenangan, menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya, serta mengalokasikan manusia, mesin, metode dan teknik dalam organisasi.

2) Fungsi khusus

a) Membuat para Pimpinan, Dosen, tenaga pendidik dan Mahasiswa melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi, lalu menerjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando.

b) Membuat civitas menciptakan dan menangani relasi antarsesama bagi peningkatan produk organisasi.

c) Membuat individu dalam organisasi memiliki kemampuan untuk menangani atau mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti. Menurut Charles Condrad (1985) yang dikutip oleh Alo Liliweri dalam bukunya sosiologi & komunikasi organisasi menyatakan bahwa ada dua fungsi makro komunikasi organisasi, yaitu fungsi komando dan fungsi relasi bermuara pada fungsi komunikasi yang mendukung organisasi dalam pengambilan keputusan, terutama ketika organisasi menghadapi situasi yang tidak menentu.

Menurut R.Wayne Pace & Brent (dalam Mukarom dan Laksana, 2015, p.223) ada 3 tujuan utama dari kegiatan komunikasi, yaitu :

1. *To secure understanding* (penerima pesan paham akan pesan yang disampaikan)
2. *To establish acceptance* (penerimaan pesan itu kemudian dibina)

### 3. *To motivate action* (kegiatan dimotivasikan)

**Four Steps Palnning Public Relation.** Dalam pemaparan Hartati ( 2013, p. 104 ) dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya seorang *public relations*, melakukan mekanisme kerja yang baik, terdapat empat langkah mekanisme kerja *public relations* yaitu:

**Fact Finding.** Dalam tahap ini dilakukan analisis data untuk menjadi informasi dari berbagai sumber antara lain buku, jurnal, majalah, website, dan lainnya. Pencarian fakta ini dapat dilakukan dengan survey, observasi, pengamatan, penelitian, atau bentuk-bentuk lain.

**Planning and programming.** Tahap ini dilakukan evaluasi kinerja masa lampau yang kemudian disusun rencana atau program. Analisis yang dipakai adalah analisis SWOT.

**Communication.** Agar kejadian berjalan dengan lancar maka ada beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam komunikasi yaitu, kredibilitas, keterkaitan isi, kejelasan, keberlanjutan, dan konsistensi.

**Evaluation.** Tahap ini dilakukan evaluasi pelaksanaan kegiatan dimana hasil evaluasi akan digunakan sebagai bahan perbaikan dan perencanaan yang akan datang.

**Strategi Komunikasi.** Dalam menyampaikan strategi kepada khalayak terdapat pedoman strategi komunikasi 7C oleh Cutlip & Center (Cutlip, Center, & Broom, 2011, 408) yang dijabarkan sebagai berikut :

#### 1. *Credibility* (Kredibilitas).

Komunikasi dimulai dengan iklim saling percaya. Penerima harus percaya kepada pengirim informasi dan menghormati kompetensi sumber informasi terhadap topik informasi.

#### 2. *Context* (Konteks)

Program komunikasi harus sesuai dengan kenyataan lingkungan. Konteks harus mengkonfirmasi, bukan menentang isi pesannya. Komunikasi yang efektif membutuhkan lingkungan sosial yang mendukung, yang sebagian besar dipengaruhi media massa.

#### 3. *Content* (isi)

Pesan harus mengandung makna bagi penerimanya dan harus sesuai dengan sistem nilai penerima. Pesan harus relevan dengan situasi penerima karena pada umumnya orang hanya memilih item informasi yang menjanjikan manfaat besar bagi mereka.

#### 4. *Clarity* (kejelasan).

Pesan yang akan diberikan harus dalam istilah yang tidak rumit. Kata yang akan disampaikan harus bermakna sama antara apa yang dimaksud oleh pemberi pesan dan si penerima pesan. Isu yang kompleks dipadatkan ke dalam tema, slogan, atau stereotip yang mengandung kesederhanaan dan kejelasan. Semakin jauh pesan akan disampaikan maka harus semakin sederhana. Tidak hanya itu, organisasi juga harus berbicara dalam satu suara yang sama.

