

TESIS

**STRATEGI KOMUNIKASI KNPI SULAWESI SELATAN UNTUK
MENDORONG PARTISIPASI ORGANISASI KEPEMUDAAN
(PERIODE 2016-2019)**

*COMMUNICATION STRATEGY OF KNPI SOUTH SULAWESI TO
ENCOURAGE THE PARTICIPATION OF YOUTH ORGANIZATIONS
(2016-2019 PERIOD)*

**ANUGRA NURSAMSAMI
P022181012**



**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

**STRATEGI KOMUNIKASI KNPI SULAWESI SELATANUNTUK
MENDORONG PARTISIPASI ORGANISASI KEPEMUDAAN
(PERIODE 2016-2019)**

**Tesis
Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Mencapai Gelar Magister**

**Program Studi
Perencanaan Pengembangan Wilayah**

Disusun dan diajukan oleh

**ANUGRA NURSAMSAMI
P022181012**

Kepada

**SEKOLAH PASCASARJANA
UNIVERSITAS HASANUDDIN
MAKASSAR
2020**

TESIS

STRATEGI KOMUNIKASI KNPI SULAWESI SELATAN UNTUK MENDORONG PARTISIPASI ORGANISASI KEPEMUDAAN

Disusun dan diajukan oleh

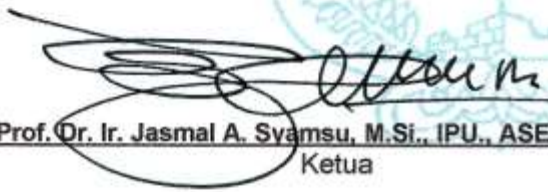
ANUGRA NURSAMSAMI
Nomor Pokok P022181012

Telah dipertahankan di depan Panitia Ujian Tesis
pada tanggal 1 September 2020

dan dinyatakan telah memenuhi syarat

Menyetujui

Komisi Penasihat,



Prof. Dr. Ir. Jasmal A. Syamsu, M.Si., IPU., ASEAN., Eng
Ketua





Dr. Muh. Hasrul, S.H.,M.H.
Anggota

Ketua Program Studi
Perencanaan dan Pengembangan
Wilayah



Prof. Dr. Ir. Ahmad Munir, M.Eng.

Dekan Sekolah Pascasarjana
Universitas Hasanuddin



Prof. Dr. Ir. Jamaluddin Jompa, M.Sc.

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : ANUGRA NURSAMSAMI
Nomor Mahasiswa : P022181026
Program Studi : Perencanaan Pengembangan Wilayah
Menajemen Kepemimpinan Pemudaan

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri, bukan merupakan pengambilan tulisan atau pemikiran orang lain. Apabila di kemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Makassar, 1 September 2020

yatakan,

Nursami

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan kepada penulis untuk menyelesaikan penulisan Tesis ini. Shalawat dan salam tercurahkan kepada Nabi Besar Muhammad SAW, sebagai suri teladan yang baik bagi umat manusia dan membawa manusia dari zaman kebodohan ke zaman peradaban yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, dengan ketulusan dan kerendahan hati, penulis menyampaikan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya dan sekaligus mempersembahkan karya ini sebagai kebanggaan kepada Ibunda **Hj. Nuaraedah** yang tercinta yang penuh kasih sayang mendidik, membesarkan dan selalu memberikan penulis nasehat, perhatian, serta do'a restu dan rasa cintanya yang begitu berlimpah untuk anaknya ini.

Secara khusus penulis mengucapkan terima kasih dan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada bapak **Prof. Dr. Ir. Jasmal A. Syamsu, M.Si, IPU, ASEAN Eng.** selaku pembimbing I dan Bapak **Dr. Muh. Hasrul, SH.,MH,** selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikirannya untuk memberikan bimbingan dalam menyelesaikan tesis ini, semoga Allah SWT senantiasa memberikan limpahan berkah dan rahmat-Nya.

Selain itu, terselasainya tesis ini tidak terlepas pula dari bantuan dan dukungan dari berbagai pihak, maka melalui kesempatan ini penulis menghaturkan rasa terima kasih dan penghargaan kepada:

1. Bapak Prof. Dr. Jamaludin Jompa, M.Sc selaku Dekan Sekolah Pascasarjana dan bapak Prof. Dr. Ir. Munir, M.Eng selaku ketua Program Studi perencanaan Pengembangan Wilayah Universitas Hasanuddin.
2. Kementerian Pemuda dan Olahraga sebagai instansi yang telah memberikan beasiswa kepada penulis dalam menempuh pendidikan di Pascasarjana Universitas Hasanuddin.
3. Bapak/Ibu Dosen PPW / Manajemen Kepemimpinan Pemuda Pascasarjana Unhas, yang telah membimbing, mendidik, memberikan pengetahuan dan nasehat-nasehat serta pegawai di lingkup pascasarjana Universitas Hasanuddin yang memberikan pelayanannya selama ini dalam kelancaran administrasi dan perkuliahan kami.
4. Responden dan narasumber yang telah meluangkan waktu dan membantu proses penyelesaian tugas akhir penulis.
5. Buat sahabat terbaik ku, kak Juan, Erwin, Alwy, Qadri, Ita, Aqila, Icha, Enchy, Sul, Dito, Hafid, dan Uchy yang telah memberikan dorongan serta bantuan moril maupun spiritual.

6. Sahabat-sahabat PPW / Manajemen Kepemimpinan Pemuda 2018, Amul, Rahmat, Adrian, Ifan, Alim, Reza, Syukur, Waris, Vera, Atira, Inna, Limin, Akbar, Kayano, Arif, Fany, Mimin, Indra, Adi Suriadi, Adi, Arsul, Sahrul, Dahlan, iswan, Nina, Somitro, Jusman, dan Pras penulis mengucapkan terima kasih atas semua yang kalian berikan selama menempuh kuliah di Pascasarjana Unhas dan mendukung penulis dalam penyelesaian penulisan tesis ini.
7. Kepada semua pihak yang telah membantu penulis selama ini sampai penyusunan tesis ini, yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu.

Penulis menyadari sepenuhnya, bahwa penulisan dan penyusunan tesis ini masih jauh dari kesempurnaan dan masih banyak kekurangannya, untuk itu saran dan kritik yang bersifat membangun dari semua pihak sangat penulis harapkan demi kesempurnaan penulisan tesis ini. Maka dengan penuh kerendahan hati, penulis persembahkan tesis ini semoga bermanfaat dan dapat bernilai ibadah di hadapan Allah SWT. Aminn yaa Robbal'Alaminn.

Makassar, 29 Juni 2020
Penulis

ANUGRA NURSAMSAMI

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN.....	iii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iv
KATA PENGANTAR.....	v
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xi
DAFTAR GAMBAR.....	xii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiii
ABSTRACT.....	1
ABSTRAK.....	2
BAB I PENDAHULUAN.....	3
A. Latar Belakang.....	3
B. Rumusan Masalah.....	8
C. Tujuan Penelitian.....	8
D. Kegunaan Penelitian.....	9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	8
A. Tinjauan Teori dan Konsep.....	8
1. Strategi Komunikasi.....	8
3. Pengertian Komunikasi Organisasi.....	17
4. Saluran Komunikasi Organisasi.....	21
5. Pemuda dan Organisasi Kepemudaan.....	25
6. Partisipasi.....	27

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu	38
C. Kerangka Konseptual	42
D. Definisi Operasional	43
BAB III METODE PENELITIAN.....	45
A. Jenis Penelitian	45
B. Pengelolaan Peran Peneliti	46
C. Lokasi dan Waktu Penelitian	46
D. Sumber Data	46
E. Informan Penelitian	48
F. Teknik Pengumpulan Data	49
G. Teknik Analisis Data.....	50
H. Tahap-tahap Penelitian	52
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	54
A. Hasil Penelitian	54
1. Deskripsi Lokasi Penelitian.....	54
2. Karakteristik Informan	76
3. Strategi Komunikasi Organisasi KNPI Sulawesi Selatan	80
4. Model Perencanaan Strategi Komunikasi	87
5. Efektivitas Komunikasi Internal dan komunikasi Eksternal Komite Nasional Pemuda Indonesia Provinsi Sulawesi Selatan.....	94
6. Tanggapan Organisasi Kepemudaan yang Tergabung Dalam KNPI Sulawesi Selatan Terhadap Pengurus KNPI Sulawesi Selatan.....	100
B. Pembahasan.....	108

1. Strategi Komunikasi Organisasi Pada KNPI Sulawesi Selatan Untuk Mendorong Partisipasi Organisasi Kepemudaan	109
2. Bentuk Partisipasi Organisasi Kepemudaan yang Berhimpun di Bawah Naungan KNPI Sulawesi Selatan	114
BAB V_PENUTUP	118
A. SIMPULAN.....	118
B. SARAN.....	120
DAFTAR PUSTAKA.....	122
LAMPIRAN	124

DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian-Penelitian Terdahulu	38
Tabel 2. Daftar Informan Penelitian.....	48
Tabel 3. Jadwal Penelitian	53
Tabel 4. Karakteristik Informan	78

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Model perencanaan komunikasi untuk advokasi	15
Gambar 2. Kerangka Konsep.....	42
Gambar 3. Analisa Model Interaktif	51
Gambar 4. Lokasi Penelitian	54
Gambar 5. DPD KNPI Sulawesi Selatan	64
Gambar 6. Aplikasi Pemuda Sulsel.....	93

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Daftar Pertanyaan	124
Lampiran 2. Work Plan Kegiatan KNPI Slawesi Selatan	129
Lampiran 3. Dokumentasi Wawancara	147

ABSTRACT

ANUGRAH NURSAMSAMI. *South Sulawesi KNPI Communication Strategy to Encourage Youth Organization Participation in (2016-2019 Periods)* (Supervised by **Jasmal A. Syamsu** and **Muh. Hasrul**)

This study aims to find out (1) Organizational communication strategy at KNPI South Sulawesi to encourage the participation of youth organizations; and (2) Forms of involvement of youth organizations that gather under the auspices of the KNPI South Sulawesi.

