

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Konteks Penelitian

Bilamana anda ingin meraih suatu mimpi anda yaitu menjadi orang sukses, maka anda haruslah mempunyai motivasi yang tinggi. Dengan adanya motivasi yang diterapkan pada para Anggota itu merupakan salah satu akar yang akan membawa suatu Organisasi pada kualitas yang lebih baik terutama pada bidang kinerja, sehingga pada level yang lebih luas menjadikan suatu Organisasi menjadi lebih maju. Oleh karena itu motivasi merupakan sebuah syarat cukup untuk mencapai kesuksesan.

Untuk mendapatkan sebuah kepuasan dalam lingkungan atau tempat kerja, suatu organisasi atau lembaga haruslah melihat dari etos kerja yang diberikan para anggota terhadap organisasi, dan dapat diraih dengan suatu motivasi yang timbul baik dari kenaikan gaji, fasilitas yang diberikan organisasi, visi dan misi suatu organisasi, *Hymne* atau lagu atau *Hymne* sebuah organisasi, lambang organisasi ataupun budaya organisasi, yang bilamana semuanya itu dimaknai secara mendalam oleh para anggota, maka para anggota pun dapat termotivasi dalam bekerja dan dengan dilakukannya hal tersebut akan memberikan nuansa yang positif bagi kemajuan sebuah organisasi salah satunya organisasi kemahasiswaan yang bernaftaskan Islam yaitu Himpunan Mahasiswa Islam (HMI)

Himpunan Mahasiswa Islam (disingkat HMI) adalah sebuah organisasi yang didirikan di Yogyakarta pada tanggal 5 Februari 1947, atas prakarsa Lafran

Pane beserta 14 orang mahasiswa Sekolah Tinggi Islam Yogyakarta. (http://id.wikipedia.org/wiki/Himpunan_Mahasiswa_Islam)

Dan pada Saat ini telah banyak ditemukan berbagai perubahan motivasi yang dilakukan oleh organisasi tersebut yang diberikan anggota demi bertahan dilingkungannya dan mewujudkan tujuan-tujuan tertentu yang diharapkan akan membuat organisasi tersebut dapat terus bertahan menyampaikan ideologinya.

Identitas organisasi begitu penting, sehingga organisasi rela untuk mengeluarkan biaya yang tidak sedikit untuk mengubah identitasnya. Hal ini disebabkan banyaknya orang melakukan kontak pertama kali dengan suatu organisasi melalui identitas organisasi yang dapat memberikan motivasi pada kinerja orang yang melihat ataupun anggota tersebut. Identitas yang dapat memberikan motivasi terhadap anggotanya baik melalui iklan, logo, maupun *Hymne* organisasi, dan sebagainya. Segala hal yang disebutkan di atas merupakan identitas secara verbal bagi mereka yang sebelumnya kurang termotivasi dalam bekerja, dan mereka dapat mempersepsikan apa yang mereka lihat tersebut sebagai motivasi mereka terhadap organisasi.

Salah satu contoh motivasi yang diberikan kepada anggota yaitu melalui musik atau lagu atau dengan istilah *Hymne*. Musik memiliki banyak aspek dan banyak yang menggunakannya, akan tetapi pada umumnya diakui bahwa aspek kepedulian adalah yang paling utama dibandingkan aspek emosional. Seperti *Hymne*, lagu kebangsaan, lagu cinta, atau lagu kritik politik, musik dapat membangkitkan perasaan kemunafikan, patriotisme, romance atau memberontak.

Musik seringkali digunakan sebagai media untuk menyampaikan pesan secara unik melalui lagu. Lagu sebagai media yang universal dan efektif. Musik dapat menuangkan atau mewakili gagasan, pesan, dan ekspresi pencipta kepada pendengarnya melalui lirik, komposisi musik, pemilihan instrumen musik, dan cara ia membawakannya. Gagasan dalam lagu dapat berupa ungkapan cinta, protes terhadap suatu hal, kemarahan, kegundahan dan sebagainya, yang kesemuanya dirangkai dengan kata-kata indah, puitis, dan tidak selalu lugas.