#### 5. *Continuity and consistency* (kontinuitas dan konsistensi)

Komunikasi merupakan proses tanpa akhir yang membutuhkan repetisi agar bisa masuk. Repetisi yang bervariasi berperan untuk pembelajaran dan persuasi selain itu berita yang disampaikan haruslah konsisten

#### 6. *Channel* (saluran).

Saluran komunikasi yang sudah ada harus digunakan, sebaiknya saluran yang dihormati dan dipakai oleh si penerima. Menciptakan saluran baru bisa jadi sulit, membutuhkan waktu dan biaya yang cukup besar. Saluran yang berbeda akan menghasilkan efek yang berbeda pula. Pemilihan saluran perlu disesuaikan dengan publik sasaran. Orang mengasosiasikan nilai yang berbeda-beda pada berbagai saluran komunikasi.

### 7. *Capability of the audience* (kapabilitas atau kemampuan audiens).

Komunikasi harus mempertimbangkan kemampuan audiens. Komunikasi akan efektif apabila tidak banyak membebani penerima untuk memahaminya. Kemampuan ini dipengaruhi oleh faktor-faktor seperti waktu yang dimiliki, kebiasaan, kemampuan membaca dan pengetahuan yang telah mereka miliki.

Dalam penelitian ini, peneliti memfokuskan strategi komunikasi 7C yang diterapkan oleh Universitas Mercu Buana dalam mensosialisasikan paham anti radikalisme yang ditunjukkan bagi mahasiswa. Konteks 7C yang diambil oleh peneliti yaitu komunikasi organisasi Universitas Mercu Buana, dimana berbagai upaya yang dilakukan oleh pihak Universitas Mercu Buana tidak menitik beratkan pada bidang kehumasan.

**Integrasi Bangsa.** Integrasi sosial yaitu menyelaraskan segala perbedaan agar dapat mencapai suatu kesatuan kehidupan. Perbedaan itu antara lain perbedaan kedudukan sosial, suku, ras, agama, bahasa, dan kebudayaan (Setiadi, 2011:558). Selanjutnya, integrasi juga dapat diartikan suatu keadaan di mana kelompok-kelompok etnik beradaptasi dan bersikap komformitas terhadap kebudayaan mayoritas masyarakat, namun masih tetap mempertahankan kebudayaan mereka, masing-masing. Integrasi memiliki 2 pengertian, yaitu : 1) Pengendalian terhadap konflik dan penyimpangan sosial dalam suatu sistem sosial tertentu. 2) Membuat suatu keseluruhan dan menyatukan unsur-unsur tertentu (Muhsin, 2015:8).

**Pluralisme Bangsa.** Dalam Oxford Advanced Learner's Dictionary of Current English (1948) pluralisme adalah suatu prinsip bahwa kelompok-kelompok berbeda tersebut dapat hidup bersama dalam kedamaian dalam suatu masyarakat. Jerson Benia (2009) menyatakan pluralisme merupakan pengakuan terhadap integritas setiap agama dalam keseluruhan bagian-bagiannya yang khas berbeda. Dalam pandangan ini setiap agama hanyalah sebuah agama di antara sejumlah lainnya dan masing-masing nabi atau “pemimpin spiritual”nya hanya merupakan salah satu “penyelamat” di akhirat nanti di antara sejumlah “penyelamat” lainnya.

**Integrasi Bangsa.** Integrasi sosial yaitu menyelaraskan segala perbedaan agar dapat mencapai suatu kesatuan kehidupan. Perbedaan itu antara lain perbedaan kedudukan sosial, suku, ras, agama, bahasa, dan kebudayaan (Setiadi, 2011:558). Selanjutnya, integrasi juga dapat diartikan suatu keadaan di mana kelompok-kelompok etnik beradaptasi dan bersikap komformitas terhadap kebudayaan mayoritas masyarakat, namun masih tetap mempertahankan kebudayaan mereka, masing-masing. Integrasi memiliki 2 pengertian, yaitu : 1) Pengendalian terhadap konflik dan penyimpangan sosial dalam suatu sistem sosial tertentu. 2) Membuat suatu keseluruhan dan menyatukan unsur-unsur tertentu (Muhsin, 2015:8).