This study used a descriptive qualitative research approach that seek to solve existing problems based on data, observations, interviews, and documentation so the researchers will present data, analysis, interpretation results in the research conclusions. The informants in this study were selected by researchers using a purposive sampling technique that was sampling based on judgment, namely four people from the management of KNPI South Sulawesi and four people people from youth organization.

The results show that (1) South Sulawesi KNPI organizational communication strategy could be said to be successful, starting from proper planning in each activity. By organizing or distributing tasks to the KNPI South Sulawesi core management, conducting direction to youth organization by involving them in each, the events held by KNPI South Sulawesi and finally supervised each KNPI activity with attendance and activity reports and activity reports will be evaluated and conducted daily meetings. So that the communication strategy undertaken by KNPI core management will attract a lot of participation from youth members who are members of the KNPI South Sulawesi; (2) The involvement of youth organizations which are members of KNPI South Sulawesi can be said to be successful because the communication strategy developed by the core management of the KNPI South Sulawesi with youth organization is going well, giving rise to the motivation and organizational climate of youth organizations to participate and participate in every activity held by KNPI South Sulawesi.

Keywords: Organizational Communication Strategy, KNPI South Sulawesi, Youth Organization



ABSTRAK

ANUGRA NURSAMSAMI. *Strategi Komunikasi KNPI Sulawesi Selatan untuk Mendorong Partisipasi Organisasi Kepemudaan Periode 2016 – 2019* (dibimbing oleh Jasmal A. Syamsu dan Muh. Hasrul).

Penelitian ini bertujuan mengetahui (1) strategi komunikasi KNPI Sulawesi Selatan untuk mendorong partisipasi organisasi kepemudaan dan (2) bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun di bawah naungan KNPI Sulawesi Selatan.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif karena berusaha memecahkan masalah yang ada berdasarkan data-data, hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selanjutnya, data yang diperoleh akan disajikan, dianalisis, diinterpretasi, hingga disimpulkan hasilnya. Informan dipilih berdasarkan teknik penyampelan purposif, yaitu penyampelan berdasarkan penilaian (*judgment*). Informan yang diperoleh sebanyak empat orang dari pengurus KNPI Sulawesi Selatan dan empat orang dari organisasi kepemudaan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa (1) strategi komunikasi organisasi KNPI Sulawesi Selatan telah berhasil memulai perencanaan yang baik dalam setiap kegiatan. Kemudian, pengorganisasian atau pembagian tugas kepada pengurus inti KNPI Sulawesi Selatan. Selanjutnya, memberikan pengarahan kepada organisasi kepemudaan dengan melibatkan mereka dalam setiap kegiatan yang diadakan oleh KNPI Sulawesi Selatan. Terakhir, mengawasi setiap kegiatan KNPI Sulawesi Selatan dengan melakukan pengecekan kehadiran dan laporan kegiatan. Laporan kegiatan tersebut dievaluasi dan dibahas dalam rapat harian sehingga strategi komunikasi yang dilakukan pengurus inti KNPI ini akan menarik banyak partisipasi anggota kepemudaan yang tergabung dalam KNPI Sulawesi Selatan. (2) Partisipasi organisasi kepemudaan yang tergabung dalam KNPI Sulawesi Selatan dapat dikatakan berhasil karena strategi komunikasi yang dibangun pengurus inti KNPI Sulawesi Selatan dengan organisasi kepemudaan berjalan dengan baik sehingga menimbulkan motivasi dan iklim organisasi dari organisasi kepemudaan untuk berpartisipasi dalam setiap kegiatan yang diadakan KNPI Sulawesi Selatan.

Kata kunci: strategi komunikasi organisasi, KNPI Sulawesi Selatan, organisasi kepemudaan



BAB I
PENDAHULUAN
A. Latar Belakang

Globalisasi sebagai proses integrasi global menjadi sebuah tantangan sendiri bagi setiap organisasi dan berdampak pula terhadap persaingan yang semakin ketat antar organisasi, baik yang bergerak dibidang profit atau non profit demi mempertahankan eksistensi dan mengejar keuntungan materi (Hasrul, 2012). Organisasi yang lambat dalam merespon perubahan lingkungan eksternal dan keadaan/persoalan internal akan kalah dalam persaingan. Hal ini dapat membuat penilaian dan kepercayaan publik menurun, baik publik internal maupun eksternal dan bisa saja berakibat pada mati atau hilangnya sebuah organisasi.

Beberapa organisasi pasti pernah melakukan kegiatan sosial sebagai Titik sentral dari eksistensi organisasinya. Modal utamanya adalah sumber daya manusia. Sumber daya manusia memiliki andil penting sebagai pemberi bantuan sosial atau pelaku pelayanan. Sehingga sudah sepatutnya organisasi memberikan fokus khusus pada sumber daya manusia (anggota organisasi) termasuk aspek-aspek yang terkait baik secara langsung maupun tidak langsung.

Keterlibatan para anggota baik pada kegiatan formal maupun kegiatan nonformal (*gathering*) merupakan sebuah aspek dalam peningkatan mutu kehidupan berkarya. Berbagai teknik digunakan pada intinya adalah untuk meningkatkan partisipasi anggota dalam pelaksanaan keputusan yang menyangkut tugas pokok dan fungsi mereka dan hubungannya dengan organisasi. Dengan demikian, bukan hanya rasa tanggung jawab para anggota yang ditingkatkan, akan tetapi sesungguhnya diharapkan timbul rasa memiliki terhadap organisasi. Tentu dengan adanya rasa memiliki tersebut, akan berakibat pada keberhasilan dan kemajuan organisasi karena para anggota organisasi akan berusaha menghindari perilaku disfungsional dan bekerja lebih produktif.

Suatu organisasi pada dasarnya terdiri dari suatu kumpulan atau sistem individu-individu yang pada umumnya berusaha mencapai tujuan yang telah ditetapkan melalui hierarki kepangkatan dan pembagian kerja. Pada sebuah organisasi, baik berskala kecil atau berskala besar, yang menjadi titik temu semua persoalan adalah komunikasi. Komunikasi yang dimaksud dan dalam tinjauan ilmu komunikasi dinilai sebagai komunikasi yang efektif seyogyanya tidak hanya bersifat satu arah yaitu dari atas ke bawah (*top down communication/one way communication*) melainkan juga sepatutnya bersifat dua arah (*two ways communication*) dan saling timbal balik agar apa yang diinginkan semua pihak dapat tercapai dan terwujud dengan baik.

Komunikasi dalam organisasi mempunyai hubungan dengan satu atau lebih dimensi struktur organisasi (misalnya peranan, status, kompleksitas teknologi, pola-pola otoritas, dan sebagainya). Komunikasi dengan luar organisasi (*external communication*) adalah pertukaran pesan (*message*) antara organisasi atau masuknya arus informasi dari luar lingkungan kedalam organisasi (Suprpto, 2011:105-106).

Langkah dalam manajemen dan pengoperasian suatu organisasi sangat tergantung pada komunikasi. Misalnya peningkatan aktivitas, penyelesaian konflik, memperbaiki semangat kerja dan peningkatan partisipasi dalam berbagai kegiatan yang dibuat suatu organisasi. Komunikasi menyediakan alat-alat untuk mengambil keputusan, melaksanakan keputusan menerima umpan balik dan mengoreksi tujuan serta prosedur organisasi. Apabila komunikasi berhenti maka aktivitas organisasi akan berhenti. Dengan demikian, tinggallah kegiatan-kegiatan individu yang tidak terorganisir dengan baik. Komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan masyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi (Arifin, 2006:20).

Pemeliharaan komunikasi yang baik antara anggota organisasi dan pimpinan organisasi melalui persamaan dan penyetaraan mutu dan misi bersama menjadi media yang tepat dan akan menciptakan iklim yang kondusif dalam lingkungan organisasi sehingga pada akhirnya terjalin

hubungan baik antara anggota-anggota dan pimpinan organisasi, serta dapat memicu timbulnya rasa memiliki (*sense of belonging*) dari para anggota. Selain itu, dalam pertukaran informasi dari anggota dan pimpinan, harapan anggota dan kemauan pimpinan melebur menjadi satu untuk menciptakan persamaan persepsi, visi, dan misi organisasi.