Setiap organisasi tentunya memiliki sebuah pola *Hymne* atau lagu organisasi yang berbeda-beda yang dapat mewakili atau menggambarkan kemajuan suatu organisasi, sehingga dari *Hymne* yang diciptakan diharapkan dapat menimbulkan suatu makna yang dapat membangun etos kerja para anggota. Pemberian makna terhadap suatu *Hymne* organisasi yang dimaksud adalah sebuah ungkapan, sikap atau perasaan baik senang maupun tidak senang yang dimunculkan melalui sikap kerja yang apabila seseorang anggota memberikan suatu ungkapan makna *Hymne* organisasi dengan baik, maka kinerja anggota itu pun dapat berkembang dan produktif, sedangkan apabila pemberian makna yang terdapat pada *Hymne* organisasi tidak baik maka kinerja yang dilakukan seseorang anggota tidak produktif, sehingga akan menyebabkan menurunnya tingkat produktifitas anggota. Hal ini terlihat dari beberapa lirik lagu yang berisikan respon terhadap kondisi dalam perkembangan dalam dunia organisasi HMI.

Melihat dari kekuatan yang dimiliki sebagai alat untuk menyampaikan pesan secara efektif, lagu atau *Hymne* organisasi juga sering digunakan sebagai media untuk menyuarakan pesan-pesan yang positif bagi organisasi, karena

Hymne itu dibuat tidak semata-mata untuk ajang gengsi karena semua organisasi mempunyai, tetapi untuk mewakili atau menggambarkan identitas sebuah organisasi. Menurut Sloboda perasaan manusia terikat dengan bentuk musik, karena terdapat konsistensi dalam merespon musik dan secara relatif memberikan cerminan pada lingkungan yang sama (Djohan, 2003:7).

Kongres ke V di Medan pada tanggal 24-31 desember 1957 menghasilkan keputusan :

1. Mengesahkan *hymne* HMI, syair lagunya diciptakan oleh R.M. Akbar.
2. Merumuskan tafsir asas HMI

1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian

1.2.1 Fokus Penelitian

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka dapat sebuah rumusan masalah sebagai berikut :

“Bagaimana Analisis Semiotika Dalam Perspektif Peirce Pada Lagu *Hymne* HMI?”

1.2.2 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penulis mengidentifikasi masalah pemaknaan lagu *Hymne* HMI sebagai berikut :

1. Bagaimana makna *sign* dalam perspektif Peirce pada lirik *Hymne* HMI?
2. Bagaimana makna *Object* dalam perspektif Peirce pada Lirik *Hymne* HMI?

3. Bagaimana makna *Interpretant* dalam perspektif Peirce pada Lirik *Hymne HMI*?
4. Bagaimana audio dan intonasi yang terdapat pada *Hymne HMI* dalam perspektif Peirce?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan penulis untuk meneliti hal tersebut di atas sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui makna *sign* dalam perspektif Peirce pada lirik *Hymne HMI*
2. Untuk mengetahui makna *Object* dalam perspektif Peirce pada Lirik *Hymne HMI*
3. Untuk mengetahui makna *Interpretant* dalam perspektif Peirce pada Lirik *Hymne HMI*
4. Untuk mengetahui audio dan intonasi yang terdapat pada *Hymne HMI* dalam perspektif Peirce.

1.4 Kegunaan penelitian

1.4.1 Kegunaan Penelitian Akademis

Penulis mengharapkan dengan adanya penelitian ini dapat memberikan kontribusi positif bagi disiplin ilmu komunikasi khususnya dalam konteks komunikasi organisasi di mana *Hymne* atau lagu juga dapat menjadikan cerminan maupun dorongan bagi suatu organisasi dalam memajukan atau membangun etos kerja para Anggota.

Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk:

1. Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat dan pengetahuan baru bagi pengembangan kajian ilmu komunikasi.
2. Sebagai bahan referensi bagi mahasiswa atau pihak-pihak yang mempelajari semiotika dalam kajian ilmu komunikasi maupun peneliti selanjutnya.

1.4.2 Kegunaan Penelitian Praktis

Studi ini guna untuk membantu dan memberi kontribusi terhadap pencipta lagunya karena lagu atau *Hymne* suatu Organisasi diciptakan agar dapat selalu membantu para anggotanya untuk memotivasi dalam melakukan suatu pekerjaan atau membangun etos kerja yang tinggi. Pembuatan *Hymne* HMI diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran sebagai bahan kajian dan memberikan manfaat tidak hanya untuk didengarkan oleh para anggota akan tetapi sebagai tambahan informasi juga agar para anggota memiliki etos kerja yang tinggi sesuai dengan harapan visi dan misi suatu organisasi. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat berguna untuk Menjadi masukan mengenai Pemaknaan *Hymne* HMI bagi khalayak. Sekaligus menjadi masukan, informasi, dan evaluasi.