**Perguruan Tinggi.** Perguruan tinggi merupakan sarana bagi mahasiswa untuk dapat mengeksplorasi berbagai kreatifitas maupun untuk mengembangkan pengetahuan dalam proses pembangunan kognitif. Dalam dunia pendidikan memiliki peranan penting dalam membangun generasi muda dalam rangka pembangunan nasional. Sehingga, adanya perguruan tinggi dapat memiliki manfaat yang besar bagi individu yang dapat mengembangkan kemampuan yang dimiliki dalam pembangunan kualitas kepribadian yang berkarakter (Liana, 2012).

Dalam menerapkan fungsinya, sistem pendidikan nasional setidaknya memiliki tiga tanggung jawab utama yaitu :

1. Tanggung jawab konstitusi secara eksplisit dinyatakan dalam UUD 1945

2. Tanggung jawab ekonomi yaitu memberdayakan masyarakat agar mampu mengakses sumber ekonomi menjadi mata pencaharian yang layak
3. Tanggung jawab sosial, yaitu memberikan kesempatan yang luas dan sama untuk memperoleh akses pendidikan tanpa memandang perbedaan *gender*, suku, dan agama.

Untuk mencapai tujuan tersebut, perguruan tinggi menawarkan mata kuliah yang diwajibkan terdiri atas kelompok matakuliah keahlian, profesi, bersama, dan kelompok matakuliah pengembangan kepribadian (MPK). Mengacu pada PP Nomor 19 Tahun 2005 tentang Standar Nasional Pendidikan dinyatakan bahwa kurikulum tingkat satuan Perguruan Tinggi wajib memuat mata kuliah Pendidikan Agama, Pendidikan Kewarganegaraan, Pendidikan Bahasa Indonesia dan Pendidikan Bahasa Inggris. Bahkan sebagian pimpinan Perguruan Tinggi, terutama di pulau Jawa mendesak agar Dirjen Dikti Depdiknas memasukkan kembali Pendidikan Pancasila dan pendidikan budi pekerti sebagai bagian dari MPK sebagaimana pernah diatur dalam Surat Keputusan Dirjen Dikti Nomor 038/U/2002.

## METODE

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif. Metode ini dipilih untuk memperoleh deskripsi menyeluruh dengan struktur sistematis mengenai strategi komunikasi Universitas Mercu Buana dalam mensosialisasikan nilai integrasi dan pluralisme bangsa.

Menurut Creswell (2013) studi kasus merupakan strategi penelitian dimana peneliti menyelidiki secara cermat tentang suatu program, peristiwa, aktivitas, proses, atau kelompok individu. Creswell mengemukakan beberapa karakteristik dari suatu studi kasus yaitu :

1. mengidentifikasi “kasus” untuk suatu studi;
2. Kasus tersebut merupakan sebuah “sistem yang terikat” oleh waktu dan tempat;
3. Studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya untuk memberikan gambaran secara rinci dan mendalam tentang respons dari suatu peristiwa
4. Menggunakan pendekatan studi kasus, peneliti akan “menghabiskan waktu” dalam menggambarkan konteks atau setting untuk suatu kasus

Dengan demikian, Studi kasus dapat dijelaskan sebagai sebuah format penelitian deskriptif kualitatif yang memusatkan diri pada sesuatu unit tertentu dari berbagai fenomena. Dari ciri ini memungkinkan studi ini dapat amat mendalam, dengan demikian kedalaman data yang menjadi pertimbangan dalam penelitian. Karena itu, penelitian studi kasus bersifat mendalam dan menusuk ke sasaran penelitian. Selain itu, deskriptif kualitatif studi kasus merupakan penelitian eksplorasi dan memainkan peran yang amat penting dalam menciptakan pemahaman orang tentang berbagai variabel sosial.