Komite Nasional Pemuda Indonesia Sulawesi Selatan atau lebih populer dengan singkatan KNPI Sulawesi Selatan merupakan organisasi yang menghimpun pemuda Indonesia pada umumnya dan pemuda Sulawesi Selatan pada khususnya yang dituntut untuk mengembangkan sikap-sikap kepemudaan yang kritis dan progresif yang keberadaanya berangkat dari semangat kebersamaan dan persatuan untuk melakukan hal yang bermanfaat. Oleh karena itu, diharapkan KNPI bisa menjadi contoh bagi generasi muda karena di dalam batang tubuh KNPI Sulawesi Selatan itu sendiri mengajarkan kepemimpinan pemuda sebagai tongkat estafet kepemimpinan bangsa.

Anggota-anggota KNPI Sulawesi Selatan merupakan pemuda-pemudi yang berasal dari berbagai organisasi-organisasi kepemudaan yang ada di Sulawesi Selatan. Sehingga pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh KNPI Sulawesi Selatan tidak bisa dilepaskan dari peran dan kontribusi berbagai organisasi kepemudaan yang berada di bawah naungan atau yang berhimpun langsung dengan KNPI Sulawesi Selatan. Untuk itu,

perlu adanya strategi komunikasi khusus dari KNPI Sulawesi Selatan baik dalam pelaksanaan berbagai kegiatan yang diselenggarakan langsung oleh KNPI Sulawesi Selatan maupun oleh organisasi lainnya.

Dari 64 organisasi kepemudaan di Sulawesi Selatan berada di bawah naungan langsung KNPI Sulawesi Selatan. Adapun bentuk partisipasi dari organisasi kepemudaan tersebut masih bersifat sebagai peserta dan jika memiliki kesamaan program kerja dan dengan berbagai organisasi kepemudaan akan dijadikan sebagai panitia. Namun, partisipasi dari organisasi kepemudaan terhadap kegiatan-kegiatan KNPI Sulawesi Selatan masih bersifat fluktuatif.

Partisipasi berbagai organisasi kepemudaan dalam KNPI tentu saja sangat penting akan tetapi terkadang untuk menyatukan atau menghilangkan ego setiap organisasi yang tergabung dalam KNPI sangat sulit salah satunya yaitu perbedaan pendapat antara anggota organisasi pemuda satu dengan yang lainnya. Hal ini berdampak pada keikutsertaan mereka dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh KNPI Sulawesi Selatan. Sehingga sebagai salah satu langkah taktis, KNPI Sulawesi Selatan seringkali harus menyurati organisasi kepemudaan yang partisipasinya dinilai rendah. Tentu saja disini diperlukan strategi dari pengurus KNPI untuk menyatukan anggotanya agar tidak ada lagi masalah yang timbul di dalam KNPI itu sendiri.

Berdasarkan uraian kajian diatas, maka penulis tertarik dan menganggap penting untuk mengkaji lebih dalam hal tersebut, sehingga penulis mengajukan sebuah penelitian dengan judul ***“Strategi Komunikasi KNPI Sulawesi Selatan Untuk Mendorong Partisipasi Organisasi Kepemudaan (Periode 2016-2019)”***.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian yang telah dipaparkan pada latar belakang, maka peneliti membuat fokus penelitian :

1. Bagaimana strategi komunikasi organisasi pada KNPI Sulawesi Selatan untuk mendorong partisipasi organisasi kepemudaan?
2. Bagaimana bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun di bawah naungan KNPI Sulawesi Selatan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menganalisis gambaran mengenai strategi komunikasi organisasi pada KNPI Sulawesi Selatan dalam mendorong partisipasi organisasi kepemudaan.
2. Untuk menganalisis bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun di bawah naungan KNPI Sulawesi Selatan.

D. Kegunaan Penelitian

1. Secara Teoritis

Diharapkan dapat memberikan sumbangan pemikiran, sebagai bahan pengembangan pengetahuan tentang komunikasi organisasi di kalangan akademisi, dan dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya serta menjadi tambahan acuan penerapan komunikasi organisasi di KNPI Sulawesi Selatan.

2. Secara Praktis

Untuk dijadikan acuan atau sebagai sumbangan pemikiran yang diharapkan dapat berguna untuk menunjang keberhasilan peningkatan partisipasi. Dan sebagai evaluasi serta bahan pertimbangan pentingnya strategi komunikasi organisasi dalam persaingan global saat ini agar tujuan yang telah ditetapkan sebelumnya dapat tercapai dengan baik sesuai yang telah dicita-citakan.

3. Secara akademis

Penelitian ini diharapkan mampu memperluas dan memperkaya pengetahuan mengenai komunikasi, kepemudaan dan penelitian kualitatif dalam bidang komunikasi khususnya komunikasi organisasi termasuk dalam komunikasi organisasi kepemudaan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Tinjauan Teori dan Konsep

1. Strategi Komunikasi

a. Pengertian Strategi

Setiap organisasi pada dasarnya memiliki strategi-strategi tersendiri dalam memajukan organisasinya mulai dari strategi yang sederhana sampai pada strategi-strategi kompleks dan brilian. Aktivitas strategi pada setiap lembaga atau organisasi pada umumnya berkaitan dengan usaha mengembangkan suatu tim kerja atau kelompok orang dalam satu kesatuan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada untuk mencapai tujuan tertentu dalam organisasi yang telah ditetapkan sebelumnya. Karena itu setiap bentuk kerjasama sekelompok orang untuk mencapai tujuan, tentu memerlukan strategi. Strategi menurut kamus besar bahasa Indonesia adalah taktik untuk melaksanakan kebijaksanaan tertentu dalam mencapai suatu maksud. Jadi strategi adalah rangkaian keputusan dan tindakan untuk mencapai suatu maksud dalam pencapaian tujuan organisasi.

Menurut Siagian (2016:29) dalam bukunya manajemen strategi, menyatakan bahwa strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan implementasi oleh

seluruh jajaran atau organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut. Menurut Philip Kotler (2013) strategi adalah wujud rencana yang terarah untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Sedangkan menurut Basu Swasta (2008:5) strategi adalah suatu rencana yang diutamakan untuk mencapai tujuan. Strategi juga didefinisikan sebagai suatu proses yang menentukan arah yang perlu dituju oleh organisasi untuk memenuhi misinya.

Menurut Suprpto (2011:131-132). Fungsi pokok atau tahapan-tahapan dalam strategi merupakan suatu proses tindakan-tindakan yang meliputi:

- 1) Perencanaan

Perencanaan mencakup penetapan tujuan dan standar, penentuan dan prosedur, pembuatan rencana serta ramalan (prediksi) yang diperkirakan akan terjadi. Perencanaan merupakan proses untuk menentukan tujuan yang akan dicapai serta langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapainya. Lewat perencanaan, seorang pimpinan mengidentifikasi hasil kerja yang diinginkan serta mengidentifikasi cara-cara untuk mencapainya.

Organisasi yang tidak menjalankan perencanaan sangat mungkin mengalami ketidakberhasilan dalam pencapaian tujuan. Karena bagian-bagian dari organisasi tersebut bekerja secara sendiri-sendiri tanpa ada arahan yang jelas.

2) Pengorganisasian

Tommy Suprpto (2009:5) dalam bukunya menjelaskan bahwa pengorganisasian merupakan proses pemberian tugas, pengalokasian sumber daya serta pengaturan kegiatan secara terkoordinasi kepada setiap individu dan kelompok untuk menetapkan rencana. Fungsi pengorganisasian disini meliputi pemberian tugas yang terpisah kepada masing-masing pihak, membentuk bagian, mendelegasikan dan menetapkan jalur suatu wewenang/tanggung jawab dan sistem komunikasi, serta mengkoordinasikan kerja setiap karyawan didalam suatu tim kerja yang solid dan terorganisasi .

Dalam proses pengorganisasian, pimpinan organisasi mengalokasikan keseluruhan sumber daya organisasi sesuai dengan rencana yang telah dibuat berdasarkan suatu kerangka kerja organisasi tertentu. Kerangka kerja organisasi tersebut disebut sebagai desain organisasi. Bentuk spesifik dari kerangka kerja organisasi dinamakan dengan struktur organisasi. Struktur organisasi pada dasarnya merupakan desain organisasi dimana pimpinan organisasi melakukan alokasi sumber daya organisasi, terutama yang terkait dengan pembagian kerja dan sumber daya yang dimiliki organisasi, serta bagaimana keseluruhan kerja tersebut dapat dikoordinasikan dan dikomunikasikan (Sule dan Saefullah, 2005:97).

Pengorganisasian merupakan kelanjutan dari fungsi perencanaan dimana tujuan organisasi ditetapkan dan sumber daya organisasi diarahkan untuk mencapai tujuan.

3) Penyusunan staf

Fungsi ini meliputi penentuan dan persyaratan personil yang dipekerjakan, menarik dan memilih calon anggota, menentukan *job description* dan persyaratan teknis suatu pekerjaan, penilaian dan pelatihan termasuk pengembangan kualitas dan kuantitas anggota sebagai acuan untuk penyusunan setiap fungsi dalam manajemen organisasi.

