

STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI KETUA KARANG TARUNA TUNAS MEKAR DALAM EVENT TUNAS MEKAR CUP IV

¹Fakhrudi Munawwar Aldy, ²Dra. Maya Sekar Wangi, M.Si, ³Fikriana Mahar Rizqi,
S.I.Kom., M.A

S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Slamet Riyadi
Surakarta

Fakhrudi Munawwar Aldy

Fakhrudimunawwar0915@gmail.com

Abstrak

Setiap kegiatan dalam sebuah organisasi berhasil atau tidaknya kegiatan komunikasi secara efektif banyak ditentukan oleh strategi komunikasi, strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Tujuan dari penelitian ini yakni guna melihat strategi komunikasi organisasi Ketua Karang Taruna Tunas Mekar dalam event Tunas Mekar Cup IV. penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi organisasi. Jenis dan metode penelitian menggunakan data primer dari hasil wawancara dan data sekunder dari dokumen, buku, dan jurnal. Teknik pengambilan data yang digunakan yaitu *Purpose Sampling*, sedangkan untuk menguji kredibilitas menggunakan Triangulasi Sumber dan di analisa dengan metode analisis interaktif yang dikembangkan oleh Matthew B. Milles dan A. Michel Huberman yaitu kondensasi data, menyajikan data, kemudian ditarik kesimpulan atau verifikasi. Dalam menjalankan sebuah event Tunas Mekar Cup IV memerlukan tahapan-tahapan strategi komunikasi yaitu Perumusan strategi, Implementasi Strategi, dan Evaluasi Strategi. Dalam perumusan Strategi peneliti menggunakan perencanaan strategi komunikasi untuk mencapai sebuah keberhasilan. Dalam perencanaan strategi komunikasi sendiri menggunakan model perencanaan dari Cangara Hafied yakni, Model Perencanaan Komunikasi Alur Tanda “?”. Dalam target tim yang dipilih harus memiliki kualitas dan loyalitas yang tinggi. Mengadakan event Tunas Mekar Cup IV berlandaskan tujuan awal yaitu memberikan wadah generasi muda dan memberikan hiburan kepada masyarakat. Pesan yang digunakan berupa pesan yang bersifat persuasif dan informatif. Membangun komitmen event Tunas Mekar Cup IV masih menggunakan nilai-nilai dan teknis terdahulu serta meningkatkan komitmen. Pemilihan dan penggunaan media dalam penyampaian pesan dengan media *online* dan media cetak. Membuat rencana komunikasi bisa dengan negosiasi langsung, konsep media yang digunakan, perizinan pihak terkait, proposal sponsor dan donatur, evaluasi keberhasilan. Dalam implementasi strategi komunikasi dalam event Tunas Mekar Cup IV membutuhkan kolaborasi antar pihak. ketua mengatasi permasalahan anggota dengan cara pendekatan personal kepada anggota yang lari dari tugas yang diberikan. Keberhasilan event Tunas Mekar Cup IV bisa di dapatkan dengan seluruh anggota panitia melakukan tugas dan tanggung jawab dengan baik. Evaluasi strategi komunikasi karang taruna tunas mekar melakukan dengan membentuk *forum grup discussion (FGD)* dan evaluasi kinerja individu dan tim. kesimpulan dari penelitian ini yakni strategi komunikasi Ketua Karang Taruna Tunas Mekar dalam event Tunas Mekar Cup IV dapat dikatakan belum sesuai dengan harapan, namun dalam pelaksanaanya masih tetap berjalan lancar.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi Organisasi, Tahapan Strategi Komunikasi, Karang Taruna, Model Perencanaan Alur Tanda,

Abstrak

Every activity in an organization whether or not communication activities are effective is largely determined by communication strategy, strategy is essentially planning (planning) and management (management) to achieve a goal. The purpose of this research is to see the organizational communication strategy of the Head of Tunas Mekar Youth Organization in the Tunas Mekar Cup IV event. This research uses the theory of organizational communication strategy. Types and methods of research using primary data from interviews and secondary data from documents, books, and journals. The data collection technique used is Purpose Sampling, while to test credibility using Triangulation of Sources and analyzed by the interactive analysis method developed by Matthew B. Milles and A. Michel Huberman. Milles and A. Michel Huberman, namely data condensation, presenting data, then drawing conclusions or verification. In running an event Tunas Mekar Cup IV requires stages of communication strategy, namely strategy formulation, strategy implementation, and strategy evaluation. In the strategy formulation, researchers use communication strategy planning to achieve success. In planning the communication strategy itself using the planning model from Cangara Hafied, namely, the "Sign Flow Communication Planning Model". In the target team selected must have high quality and loyalty. Organizing the Tunas Mekar Cup IV event is based on the initial goal of providing a forum for the younger generation and providing entertainment to the community. The messages used are persuasive and informative messages. Building commitment to the Tunas Mekar Cup IV event still uses previous values and techniques and increases commitment. Selection and use of media in delivering messages with online media and print media. Making a communication plan can be by direct negotiation, the concept of the media used, licensing of related parties, proposals for sponsors and donors, evaluation of success. In the implementation of communication strategies in the Tunas Mekar Cup IV event requires collaboration between parties. The chairman overcomes member problems by taking a personal approach to members who run away from the assigned tasks. The success of the Tunas Mekar Cup IV event can be obtained by all committee members doing their duties and responsibilities well. Evaluation of the communication strategy of Tunas Mekar Youth Organization is done by forming a group discussion forum (FGD) and evaluating individual and team performance. The conclusion of this research is that the communication strategy of the Head of Tunas Mekar Youth Organization in the Tunas Mekar Cup IV event can be said to be not in accordance with expectations, but in its implementation it is still running smoothly.