Key informan :

1. Wakil Rektor bidang Pembelajaran, Ristek dan Kemahasiswaan Universitas Mercu Buana, Dr.a. Harwikarya, MT selaku pembantu Rektor dalam hal pelaksanaan dan implementasi kegiatan akademik dan kemahasiswaan.
2. Biro Kemahasiswaan, Ibu Yuni Tresnawati M.I.Kom sebagai pelaksana strategi organisasi dalam mensosialisasikan nilai integrasi dan pluralitas.
3. a. Badan Pembinaan Ideologi Pancasila sebagai lembaga negara yang memiliki tugas membantu Presiden dalam merumuskan arah kebijakan pembinaan ideologi Pancasila, melaksanakan koordinasi, sinkronisasi, dan pengendalian pembinaan ideologi Pancasila secara menyeluruh dan berkelanjutan, dan melaksanakan penyusunan standarisasi pendidikan dan pelatihan, menyelenggarakan pendidikan dan pelatihan, serta memberikan rekomendasi berdasarkan hasil kajian terhadap kebijakan atau regulasi yang bertentangan dengan Pancasila
4. Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Organisasi Kemahasiswaan yang memiliki peran penting dalam implementasi nilai integrasi dan pluralisme bangsa

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah model interaktif yang dikenalkan oleh Miles and Huberman dan adapun komponen- komponen dalam menganalisis data mencakup kondensasi data (*data condensation*), penyajian data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan (*conclusion drawing / verification*) (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p.12)

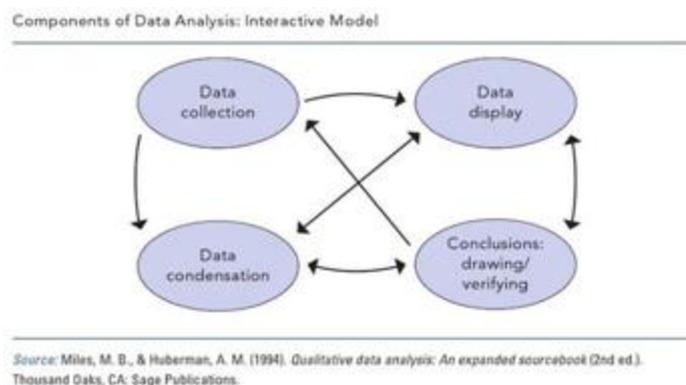
**Kondensasi Data (*Data Condensation*).** Kondensasi data mengacu pada proses memilih, memfokuskan, menyederhanakan, mengabstraksi, dan mentransformasi data yang di dapat dari lapangan baik dalam bentuk catatan lapangan, transkrip wawancara, dokumen dan materi-materi empiris lainnya (Miles, Huberman & Saldana, 2014 ,p.12)

Miles, Huberman, dan Saldana tidak menggunakan *term* “*data reduction*” karena hal tersebut dapat mengartikan data tersebut ada yang kita hilangkan sehingga menjadi lemah. Mereka mengungkapkan bahwa kondensasi data merupakan bentuk analisis dimana data-data tersebut dikuatkan, disortir, difokuskan, dan diorganisir melalui satu cara untuk mencapai suatu kesimpulan dan dapat diverifikasi.

**Penyajian Data (*Data Display*).** Umumnya data yang disajikan adalah data yang sudah terorganisir dan sudah dikumpulkan sedemikian rupa agar dapat ditarik kesimpulan dan dapat ditentukan tindakan apa yang harus diambil oleh peneliti (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, 13). Umumnya data yang disajikan dalam kualitatif berbentuk teks panjang lebar hal ini membuat peneliti menjadi bosan, gegabah, dan sulit menemukan kesimpulan oleh karenanya saat ini Miles, Huberman, & Saldana dalam bukunya yang berjudul *Qualitative Data Analysis* (2014, p. 13) menyarankan untuk mulai menyajikan data dengan menggabungkan teks, tabel dan bagan agar dihasilkan informasi yang tersusun dalam suatu bentuk yang padu dan mudah ditarik kesimpulannya oleh peneliti.