4) Pengarahan

Pengarahan adalah proses untuk menumbuhkan semangat pada anggota organisasi supaya bekerja giat serta membimbing mereka melaksanakan rencana dalam mencapai tujuan. Fungsi pengarahan meliputi membuat orang lain melakukan pekerjaan, mendorong dan memotivasi bawahan, serta menciptakan iklim atau suasana pekerjaan yang kondusif, khususnya dalam metode komunikasi dari atas ke bawah dan sebaliknya, diharapkan timbulnya saling pengertian dan kepercayaan yang baik. Menumbuhkembangkan disiplin kerja dan *sense of belonging* pada setiap anggota organisasi (*public internal*).

5) Pengawasan

Fungsi terakhir ini mencakup persiapan suatu standar kualitas dan kuantitas hasil kerja, baik berbentuk produk maupun jasa yang diberikan perusahaan/organisasi dalam upaya pencapaian tujuan kepuasan bersama, produktivitas dan terciptanya citra yang positif. Dalam hubungan ini, fungsi pengawasan merupakan pengukuran kinerja, membandingkan antara hasil yang sesungguhnya dengan rencana serta mengambil tindakan pembentukan yang diperlukan.

Strategi hanya merupakan alat untuk mencapai tujuan yang diinginkan oleh lembaga/organisasi bersangkutan. Strategi yang baik akan memudahkan terwujudnya tujuan perusahaan/lembaga atau organisasi, anggota organisasi dan masyarakat.

b. Pengertian Strategi Komunikasi

Strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (manajemen) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik operasionalnya. (Abidin, 2015: 155).

Cangara (2013: 61) memberi batasan pengertian strategi komunikasi sebagai suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkah laku manusia

dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. Menurut seorang pakar perencanaan komunikasi Middleton dalam Cangara (2013:61) juga membuat definisi dengan menyatakan bahwa strategi komunikasi adalah kombinasi terbaik dari semua elemen komunikasi mulai dari komunikator, pesan, saluran (media), penerima sampai pada pengaruh (efek) yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang optimal. Adapun komponen utama untuk melakukan strategi komunikasi yaitu:

- 1) Komunikator

Komunikator merupakan pihak yang menjalankan proses strategi komunikasi. Untuk menjadi komunikator yang baik dan dapat dipercaya oleh komunikan atau khalayak sasaran, maka komunikator harus memiliki daya tarik serta kredibilitas.

- 2) Pesan Komunikasi

Pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran atau komunikan dalam strategi komunikasi pastinya memiliki tujuan tertentu. Tujuan inilah yang menentukan teknik komunikasi yang akan dipilih dan digunakan dalam strategi komunikasi. Dalam strategi komunikasi, perumusan pesan yang baik dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak sangatlah penting. Pesan yang dirumuskan oleh komunikator hendaknya tepat mengenai khalayak sasaran.

3) Media Komunikasi

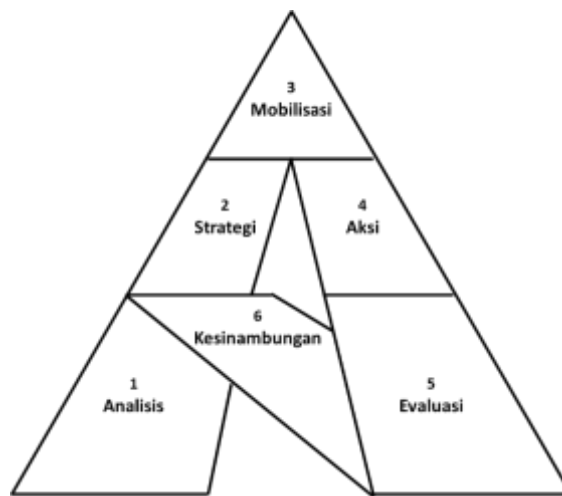
Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Media komunikasi kini tidak lagi terbatas pada media massa yang memiliki beberapa karakteristik media massa masing-masing. Kehadiran internet sebagai media komunikasi telah melahirkan berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, kita perlu mempertimbangkan pemilihan media komunikasi yang tepat dan dapat menjangkau khalayak sasaran dengan tepat dan cepat serta. Pemilihan media komunikasi dalam strategi komunikasi disesuaikan dengan tujuan yang hendak dicapai, pesan yang akan disampaikan, serta teknik komunikasi yang digunakan.

4) Khalayak Sasaran

Dalam strategi komunikasi, melakukan identifikasi khalayak sasaran adalah hal penting yang harus dilakukan oleh komunikator. Identifikasi khalayak sasaran disesuaikan dengan tujuan komunikasi.

Dari berbagai pendapat diatas dapat peneliti simpulkan bahwa strategi komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan operasi komunikasi agar berhasil untuk mengubah tingkah laku manusia dalam skala lebih besar melalui transfer ide-ide baru. dengan komponen komunikator, pesan komunikasi, media komunikasi, dan khalayak sasaran.

Model perencanaan komunikasi untuk advokasi terdiri atas enam tahapan, yakni: a. Analisis; b. Strategi; d. Aksi; e. Evaluasi; dan f. kesinambungan (cangara 2013:86). Gambar model perencanaan komunikasi untuk advokasi dapat dilihat pada gambar berikut:



Gambar 1. Model perencanaan komunikasi untuk advokasi

Sumber : center communication program johns Hopkins Bloomberg school of public health

a. Analisis

Analisis merupakan langkah pertama untuk melaksanakan advokasi yang efektif, sebagaimana halnya langkah awal pada setiap aksi. Upaya kegiatan advokasi yang dirancang agar bisa berdampak pada kebijakan publik diawal dengan ketersediaan informasi yang akurat dan pemahaman mendalam tentang permasalahan yang ada, masyarakat yang terlibat,

kebijakan serta keberadaannya, organisasi-organisasi, dan jalur-jalur yang dapat menjadi akses untuk memengaruhi tokoh-tokoh masyarakat yang berpengaruh dan parah pengambil keputusan. Semakin kuat dasar pengetahuan elemen tersebut, semakin meyakinkan advokasi yang dilakukan.

b. Strategi

Setiap usaha advokasi memerlukan strategi. Tahapan strategi dibangun berdasarkan tahapan analisis yang mengarahkan, merencanakan, dan memfokuskan upaya pada tujuan khusus, serta menempatkan pada jalur yang jelas dalam mencapai tujuan dan sasaran yang telah ditentukan.

c. Mobilisasi

Pembentukan koalisi untuk memperkuat advokasi. Peristiwa, kegiatan, pesan, dan materi pendukung yang harus dirancang sesuai dengan tujuan, kelompok sasaran, kemitraan, dan sumber-sumber yang ada. Kesemuanya ini harus memberikan dampak positif yang maksimum bagi pembuat kebijakan dan partisipasi penuh dari semua anggota selain memperkecil kelompok oposisi.

d. Aksi

Mempertahankan kekompakan kegiatan aksi dan semua mitra merupakan hal yang mendasar dalam pelaksanaan advokasi. Pengulangan pesan dan penggunaan alat bantu yang kredibel yang dibuat secara

berlangsung membantu untuk mendapatkan mempertahankan perhatian terhadap yang ada.

e. Evaluasi

Usaha advokasi harus dievaluasi secara seksama sebagaimana halnya dengan kegiatan kampanye lainnya. Karena kegiatan advokasi sering membuahkan hasil yang parsial. Tim advokasi perlu memonitoring secara rutin dan objek apa yang telah dicapai dan apa yang harus dikerjakan. Proses evaluasi bisa lebih penting dan lebih sulit daripada dampak evaluasi.

f. kesinambungan

seperti halnya komunikasi, advokais adalah sebuah proses yang berlangsung terus-menerus, bukan sekedar sebuah kebijakan atau peraturan. Perencanaan terhadap kesinambungan berarti memperjelas tujuan jangka panjang, mempertahankan keutuhan fungsi kualisi, dan menyesuaikan data argumentasi, seiring dengan perubahan yang terjadi.

3. Pengertian Komunikasi Organisasi

Kehidupan manusia di dunia ini tidak dapat dilepaskan dari aktivitas komunikasi karena komunikasi merupakan bagian integral dari sistem dan tatanan kehidupan sosial manusia dan atau masyarakat. Aktivitas komunikasi dapat terlihat pada setiap aspek kehidupan sehari-hari manusia, yaitu sejak dari bangun tidur di pagi hari sampai dengan manusia beranjak tidur pada

malam hari. Beberapa jam waktu yang digunakan untuk mengobrol, membaca koran, mendengarkan siaran radio, menonton acara televisi, menggunakan komputer, belajar dan sebagainya.

Komunikasi merupakan keahlian yang paling penting dalam hidup tidak terkecuali dalam organisasi. Komunikasi merupakan aktivitas yang selalu ada yang digunakan untuk saling berhubungan. Mengenai organisasi, Hasibuan (2011:120) mengatakan bahwa Organisasi adalah suatu sistem perserikatan formal, berstruktur, dan terkoordinasi dari sekelompok orang yang bekerja sama dalam mencapai tujuan tertentu.