1.5 Setting Penelitian

1.5.1 Pembatasan Penelitian

Dalam melakukan pembahasan penelitian ini, penulis membatasi pembahasan menjadi permasalahan yang terkait dengan hal-hal yang menyangkut mengenai tanda-tanda yang ditimbulkan dan dirangkai sehingga mempunyai

beberapa makna dari lagu *Hymne* HMI yang dapat membangun etos kerja.

Adapun batasan masalah yang penulis tulis yaitu :

1. Lagu *Hymne* HMI
2. Penelitian dilakukan dengan menggunakan analisis semiotika pragmatisme Charles Sanders Peirce, sehingga yang dicari adalah *sign*, *object*, dan *interpretant* yang terkandung pada *Hymne* HMI
3. Lokasi yang peneliti pilih ialah HMI Cabang Bandung

1.5.2 Pengertian Istilah Penelitian

1. Pengertian Analisis

Analisis adalah penguraian suatu pokok atas berbagai bagiannya dan penelaahan bagian itu sendiri serta hubungan antar bagian untuk memperoleh pengertian yang tepat dan pemahaman arti keseluruhan (Kamus Besar Bahasa Indonesia).

2. Pengertian Semiotika

Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda (*signs*) adalah basis dari seluruh komunikasi (Littlejohn, 1996:64) (Sobur, 2009 : 15).

3. Pengertian *Hymne*

Setiap organisasi tentunya mempunyai *Hymne* atau lagu sebagai salah satu contoh yang menggambarkan identitas sebuah organisasi.

Musik *Hymne* atau lagu *Hymne* adalah **Himne** atau **gita puja** adalah sejenis nyanyian pujaan, biasanya pujaan ditujukan untuk Tuhan atau Dewa. (<http://id.wikipedia.org/wiki/Himne>).

4. Pengertian etos

Pengertian etos menurut Geertz (Taufik abdullah, 1978:3), Etos adalah sikap yang mendasar terhadap diri dan dunia yang dipancarkan hidup. Etos adalah aspek evaluatif, yang bersifat menilai. Toto Tasmara (2004:16) juga mengemukakan bahwa “etos kerja juga mempunyai makna nilai moral adalah suatu pandangan batin yang bersifat mendarah daging.

5. Pengertian kerja

Kerja adalah suatu aktivitas yang menghasilkan suatu karya. Karya yang dimaksud, berupa segala yang dihasilkan untuk memenuhi kebutuhan, dan selalu berusaha menciptakan karya-karya lainnya” (Hamid, 1991: 134).

6. Pengertian etos kerja

Etos kerja atau semangat kerja yang merupakan karakteristik pribadi atau kelompok masyarakat, yang dipengaruhi oleh orientasi nilai-nilai budaya mereka. Antar etos kerja dan nilai budaya masyarakat sangat sulit dipisahkan. Etos kerja merupakan suatu sikap, pandangan atau nilai yang mendasari prinsip kerja suatu komunitas, masyarakat atau bangsa.