**Kesimpulan, Penarikan / Verifikasi (*Conclusion Drawing/ Verification*).** Langkah ketiga adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Sejak awal mengumpulkan data, peneliti mulai menginterpretasikan hal-hal yang ditemuinya melalui catatan namun peneliti harus tetap terbuka dan belum bisa mengambil kesimpulan karena masih samar kesimpulan akhir ini nantinya akan diperoleh saat seluruh pengumpulan data selesai (Miles, Huberman, & Saldana, 2014, p.13).

Selama proses ini mulai dari kondensasi data, penyajian data hingga kesimpulan dan penarikan/verifikasi dilakukan secara terus menerus dan berkaitan satu sama lain hal ini sesuai dengan yang diungkapkan Miles, Huberman dan Saldana : “*The researcher steadily moves among these four nodes during data collection, and then shuttles among condensing, displaying, and conclusion drawing/verifying for the remainder of the study. In this view, qualitative data analysis is a continuous, iterative enterprise*”.



**Gambar 1.** Komponen Analisis Data; Model Interaktif Miles dan Huberman,

Validitas atau kesahihan penelitian ini terletak pada proses sewaktu peneliti turun ke lapangan mengumpulkan data dan sewaktu proses analisis interpretatif data. Peneliti menggunakan dua jenis penilaian kesahihan penelitian kualitatif (Kriyantono, 2008: 70-72), sebagai berikut:

- a. Kompetensi Subjek Penelitian Artinya subyek dalam penelitian ini kredibel, cara yang peneliti lakukan untuk melihat kompetensi subjek adalah menguji jawaban-jawaban pertanyaan terkait dengan pengalaman subjek.
- b. *Trustworthiness* Yaitu peneliti menguji kebenaran dan kejujuran subjek dalam mengungkap realitas menurut apa yang dialami, dirasakan atau dibayangkan dengan mencakup dua hal, yaitu: *authenticity* dan analisis triangulasi.
  1. *Authenticity*, peneliti memperluas konstruksi personal yang diungkapkan, yaitu peneliti memfasilitasi dan memberikan kesempatan pengungkapan konstruksi personal yang lebih detail, sehingga dapat dengan mudah mendapatkan pemahaman yang mendalam.
  2. Analisis triangulasi, peneliti menganalisis jawaban subjek dengan meneliti kebenarannya dengan data empiris (sumber data lainnya) yang tersedia. Di sini jawaban subjek di cross check dengan dokumen yang ada.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan triangulasi sumber, yaitu dengan membandingkan dan mengecek ulang derajat kepercayaan dari sumber yaitu dengan membandingkan hasil Wawancara, data dengan studi pustaka.

Dalam triangulasi sumber pada penelitian ini, dapat dijelaskan bahwa data disini dikumpulkan dari data yang peneliti dapatkan dari Universitas serta Dosen dan Mahasiswa berupa foto/gambar, dokumen-dokumen terkait, yang di *cross check* dengan hasil wawancara yang telah dilakukan dengan narasumber (*key informan & informan*), yang kemudian di *crosscheck* lagi dengan studi pustaka, untuk membandingkan derajat kepercayaan dari sumber tersebut. Itu semua ditempuh sebagai daya-upaya peneliti untuk mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh dari berbagai sudut pandang yang berbeda, untuk mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan data dan analisis data.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, penulis mewawancarai empat informan yang berasal dari internal Universitas Mercu Buana maupun dari luar lingkup Universitas Mercu Buana. Dalam menyampaikan suatu informasi kepada publik tentunya diperlukan suatu strategi komunikasi yang terencana dengan baik agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan maksimal dan sesuai dengan target *audience*. Strategi sendiri berarti perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan tertentu dalam praktik operasional suatu program (Ruslan, 2013, p.37). Dalam menganalisis strategi komunikasi yang dilakukan oleh Universitas Mercu Buana, peneliti menggunakan Strategi komunikasi 7C Cutlip & Center sebagai pedoman yang di dalamnya terdiri dari 7 elemen.