Organisasi adalah sarana dimana manajemen yang mengkoordinasikan sumber daya manusia melalui struktur formal dari tugas dan wewenang. Organisasi yang baik selain mempunyai struktur juga dalam organisasi harus berhubungan satu bagian dengan bagian yang lain sehingga tujuan dapat tercapai. Komunikasi organisasi adalah arus pertukaran informasi dan pemindahan arti dari suatu organisasi. Pada dasarnya komunikasi itu berisi informasi, maka setiap anggota organisasi harus berkomunikasi, komunikasi organisasi akan jadi sangat penting apabila setiap anggota organisasi merasa bahwa komunikasi organisasi itu merupakan suatu kebutuhan yang memiliki kekuatan untuk bekerja sama guna mencapai suatu tujuan bersama (Muhammad, 2001:64)

Tujuan komunikasi organisasi antara lain untuk memberikan informasi baik kepada pihak luar maupun pihak dalam, memanfaatkan umpan balik dalam rangka proses pengendalian manajemen, mendapat pengaruh, alat untuk memecahkan persoalan, untuk pengambilan keputusan, mempermudah perubahan-perubahan yang akan dilakukan, mempermudah pembentukan kelompok-kelompok kerja serta dapat dijadikan untuk menjaga pintu keluar-masuk dengan pihak-pihak luar organisasi (Umar, 1998:27).

Dimensi-dimensi komunikasi dalam kehidupan organisasi:

a. Komunikasi internal

Komunikasi internal organisasi adalah proses penyampaian pesan antara anggota-anggota organisasi yang terjadi untuk kepentingan organisasi. Komunikasi internal ini bisa berwujud komunikasi antarpribadi ataupun komunikasi kelompok. Juga komunikasi ini bisa merupakan proses komunikasi primer maupun sekunder.

b. Komunikasi eksternal

Komunikasi eksternal organisasi adalah komunikasi antara pimpinan organisasi dengan khalayak diluar organisasi. Pada organisasi besar, komunikasi ini lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat daripada pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting saja (Romli, 2011:6-7).

Komunikasi organisasi cenderung menggunakan komunikasi verbal dan nonverbal:

a. Komunikasi verbal

Yang dimaksud dengan komunikasi verbal adalah komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik yang dinyatakan secara oral atau lisan maupun secara tulisan. Komunikasi verbal merupakan karakteristik khusus manusia. Tidak ada makhluk lain yang dapat menyampaikan bermacam-macam arti melalui kata-kata (Muhammad, 2008:95).

Dalam komunikasi verbal, pesan yang diungkapkan melalui bahasa yang menggunakan kata-kata sebagai representasi realitas atau makna (Nasrudin, 2015:153). Dengan adanya komunikasi verbal memungkinkan pengidentifikasian tujuan, pengembangan strategi dan tingkah laku untuk mencapai tujuan.

b. Komunikasi nonverbal

Komunikasi nonverbal sama pentingnya dengan komunikasi verbal karena keduanya itu saling bekerja sama dalam proses komunikasi. Dengan adanya komunikasi nonverbal dapat memberikan penekanan, pengulangan, melengkapi dan mengganti komunikasi verbal, sehingga lebih mudah ditafsirkan maksudnya.

Yang dimaksud dengan komunikasi nonverbal adalah penciptaan dan pertukaran pesan dengan tidak menggunakan kata-kata seperti komunikasi yang menggunakan gerakan tubuh, sikap tubuh, vokal dan bukan kata-kata, kontak mata, ekspresi muka, kedekatan jarak dan sentuhan (Muhammad, 2008:130).

Meskipun komunikasi verbal dan nonverbal berbeda dalam banyak hal namun kedua bentuk komunikasi itu sering bekerjasama dan saling melengkapi.

4. Saluran Komunikasi Organisasi

Dalam sebuah komunikasi organisasi kita tentu berbicara tentang bagaimana komunikasi itu dapat tersalurkan. Berikut saluran komunikasi organisasi:

a. Komunikasi kebawah

Komunikasi kebawah dalam sebuah organisasi berarti bahwa informasi mengalir dari jabatan berotoritas lebih tinggi kepada mereka yang berotoritas lebih rendah (Pace dan Faules, 2006:184).

Kebanyakan komunikasi kebawah digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan yang berkaitan dengan tugas-tugas dan pemeliharaan. Pesan tersebut biasanya berhubungan dengan pengarahan, tujuan, disiplin, perintah, pertanyaan dan kebijaksanaan umum.

Dalam bukunya Pace dan Faules (2006:185) menjelaskan bahwa ada lima jenis informasi yang biasa dikomunikasikan dari atasan kepada bawahan: (1) informasi mengenai bagaimana melakukan pekerjaan, (2) informasi mengenai dasar pemikiran untuk melakukan pekerjaan, (3) informasi mengenai kebijakan dan praktik-praktik organisasi, (4) informasi mengenai kinerja anggota, dan (5) informasi untuk mengembangkan rasa kepemilikan tugas (*sense of mission*).

b. Komunikasi keatas

Yang dimaksud dengan komunikasi keatas adalah pesan yang mengalir dari bawahan kepada atasan atau dari tingkatan yang lebih rendah kepada tingkatan yang lebih tinggi (Muhammad, 2008:106). Setiap bawahan mempunyai alasan untuk meminta informasi atau memberi informasi kepada seseorang yang otoritasnya lebih tinggi dari pada mereka. Suatu permohonan atau komentar yang diarahkan kepada individu yang otoritasnya lebih besar, lebih tinggi, atau lebih luas merupakan esensi komunikasi keatas.

Tujuan dari komunikasi keatas adalah untuk memberikan umpan balik, memberikan saran dan mengajukan pertanyaan. Komunikasi ini mempunyai efek pada penyempurnaan moral dan sikap karyawan, tipe pesan berupa integrasi dan pembaruan (Muhammad, 2008:117).

c. Komunikasi horizontal

Komunikasi horizontal adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi. Pesan yang mengalir menurut fungsi dalam organisasi diarahkan secara horizontal (Muhammad, 2008:121).

Komunikasi horizontal terdiri dari penyampaian informasi di antara rekan-rekan sejawat dalam unit kerja yang sama. Unit kerja itu meliputi individu-individu yang ditempatkan pada tingkat otoritas yang sama dalam organisasi.

Komunikasi horizontal memiliki tujuan yaitu:

- 1) Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja
- 2) Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan
- 3) Untuk memecahkan masalah
- 4) Untuk memperoleh pemahaman bersama
- 5) Untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan
- 6) Untuk menumbuhkan dukungan interpersonal (Pace dan Faules, 2006:195-196).

d. Komunikasi diagonal

Komunikasi diagonal merupakan aliran komunikasi dari orang-orang yang memiliki hierarki yang berbeda dan tidak memiliki hubungan kewenangan secara langsung (Romli, 2011:177). Dalam komunikasi organisasi tentulah kita berbicara tentang informasi yang berpindah. Saluran-

saluran tersebut memegang peranan penting dalam penyampaian informasi. Namun yang tidak kalah penting, jaringan komunikasi formal dan komunikasi informal memberikan andil yang cukup besar dalam penyampaian informasi.

1) Komunikasi formal

Komunikasi formal adalah suatu proses komunikasi yang bersifat resmi dan biasanya dilakukan dalam lembaga formal melalui garis perintah atau sifatnya konstruktif, berdasarkan struktur organisasi oleh pelaku yang berkomunikasi sebagai petugas organisasi dengan status masing-masing yang tujuannya menyampaikan pesan yang terkait dengan kepentingan kerja. Dalam komunikasi formal, pesan mengalir melalui jalan yang resmi yang telah ditentukan oleh hierarki resmi organisasi dan atau oleh fungsi pekerjaan. Pesan dalam komunikasi formal biasanya mengalir dari atas ke bawah, dari bawah ke atas, atau dari tingkat yang sama atau dengan kata lain horizontal (Muhammad, 2008:107).

2) Komunikasi informal

Sebaliknya, komunikasi informal adalah komunikasi antara orang yang ada dalam organisasi, akan tetapi tidak direncanakan atau tidak ditentukan dalam struktur organisasi. Komunikasi informal biasanya timbul melalui rantai kerumunan dimana seseorang menerima informasi dan diteruskan kepada seseorang atau lebih dan seterusnya.

Dalam komunikasi informal, pesan yang mengalir ke atas ke bawah atau secara horizontal tidak memperhatikan hubungan posisi, walaupun ada mungkin sedikit. Karena komunikasi informal ini menyebabkan informasi pribadi muncul dari interaksi diantara orang-orang dan mengalir keseluruhan organisasi tanpa dapat diperkirakan (Muhammad, 2008:124).

Jaringan komunikasi formal dan informal memungkinkan anggota-anggota suatu organisasi memproses informasi, dan kedua macam jaringan komunikasi ini kadang-kadang saling mengisi. Jaringan komunikasi informal mungkin mengisi kebutuhan-kebutuhan informasi yang tidak diisi oleh jaringan komunikasi formal, sehingga informasi yang diperoleh bisa diterima utuh.

5. Pemuda dan Organisasi Kepemudaan

a. Pemuda

Sudah sejak lama pemuda dijadikan sebagai tumpuan masa depan bangsa, bahkan pemuda dianggap sebagai miniatur masa depan (50 tahun kedepan) (Setiawan, 2016:29). Kita bakal bisa memprediksi masa depan sebuah bangsa dilihat dari pemudanya saat ini.