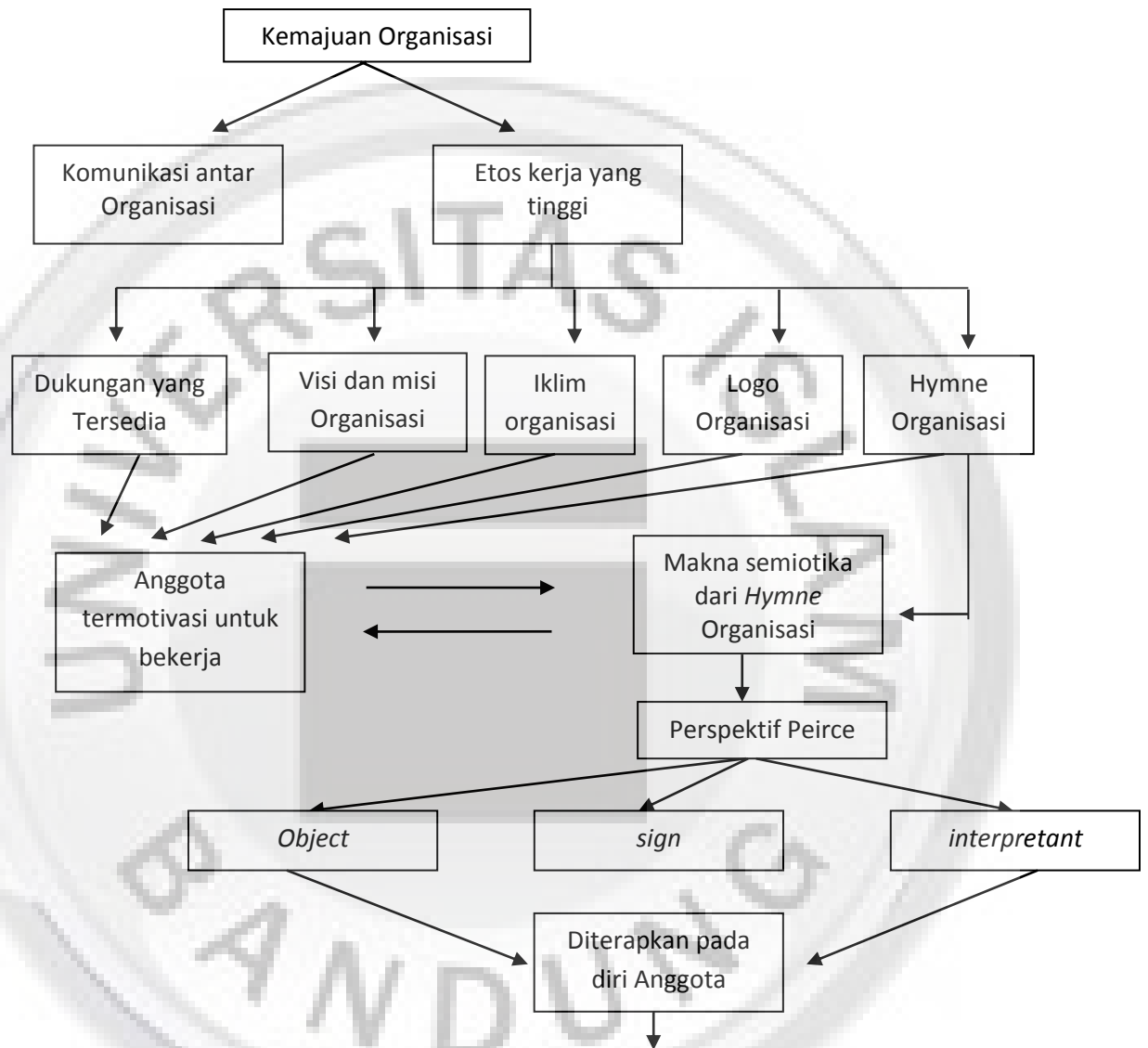
1.6 Kerangka Pemikiran

Komunikasi dalam kehidupan sangatlah penting. Karena kita adalah makhluk sosial. Seperti yang kita ketahui, dalam kehidupan setiap hal merupakan suatu tanda yang mempunyai makna. Maka dari itu pemahaman mengenai makna suatu tanda sangat diperlukan. Karena dapat mempermudah kita memaknai suatu hal.

Etos kerja itu akan timbul apabila ada faktor-faktor yang mendukungnya untuk maju dengan cara memberi fasilitas dalam bekerja, iklim organisasi yang kondusif, memaknai visi dan misi Organisasi dengan baik, serta memaknai logo dan *Hymne* Organisasi yang mewakili sebuah identitas Organisasi. Dengan adanya faktor-faktor di atas mungkin para anggota termotivasi untuk bekerja dan akan membawa dampak positif bagi suatu Organisasi. Sebagian Organisasi mungkin mempunyai identitas masing-masing. Salah satunya dapat dilihat dari makna lagu *Hymne* tersebut. *Hymne* yang diciptakan pada Organisasi tidak hanya sebuah identitas semata tetapi dapat mewakili cerminan kinerja dalam upaya meningkatkan reputasi Organisasi. *Hymne* mempunyai latar belakang, nilai-nilai, pengetahuan dan pandangan yang berbeda dari setiap individu yang melihat dan mendengarkan tanpa mengetahui makna yang terkandung didalamnya. Lihat Gambar 1.1 bagan kerangka pemikiran.

Dari sebuah makna *Hymne* Organisasi dapat kita kategorikan sebagai tanda, terdapat pesan komunikasi yang mempunyai makna, baik yang terlihat jelas maupun tersembunyi, ide-ide dan pikiran yang tertera didalamnya. Dengan kata

lain, tanda mempunyai pemikiran tersembunyi yang hendak disampaikan oleh komunikator.



Sumber : Penulis

Gambar 1.1
Bagan Kerangka Pemikiran