**Strategi Komunikasi 7 C.** Strategi Komunikasi Perguruan Tinggi Dalam Mensosialisasikan Nilai Integrasi dan Pluralisme Bangsa studi kasus pada lingkup Universitas Mercu Buana dengan menggunakan elemen-elemen strategi komunikasi 7 C Cutlip & Center yaitu *Credibility* (Kredibilitas), *context* (konteks), *clarity* (kejelasan), *continuity & consistency* (kontinuitas dan konsistensi), serta *capability of audience* (kesanggupan khalayak), maka penerapan elemen-elemen 7 C dalam sosialisasi integrasi dan pluralisme bangsa kepada mahasiswa Mercu Buana telah sesuai dengan ketentuan 7C Cutlip & Center.

### a. Kredibilitas

Universitas Mercu Buana menjalankan komunikasi organisasi berupa komunikasi internal dan eksternal dengan baik, karena bagaimanapun sistem komunikasi dalam suatu organisasi sangat berpengaruh bagi berhasil dan tidaknya organisasi tersebut dalam

mencapai tujuannya maka dari itu komunikasi yang efektif sangat penting dalam suatu organisasi

**b. Konteks**

Universitas Mercu Buana telah melakukan proses komunikasi dengan mahasiswa dalam berbagai konteks salah satunya berkaitan dengan kebangsaan. Namun perlu adanya pembaharuan informasi yang diterima mahasiswa, tidak melulu soal akademis tetapi juga diluar itu. Perlu ada peningkatan intensitas penyebaran informasi dalam konteks kebangsaan yang diterima mahasiswa.

**c. Konten**

Konten atau isi pesan yang disampaikan oleh pihak Universitas Mercu Buana terkait integrasi dan pluralisme bangsa, berdasar dengan pendidikan dasar dari kampus salah satunya pendidikan karakter serta menanamkan jiwa Pancasila pada setiap mahasiswa dengan berbagai program yang dibuat pihak kampus.

**d. Kejelasan Isi Pesan**

Pesan berantai grup whatsapp menjadi salah satu cara yang efektif bagi pihak Universitas Mercu Buana dalam mensosialisasikan nilai integrasi dan pluralisme bangsa serta menjunjung tinggi nilai-nilai kebangsaan yang patut ditanamkan pada jiwa mahasiswa.

**e. Kesenambungan dan Konsistensi**

Universitas Mercu Buana secara konsisten selalu melakukan penyebaran informasi terkait nilai integrasi dan pluralisme bangsa pada mahasiswa, hal ini dilakukan secara berkala atau rutin agar informasi yang diterima berkesinambungan.

**f. Saluran**

Pihak Universitas Mercu Buana telah menyalurkan informasi terkait integrasi dan pluralisme bangsa melalui tiga media tersebut yaitu melalui media cetak seperti buku saku yang dibagikan pada mahasiswa, pamflet, dan selebaran. Kemudian dari media elektronik, pihak Universitas Mercu Buana juga mengoperasikan akun sosial media instagram dan website. Pada komunikasi tatap muka sebelum terjadi pandemi pada awal tahun 2020, pihak Universitas Mercu Buana melakukan kegiatan seperti bela negara, dan seminar kebangsaan, namun hal ini belum dilakukan kembali secara tatap muka dan digantikan dengan sistem daring.

**g. Kesanggupan Khalayak**

mahasiswa menjadi fokus utama pihak Universitas Mercu Buana dalam segala aspek. Pada dasarnya mahasiswa telah memiliki jiwa kebangsaan, sehingga pihak Universitas Mercu Buana melengkapi nilai tersebut agar mahasiswa tidak terlibat dalam radikalisme, dan disintegrasi serta menjunjung tinggi nilai kebudayaan dan keberagaman.