Pemuda sendiri dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia diartikan sebagai orang muda. Sementara dalam Undang-undang nomor 40 tahun 2009 tentang kepemudaan dijelaskan bahwa pemuda adalah warga negara

Indonesia yang memasuki periode penting pertumbuhan dan perkembangan yang berusia 16 sampai 30 tahun.

Karakteristik yang dimiliki oleh pemuda yang dijelaskan dalam Undang-undang nomor 40 tahun 2009 yaitu, memiliki semangat kejuangan, kesukarelaan, tanggung jawab, dan ksatria,serta memiliki sifat kritis, idealis, inovatif, progresif, dinamis, reformis, dan futuristik. Melihat karakteristik pemuda yang begitu kompleks sudah selayaknya pemberdayaan pemuda dilakukan.

Pemberdayaan pemuda dilaksanakan secara terencana, sistematis, dan berkelanjutan untuk meningkatkan potensi dan kualitas jasmani, mental spiritual, pengetahuan, serta keterampilan diri dan organisasi menuju kemandirian pemuda. Hal ini mempunyai arah untuk meningkatkan partisipasi dan peran aktif pemuda dalam membangun dirinya, masyarakat, bangsa dan negara.

b. Organisasi Kepemudaan

Menurut undang-undang nomor 40 tahun 2009 tentang kepemudaan, yang dimaksud dengan organisasi kepemudaan adalah organisasi yang dibentuk oleh pemuda yang berdasarkan kesamaan asa, agama, ideologi, minat dan bakat, atau kepentingan, yang tidak bertentangan dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

Dikutip juga dalam (kompasiana.com) Organisasi kepemudaan adalah lembaga yang menghimpun segenap potensi anak muda baik mahasiswa maupun anak sekolah yang masuk kategori pemuda bahkan mereka yang tidak menjadi anak terdidik. Organisasi kepemudaan ini berdiri bersama dengan visi dan stuktur kepemimpinan, budaya dan model aktualisasi ide dan gagasannya. Bentuk dari organisasi ini lebih banyak berkaitan dengan lembaga HMI, IMM, PMII, Bem dan lembaga organisasi kedaerah serta yang sejenis dari hal tersebut.

Jadi dapat peneliti simpulkan organisasi kepemudaan adalah organisasi yang dibentuk oleh pemuda yang menghimpun segenap potensi anak muda baik mahasiswa maupun anak sekolah yang masuk kategori pemuda bahkan mereka yang tidak menjadi anak terdidik.

6. Partisipasi

Pada sebuah organisasi, pelaksanaan berbagai kegiatan sudah menjadi sebuah keniscayaan maka dari itu partisipasi para anggota organisasi sangat mutlak diperlukan demi kelancaran berjalannya kegiatan dari organisasi tersebut.

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia jelaskan bahwa, partisipasi adalah turut berperan atau berperan serta dalam suatu kegiatan. Partisipasi yang menggunakan *input* pekerja dalam hal ini para anggota organisasi merupakan proses untuk meningkatkan komitmen mereka terhadap

kesuksesan organisasi (Robbins dan Judge, 2015:164). Sementara partisipan adalah anggota khalayak yang aktif yang tidak hanya memperhatikan apa yang dikatakan oleh para pemimpin, tetapi juga menanggapi dan bertukar pesan dengan para pemimpin tersebut (Nimmo, 2001:126).

Untuk meningkatkan partisipasi anggota organisasi memang diperlukan motivasi dan iklim organisasi yang sehat, sehingga para anggota kelompok dapat lebih terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh organisasi tersebut.

a. Motivasi

Dalam berbagai literatur cukup banyak yang menjelaskan tentang pengertian dari motivasi. Dalam kamus besar bahasa Indonesia, motivasi diartikan sebagai sebuah dorongan yang timbul pada diri seseorang secara sadar atau tidak sadar untuk melakukan suatu tindakan dengan tujuan tertentu atau usaha yang dapat menyebabkan seseorang atau sekelompok orang tertentu tergerak melakukan sesuatu karena ingin mencapai tujuan yang dikehendaknya atau mendapat kepuasan dengan perbuatannya.

Motivasi dapat didefinisikan sebagai keadaan dimana usaha dan kemauan keras seseorang diarahkan kepada pencapaian hasil-hasil atau tujuan tertentu. Hasil-hasil yang dimaksud dapat berupa produktivitas, kehadiran, atau perilaku kerja kreatif lainnya (Sopiah, 2008:170).

Sementara Hasibuan mengemukakan bahwa motivasi adalah suatu perangsang keinginan dan daya penggerak kemauan bekerja seseorang karena setiap motif mempunyai tujuan tertentu yang ingin dicapai (Romli, 2011:72-73).

Motivasi adalah suatu konsep yang membantu menjelaskan tentang individu yang dipengaruhi oleh kekuatan-kekuatan yang bekerja, sehingga mampu memulai dan mengarahkan perilaku individu tersebut (Suyanto, 2006:25). Konsep ini digunakan untuk menjelaskan tentang perbedaan perilaku anggota dalam organisasi. Hasil dari motivasi yang kuat dapat terlihat dari anggota organisasi yang lebih bersemangat dalam melaksanakan pekerjaan.

Secara umum konsep motivasi berkaitan dengan usaha untuk mencapai tujuan apapun. Robbins dan Judge (2008:222) memberikan pengertian mengenai 3 elemen utama dari motivasi, yaitu intensitas, arah, dan ketekunan karena ketiga elemen ini yang paling banyak mendapatkan perhatian saat berbicara mengenai konsep motivasi.

Motivasi bisa dipandang sebagai salah satu bagian penting dalam sistem administrasi keanggotaan sebagai proses membina, mengembangkan dan mengarahkan anggota dalam suatu organisasi. Manusia adalah unsur terpenting dalam kelancaran administrasi dan manajemen dalam sebuah organisasi, maka hal-hal yang berkaitan dengan konsep motivasi seharusnya

menjadi perhatian bagi orang-orang yang fokus pada keberhasilan organisasi dengan mewujudkan kerjasama antarmanusia di dalam organisasi.

Anggota yang juga merupakan bagian dari organisasi merupakan sumber daya yang begitu penting dalam sebuah organisasi khususnya dalam hal pencapaian tujuan dari suatu organisasi. Anggota organisasi yang menjadi bagian utama dari pencapaian tujuan organisasi memiliki perasaan, pikiran dan keinginan yang bisa mempengaruhi perilaku anggota dalam organisasi. Perilaku yang ditimbulkan bisa negatif maupun positif, olehnya itu pemimpin harus memotivasi anggotanya atau bawahannya, sehingga dapat meningkatkan kepuasan kerja dari anggota organisasi.

Wahjosumidjo (1994:174) menjelaskan dengan adanya interaksi vertikal antara pimpinan dengan bawahan dan interaksi horizontal antara sesama bawahan, maka akan muncul perilaku anggota organisasi yang sesuai dengan nilai yang berlaku di organisasi dan latar belakang dorongan yang berbeda berdasarkan kebutuhan yang berbeda. Dorongan kebutuhan dapat terpenuhi jika masing-masing anggota organisasi menunjukkan perilaku semangat kerja. Kebutuhan yang belum terpenuhi akan menjadi dorongan bagi seseorang untuk melakukan sesuatu, dan apabila kebutuhan yang satu telah terpuaskan, maka akan digantikan dengan kebutuhan yang lainnya.

Konsep motivasi memegang peranan penting bagi pemimpin di dalam sebuah organisasi untuk menggerakkan para bawahan untuk mengerahkan seluruh daya dan tenaga dengan bantuan fasilitas dan sarana. Fasilitas dan sarana berupa alat, material, uang, dan metode. Model ini menunjukkan manusia memiliki kedudukan sentral bagi terlaksananya segala kegiatan dan usaha kerjasama untuk tujuan kerjasama yang keseluruhannya dinamakan administrasi (Zainun, 2004:42).

Kebutuhan yang paling kuat dapat menentukan perilaku seseorang. Ini seharusnya bisa dipahami oleh seorang pemimpin dalam usaha memotivasi bawahannya, karena setiap bawahan memiliki tingkat kebutuhan yang berbeda-beda. Teori hirarki kebutuhan yang digagas pertama kali oleh Abraham Maslow adalah salah satu teori yang paling terkenal untuk menjelaskan konsep kebutuhan yang mempengaruhi perilaku manusia. Robbins dan Judge (2008:223) menjelaskan bahwa dalam setiap diri individu terdapat hirarki yang menandai tingkatan kebutuhan dari individu tersebut. Tingkat kebutuhan tersebut antara lain: *pertama*, Fisiologis, kebutuhan pada tingkat ini meliputi kebutuhan makan, minum dan tempat tinggal. *Kedua*, Rasa Aman, kebutuhan individu yang meliputi rasa ingin mendapatkan perlindungan dari bahaya fisik dan emosional. *Ketiga*, Sosial, kebutuhan yang termasuk di dalamnya penerimaan, persahabatan, rasa kasih sayang, kepemilikan. *Keempat*, penghargaan, kebutuhan yang meliputi faktor internal

dari individu seperti pencapaian, penghormatan diri serta faktor-faktor eksternal diantaranya pengakuan, perhatian, dan status. *Kelima*, Aktualisasi Diri, kebutuhan pada tingkat ini merupakan yang paling tinggi, diantaranya tumbuh dan tercapainya potensi dalam diri seseorang serta pemenuhan terhadap diri sendiri.

Teori yang membahas mengenai konsep motivasi adalah teori kebutuhan yang dikembangkan oleh McClelland dan rekan-rekannya. McClelland dan rekan-rekannya dalam Robbins dan Judge (2008:230) menjelaskan teori ini memfokuskan pada tiga kebutuhan dari individu, diantaranya pencapaian, kekuatan, dan hubungan. Ketiga hal tersebut bisa didefinisikan sebagai berikut: (a) Kebutuhan Pencapaian (*need for achievement*) kebutuhan yang mendorong seseorang untuk melebihi dan mencapai standar-standar serta berusaha keras untuk berhasil. (b) Kebutuhan Kekuatan (*need for power*) adalah kebutuhan untuk membuat individu lain berperilaku sesuai yang diinginkan sehingga mereka tidak akan berperilaku sebaliknya. (c) Kebutuhan Hubungan (*need for affiliation*) yaitu kebutuhan individu akan keinginan dalam membangun hubungan dan komunikasi antar pribadi yang ramah dan akrab.

Pace dan Faules (2013:124) mengembangkan teori tentang motivasi yang berdasarkan pada pilihan yang dibuat oleh orang-orang dalam mencapai suatu tujuan. Teori ini bernama teori harapan dan memiliki tiga

asumsi penting di dalamnya: Harapan Hasil (*outcome expectancy*), setiap anggota organisasi percaya jika mereka berperilaku dengan cara tertentu, maka mereka akan mendapatkan hal tertentu. Valensi (*Valence*), setiap hasil memiliki nilai atau daya tarik bagi orang tertentu atau bisa juga diartikan sebagai nilai yang orang berikan kepada suatu hasil yang diharapkan. Harapan Usaha (*Effort Expectancy*), setiap hasil yang didapatkan oleh anggota organisasi berkaitan dengan seberapa sulit dalam mencapai hasil tersebut.

Motivasi dijelaskan dengan mengkombinasikan tiga asumsi pokok yang ada di atas. Anggota organisasi percaya jika hasil tertentu diakibatkan oleh adanya perilaku yang ditentukan yang kemudian hasil tersebut bernilai positif, serta dapat dicapai dengan usaha.

b. Iklim Komunikasi Organisasi

Konsep "iklim" menjadi salah satu konsep yang paling "kaya" dalam bidang teori organisasi. Pace dan Faules (2013:170-171) menjelaskan konsep iklim menjadi "kaya" karena konsep iklim mendapat perhatian besar dalam literatur teoritis dan empiris; konsep iklim bisa menjadi sederhana dan bisa menjadi rumit pada saat yang sama dan memiliki daya penjas yang cakupannya luas.

Pace dan Faules (2013:159) menjelaskan ada 6 faktor yang mempengaruhi iklim komunikasi dalam suatu organisasi, diantaranya:

1) Kepercayaan

Para anggota di setiap tingkat dalam organisasi berupaya membangun hubungan, yang kemudian mengembangkan dan mempertahankan hubungan, dan hubungan yang terbangun terdapat unsur kredibilitas, keyakinan, kepercayaan, yang didukung oleh perkataan dan perbuatan.

2) Pembuatan keputusan bersama

Seluruh anggota di semua tingkatan dalam organisasi dilibatkan untuk berkomunikasi terkait masalah yang relevan dengan kedudukan masing-masing para pegawai. Kesempatan para pegawai di tingkatan bawah untuk berkomunikasi dengan para pegawai di tingkatan atas selalu tersedia. Dengan hal ini diharapkan setiap pegawai mampu berperan dalam setiap proses penentuan keputusan dan arah tujuan dari organisasi.

3) Kejujuran

Hubungan yang terbangun dalam organisasi dilandasi oleh adanya kejujuran dan keterusterangan, sehingga pegawai bisa mengeluarkan pendapat dan gagasannya tanpa memandang kepada siapa mereka berkomunikasi, baik sesama anggota maupun pimpinan dalam organisasi.

4) Keterbukaan dalam komunikasi kebawah

Keterbukaan dan kemudahan dalam proses memperoleh informasi jika berkaitan dengan tugas dalam organisasi dapat mempengaruhi

kemampuan anggota dalam melaksanakan pekerjaan, berkoordinasi dengan bagian lain, kecuali untuk keperluan informasi yang sifatnya rahasia.

5) Mendengarkan dalam komunikasi keatas

Laporan masalah yang disampaikan oleh setiap anggota organisasi harus didengarkan oleh anggota yang berada dalam setiap tingkat di atas dengan pikiran terbuka. Anggota organisasi yang berada di tingkat atas harus memandang informasi dari anggota yang berada di tingkatan bawah sebagai informasi yang penting, kecuali jika ada petunjuk yang berlawanan.

6) Perhatian pada tujuan-tujuan berkinerja tinggi

Anggota organisasi pada semua tingkat di dalam organisasi diharapkan menunjukkan komitmen terhadap tujuan yang menghasilkan produktivitas yang tinggi, berkualitas, berkinerja tinggi, namun berbiaya rendah dan menunjukkan perhatian besar pada anggota organisasi lainnya.

Iklm komunikasi merupakan konsep yang lebih penting jika dibandingkan dengan kemampuan dan teknik komunikasi. Gibb dalam Goldhaber (1995:218-219) menjelaskan komunikasi defensif dan suportif sangat menentukan tingkat kepastian iklim komunikasi dalam organisasi. Kedua istilah ini muncul pada saat Gibb melakukan studi mengenai hubungan interpersonal dalam suatu kelompok. Menurut Gibb, iklim komunikasi yang suportif, dikarakteristikan sebagai berikut: Deskriptif (Tidak menghakimi, menyampaikan perasaan, kejadian, persepsi dan proses tanpa usaha untuk

mengubah penerima pesan), Berorientasi pada masalah (Mencari jalan keluar tanpa menolak masukan), Spontanitas (Bebas dari kecurangan, tanpa motif tersembunyi, jujur), Kesamaan (Saling percaya dan menghargai, adanya perencanaan yang partisipatif tanpa pengaruh kekuasaan dan status), Empati (Menghargai pendengarnya, mengidentifikasi, berbagi dan menerima masalah, perasaan dan nilai-nilainya), Profesionalisme (Masih bersifat sementara dan mau menampung usulan).

Sementara pada iklim organisasi banyak para ahli yang mendefinisikan mengenai iklim organisasi, seperti Tagiuri yang mengatakan bahwa iklim organisasi adalah kualitas yang relatif abadi dari lingkungan internal organisasi yang dialami oleh anggota-anggotanya, mempengaruhi tingkah laku mereka serta dapat diuraikan dalam istilah nilai-nilai suatu set karakteristik tertentu dari lingkungan. Dimana lingkungan atau situasi ialah faktor-faktor penentu yang dapat mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu (Cangara, 2009:27).

Payne dan Pugh mendefinisikan iklim organisasi sebagai suatu konsep yang merefleksikan isi dan kekuatan dari nilai-nilai umum, norma, sikap, tingkah laku dan perasaan anggota terhadap suatu sistem sosial (Muhammad, 2008:82). Uthans menjelaskan bahwa iklim organisasi adalah lingkungan internal atau psikologi organisasi. Iklim organisasi mempengaruhi

praktik dan kebijakan sumber daya manusia yang diterima oleh anggota organisasi (Ruliana, 2014:152). Iklim organisasi dinilai sangatlah penting karena dapat mempengaruhi cara hidup kita, kepada siapa kita berbicara, siapa yang kita sukai, bagaimana perasaan kita, bagaimana kegiatan kerja kita, dan bagaimana cara kita menyesuaikan diri dengan organisasi.