2. Dari sisi Badan Pembinaan Ideologi Pancasila dalam menegakkan nilai kebangsaan, cara yang paling efektif melalui pendidikan.
3. Sedangkan upaya yang dilakukan Badan Pembinaan Ideologi Pancasila diantaranya mengadakan kegiatan yang melibatkan mahasiswa serta pelajar seperti lomba orasi, dan lomba bedah lagu nusantara.

**Pandangan Dan Upaya Badan Pembinaan Ideologi Pancasila.** Pada dasarnya Indonesia merupakan perpaduan, percampuran dari banyak aspek contohnya bahasa. Di Negara Arab misalnya, dalam satu negara hanya menggunakan satu bahasa, sedangkan di Indonesia jangankan satu negara satu pulau saja memiliki beragam bahasa yang digunakan masyarakat. Seperti Papua saja memiliki 300 bahasa. Dari bahasa saja, resiko perpecahan pasti sangat besar belum lagi dari budaya, adat, kebiasaan, warna kulit dan agama. Manusia harus menyadari bahwa seseorang lahir di bumi yang merupakan ciptaan Tuhan, telah memiliki banyak perbedaan maka dari itu sebaiknya kaum muda menerima pluralisme. Maka dari itu Pancasila merupakan pandangan hidup dan sebagai filosofi, pada masa yang akan datang juga nilai pancasila tetap dijunjung.

Saat ini banyak sekali terjadi pergeseran makna yang arahnya pada agama, sehingga hal ini yang menjadi sumbu dari perpecahan antar umat beragama bahkan masyarakat awam. Seperti halnya jihad, Jihad merupakan sesuatu hal yang baik, dan positif namun saat ini malah dikonotasikan sebagai kegiatan yang melawan negara.

Banyak upaya yang dilakukan oleh Badan Pembinaan Ideologi Pancasila, untuk menanam jiwa nasionalisme bagi masyarakat Indonesia. Cara efektif untuk mengamalkannya yaitu melalui pendidikan, saat ini pihak Badan Pembinaan Ideologi Pancasila sedang menyusun 15 jenis buku bahan ajar pendidikan pancasila dari PAUD hingga perguruan tinggi. Buku bahan belajar ini lebih banyak dirumuskan dengan 30% teori 70% aktualisasi atau praktek.

Saat ini buku tersebut masih dalam tahap perizinan, dan untuk menggantikannya Badan Pembinaan Ideologi Pancasila melakukan hal lain yang lebih menarik yaitu melalui lomba-lomba kebangsaan misalkan lomba orasi dengan tema cinta tanah air dengan memanfaatkan media sosial sebagai penyalurnya seperti tiktok, instagram, youtube, dan facebook. Tema yang diambil tentang pancasila, seperti aku dan pancasila. Serta mengadakan festival bedah musik nusantara untuk mahasiswa yang sudah berjalan di beberapa Perguruan Tinggi Negeri.

Proses sosialisasi yang dilakukan oleh Badan Pembinaan Ideologi Pancasila lebih banyak memanfaatkan sosial media. Hal ini dikarenakan sosial media ibaratnya sudah menjadi nafas bagi kaum milenial. Hal ini terjadi karena media sosial dinilai memiliki peranan penting untuk sosialisasi penanaman cinta pancasila apalagi bagi kaum milenial. Badan Pembinaan Ideologi Pancasila menemukan adanya komunikasi dua arah setelah melakukan program lomba melalui sosial media. Jadi para peserta yang merupakan pelajar dan mahasiswa melakukan aksi bela pancasila dan dapat diketahui sejauh mana pemahaman peserta.

## **PENUTUP**

Pada dasarnya, manusia terlahir dengan berbagai ragam perbedaan dari segi agama, ras maupun budaya. Disampaikan pihak Badan Pembinaan Ideologi Pancasila, manusia mau tidak mau harus menerima perbedaan yang ada. Penanaman nilai kebangsaan sebaiknya diajarkan sejak dini, dan cara paling ampuh melalui Pendidikan di sekolah dari Pendidikan Anak Usia Dini hingga Perguruan Tinggi. Seperti halnya yang dilakukan Perguruan Tinggi Mercu Buana.