B. Tinjauan Penelitian Terdahulu

Untuk memberikan kekuatan pada penelitian yang akan dilakukan, peneliti membaca dan mempelajari beberapa referensi yang dianggap berkaitan dengan penelitian. Penelitian-penelitian yang terkait dengan Strategi Komunikasi KNPI Sulawesi Selatan Untuk Mendorong Partisipasi Organisasi Kepemudaan antara lain :

Tabel 1. Penelitian-Penelitian Terdahulu

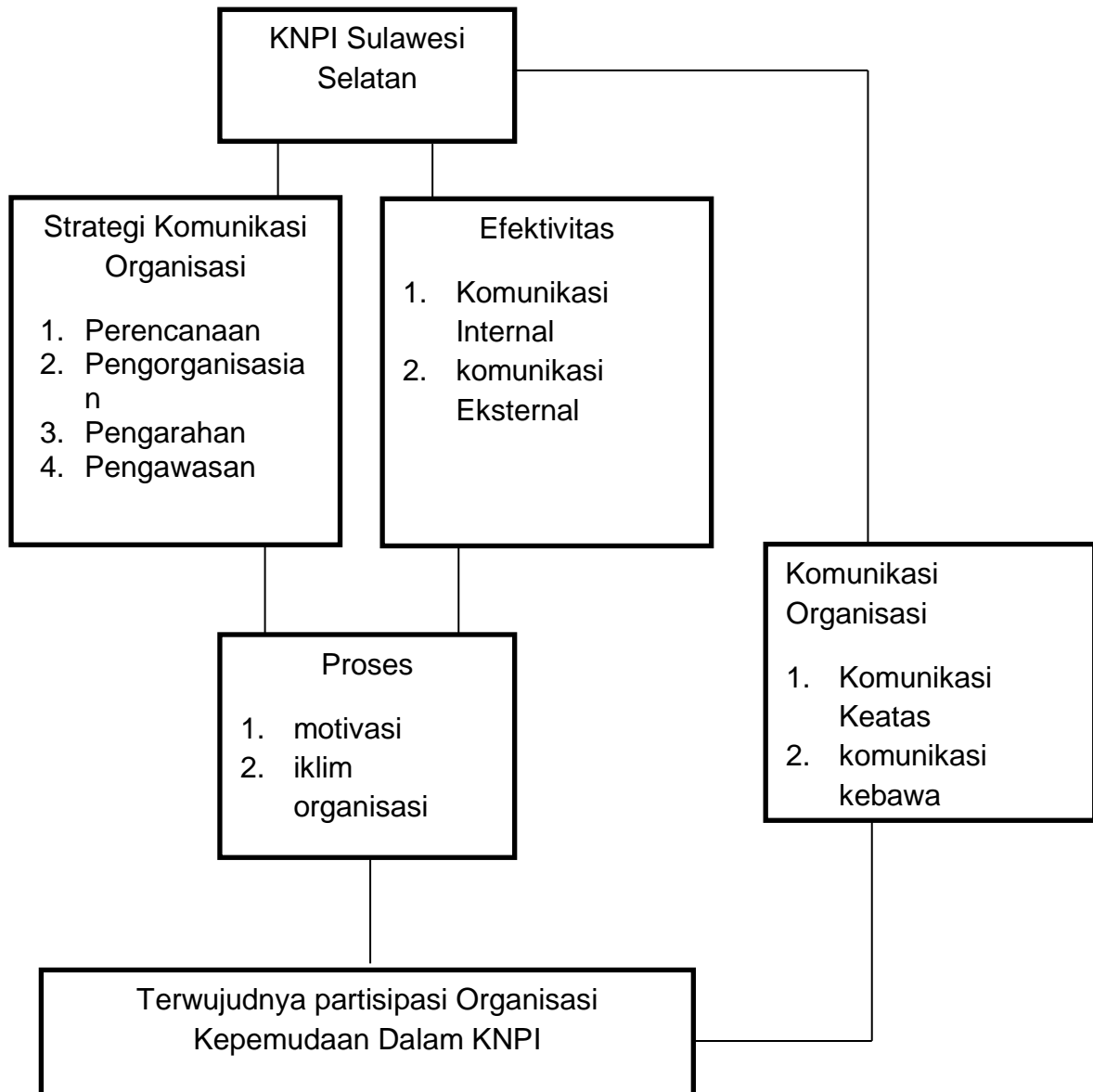
No	Nama Peneliti, Tahun	Judul	Metode	Hasil
1	Rizki Muhammad Ramdhan (2014)	Peranan Kepemimpinan Organisasi Kepemudaan Dalam Meningkatkan Partisipasi Politik Masyarakat Desa (Studi Deskriptif Pada Komite Nasional	Penelitian berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, data analisis secara interaktif yang meliputi pereduksian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa KNPI kecamatan Nagrak berperan dalam kepanitiaan di Panitia Pengawas Pemilu, Panitia Pemilihan Kecamatan, Panitia Pemilihan Suara, dan lain-lain sebagai langkah efektif dalam rangka pencerdasan politik masyarakat desa, namun peranan KNPI masih perlu ditingkatkan. Model kepemimpinan yang diterapkan ialah model kepemimpinan partisipatif dan pendelegasi.

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul	Metode	Hasil
		Pemuda Indonesia (KNPI) Kecamatan Nagrak Kabupaten Sukabumi)		
2	Nasruddin (2016)	Strategi KNPI Provinsi Sulawesi Selatan Dalam Membentuk Karakter Kepemimpinan Pemuda	Penelitian berjenis deskriptif dengan pendekatan kualitatif, data analisis secara interaktif yang meliputi pereduksian data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.	Hasil penelitian menunjukkan dari kesepuluh komisi yang ada dalam struktur KNPI beserta program- programnya, tampak bahwa KNPI ingin menunjukkan jati dirinya sebagai wadah kaderisasi yang memiliki tanggung jawab dalam proses regenerasi untuk mengembangkan kader-kader handal guna menjamin kesinambungan perjuangan bangsa kedepan.
3	Muhammad Saleh (2014)	Strategi Komunikasi	Metode yang digunakan dalam penelitian ini	Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi politik yang

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul	Metode	Hasil
		Politik Keterlibatan Pemuda Dalam Pemenangan Chaidir Syam Pada Pemilu Legislatif Di Kabupaten Maros.	adalah kualitatif. Penelitian dilakukan di Kabupaten Maros. Data dikumpul melalui wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data dalam penelitian ini melibatkan beberapa komponen, yaitu penyajian data, pereduksian data dan penarikan kesimpulan penelitian.	dijalankan Chairil Syam adalah dengan menyentuh jaringan sesama kader partai, pendekatan ketokohan (baik masyarakat maupun tokoh kepemudaan), dan organisasi kepemudaan.
4	Mardianti Salam (2017)	Partisipasi Pemuda Makassar dalam Peningkatan pemenuhan Kebutuhan (UTD-PMI) Kota	Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Etnografi yang menggambarkan dalam bentuk deskriptif.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemuda dapat berpartisipasi langsung dengan mendonorkan darahnya di UTD-PMI kota Makassar; berpartisipasi langsung buah pikiran lebih berupa menyusun dan memperlancar kegiatan donor darah yang dilakukan oleh UTD-PMI Kota

No	Nama Peneliti, Tahun	Judul	Metode	Hasil
		Makassar.		Makassar.
5	Firmansyah Latar (2017)	Strategi Organisasi Kepemudaan BKPRMI Dalam Menyelesaikan Konflik Antara Pemuda Di Kota Ambon	Metode pendekatan yang digunakan dalam penelitian adalah deskriptif kualitatif. Penentuan informan dilakukan dengan teknik purposive dengan jumlah sampel sebanyak 11 orang yang berasal dari pengurus BKPRMI Kota Ambon, Tokoh Masyarakat, Tokoh Pemuda, Kepala Desa Batu Merah, Camat Sirimau, dan Kapolsek Sirimau.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik antar kelompok pemuda yang terjadi di Desa Batu Merah disebabkan oleh faktor internal dan faktor eksternal. Faktor internal yaitu gaya hidup dan <i>Histori</i> masalah yang belum terselesaikan. Sementara faktor eksternal dipengaruhi oleh solidaritas sosial, kesenjangan sosial/pengangguran, dan komunikasi yang kerap mengakibatkan ketersinggungan.

C. Kerangka Konseptual



Gambar 2. Kerangka Konsep

D. Definisi Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam menginterpretasikan judul yang diajukan, terlebih dahulu penulis mengidentifikasi dan mengemukakan kata-kata kunci dalam judul penelitian ini:

1. Strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan.
2. Komunikasi adalah pertukaran pesan baik verbal maupun nonverbal antara pengirim dan penerima pesan untuk mengubah tingkah laku. Organisasi adalah tempat atau wadah dimana orang-orang berkumpul, bekerjasama secara rasional dan sistematis, terencana, terpimpin dan terkendali guna mencapai tujuan bersama.
3. Strategi komunikasi suatu rancangan yang dibuat untuk mengubah tingkahlaku manusia dalam skala yang lebih besar melalui transfer ide-ide baru.
4. KNPI Sulawesi Selatan adalah organisasi yang mewadahi pemuda-pemudi terbaik dan organisasi kepemudaan di Sulawesi Selatan.
5. Pemuda adalah warga negara Indonesia yang berusia 16 hingga 30 tahun.
6. Organisasi kepemudaan yang dimaksud adalah organisasi yang berhimpun dalam KNPI Sulawesi Selatan.

7. Partisipasi adalah turut berperan dalam suatu kegiatan.

Berdasarkan kata-kata kunci di atas, definisi operasional sangat dibutuhkan agar tidak terjadi kekeliruan penafsiran pembaca terhadap variabel-variabel atau kata-kata dan istilah-istilah yang terkandung dalam judul penelitian. Sehingga, secara sederhana definisi operasional pada penelitian ini dapat disimpulkan sebagai suatu strategi komunikasi organisasi melalui perencanaan matang yang diterapkan pada KNPI Sulawesi Selatan baik menggunakan pesan verbal maupun nonverbal antara pimpinan Organisasi sebagai posisi puncak dan pemuda sebagai anggota organisasi, pemuda dan pimpinan maupun antara para pemuda anggota organisasi untuk mendorong partisipasi organisasi kepemudaan dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan KNPI Sulawesi Selatan.