Sebagai sebuah institusi Pendidikan, Universitas Mercu Buana menjalankan komunikasi organisasi berupa komunikasi internal dan eksternal dengan baik, karena bagaimanapun sistem komunikasi dalam suatu organisasi sangat berpengaruh bagi berhasil dan tidaknya organisasi tersebut dalam mencapai tujuannya maka dari itu komunikasi yang efektif sangat penting dalam suatu organisasi.

Salah satu upaya Universitas Mercu Buana dalam menanamkan nilai Intergrasi dan Pluralisme bangsa pada mahasiswa yaitu melalui berbagai kegiatan yang berkaitan dengan kebangsaan. Kegiatan tersebut adalah bela negara, seminar kebangsaan, dan pengiriman mahasiswa ke daerah bencana alam sebagai *volunteer*. Dengan cara ini, pihak kampus optimis bahwa mahasiswa akan lebih memiliki rasa nasionalisme yang tinggi dengan menjunjung tinggi Bhineka Tunggal Ika karena mahasiswa tidak hanya diberikan materi tetapi juga terjun langsung dan melakukan kegiatan.

Cara lain yang dilakukannya yaitu dengan memberikan buku saku bagi setiap mahasiswa yang berisi kode etik, tentu saja kode etik yang terkandung memiliki nilai kebangsaan seperti anjuran bersikap baik dengan seluruh elemen kampus, anjuran meningkatkan kedisiplinan, dan lain sebagainya. Pihak kampus juga menjalin komunikasi dengan mahasiswa dengan sistem *online* seperti membuat grup *chat* whatsapp, fungsi dari grup ini untuk memberikan

informasi kepada mahasiswa terkait hal akademis maupun non akademis. Disampaikan salah satu informan, bahwa grup ini merupakan salah satu alternatif yang ampuh digunakan saat ini. Pasalnya tidak semua mahasiswa memiliki jiwa kritis yang sama, maka dari itu grup ini dibuat agar informasi tersebar secara merata dan bisa langsung terkonformasi jika ada kesalahpahaman informasi yang diberikan. Melalui grup whatsapp juga, pihak kampus memberikan materi terkait nilai-nilai kebangsaan. Namun cara ini bisa belum terbilang sempurna, karena pada penuturan informan dari pihak BEM informasi terkait nilai kebangsaan yang disampaikan pihak kampus perlu dikaji lebih dalam, dengan intesitas yang tinggi.

Adapula pandangan dan upaya yang dilakukan oleh Badan Pembinaan Ideologi Pancasila terkait hal ini. Dalam meningkatkan rasa integrasi dan pluralisme bangsa khususnya bagi pelajar dan mahasiswa, pihak Badan Pembinaan Ideologi Pancasila mengadakan kegiatan seperti lomba yang diikuti oleh pelajar dan mahasiswa, dengan memanfaatkan media sosial agar mudah dijangkau oleh kaum milenial. Tidak hanya itu, upaya lainnya adalah pihak Badan Pembinaan Ideologi Pancasila bekerja sama dengan salah satu stasiun televisi swasta untuk membuat program yang berisi tentang cara-cara yang dilakukan oleh seseorang dalam menjunjung nilai kebangsaan.

## DAFTAR RUJUKAN

- Arni, M. (2017). *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT Bumi Aksara
- Bungin, B. (2010). *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Prenada Media Group
- Cangcara, H. (2014). *PERENCANAAN & STRATEGI KOMUNIKASI*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Creswell. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design*. United State of America : SAGE Publications, Inc
- Cutlip, Center, dan Broom. (2011). *EFFECTIVE PUBLIC RELATIONS*. Jakarta: Prenada Media Group
- Hartati, N. (2013) *public relations*. Bojongsari: kementerian pendidikan dan kebudayaan
- Littlejohn dan Foss. (2009). *TEORI KOMUNIKASI*. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika
- Miles, Huberman dan Saldana. (2014). *Qualitative Data Analysis*. United States of America : SAGE Publication, Inc