Keywords: Organizational Communication Strategy, Stages of Communication Strategy, Youth Organization, Sign Flow Planning Model,

PENDAHULUAN

Strategi sebagai suatu metode untuk mencapai tujuan yang berhubungan dengan tujuan dan sasaran organisasi. Terdapat dua jenis strategi, yaitu strategi yang berlaku secara umum untuk seluruh organisasi dan strategi kompetitif yang bersifat khusus untuk setiap kegiatan atau aktivitas. Strategi komunikasi sebagai rencana yang dirancang dengan baik untuk mengubah perilaku manusia secara luas melalui pengenalan ide-ide baru. Strategi komunikasi sebagai gabungan terbaik dari semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, penerima, yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Strategi komunikasi suatu organisasi sangat penting untuk dapat mempertahankan eksistensi suatu organisasi baik dalam sudut pandang organisasi maupun masyarakat secara luas, sehingga dengan strategi komunikasi seluruh kegiatan dan program kerja akan terlaksana secara efektif. Untuk mencapai kemajuan organisasi wacana dan rencana yang menggunakan konsep relevansi bersyarat, dimana wacana tersebut secara sadar direncanakan dan disusun untuk memecahkan suatu masalah dalam organisasi untuk mencapai tujuan yang sudah ditetapkan di dalam organisasi. Penggunaan strategi komunikasi merupakan salah satu teknik untuk memastikan tujuan komunikasi tercapai secara efektif dan efisien.

Karang taruna adalah organisasi sosial kemasyarakatan sebagai wadah dan sarana pengembangan setiap anggota masyarakat yang tumbuh dan berkembang atas dasar kesadaran dan tanggung jawab sosial dari, oleh dan untuk masyarakat menjadi penggerak bagi generasi muda di bidang usaha kesajahteraan sosial. Dapat disimpulkan karang taruna adalah organisasi sosial kepemudaan yang ada

hampir di seluruh desa atau kelurahan di Indonesia yang berfokus pada penumbuhan kembangan usaha untuk kesejahteraan sosial, usaha ekonomi produktif, olahraga dan kesenian.

Karang taruna Tunas Mekar Dusun Banyubiru, Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo Kabupaten Karanganyar yang berperan penuh sebagai wadah aspirasi para pemuda karang taruna Tunas Mekar dalam membangun dan melaksanakan eksistensi sebuah organisasi kepemudaan atau karang taruna terhadap lingkungan dan masyarakat, khususnya Dusun Banyubiru, Kelurahan Jatikuwung, Kecamatan Gondangrejo, Kabupaten Karanganyar.

Karang Taruna Tunas Mekar merupakan salah satu wadah berkumpul, bermusyawarah dan berbagi pengalaman remaja dan pemuda Dusun Banyubiru kearah yang lebih positif. Kegiatan yang dilakukan oleh karang taruna Tunas Mekar, antara lain kegiatan lomba hari kemerdekaan, kerja bakti, sinoman, dan yang menjadi event terbesar adalah pertandingan bola voli. Dalam pertandingan bola voli yang diselenggarakan mempunyai beberapa dampak positif bagi Masyarakat Dusun Banyubiru di antaranya yaitu meningkatkan UMKM Dusun Banyubiru dapat berupa UMKM makanan dan minuman, atribut event bola voli, lahan parkir, dan menyediakan toilet umum.

Event Turnament Tunas Mekar Cup IV lebih mengarah pada permasalahan internal karang taruna Tunas Mekar seperti anggota karang taruna akan kurangnya kesadaran dalam keberhasilan event Turnamen Tunas Mekar Cup IV, anggota yang sering lepas tanggung jawab dari tugas yang diberikan. Dalam perencanaan strateginya sendiri juga mengalami permasalahan. Permasalahan ini membuat

keberhasilan event tunas mekar cup IV tidak sesuai harapan.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik tentang Strategi Komunikasi Organisasi Ketua Karang Taruna Tunas Mekar dalam Event Tunas Mekar Cup IV.

Rumusan masalah pada penelitian yakni Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Ketua Karang Taruna dalam event Tunas Mekar Cup IV.

Tujuan penelitian ini, yaitu untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh ketua karang taruna dalam menyelenggarakan Tunas Mekar Cup IV.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut cangara (2014) Strategi komunikasi sebagai rencana yang dirancang dengan baik untuk mengubah perilaku manusia secara luas melalui pengenalan ide-ide baru. Strategi komunikasi sebagai gabungan terbaik dari semua komponen komunikasi, termasuk komunikator, pesan, media, penerima, yang direncanakan untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal.

Menurut Efendy O.Unchjana (2003) Strategi merupakan suatu rencana yang telah disusun secara cermat oleh individu atau kelompok berdasarkan tujuan yang telah ditetapkan. Penggunaan strategi memastikan bahwa rencana tersebut dijalankan sesuai dengan rencana yang telah dirancang. Selain itu, strategi juga berfungsi untuk mengantisipasi kemungkinan yang mungkin muncul selama pelaksanaan rencana.

Menurut Harahap (2022) Strategi tidak hanya terbatas pada perencanaan, tetapi juga mencakup implementasi langkah-langkah yang terstruktur, efektif, dan efisien dalam pelaksanaan. Efektivitas

tercapai ketika tindakan yang diambil menghasilkan dampak positif dan memengaruhi hasil dari apa yang telah dilakukan. Dengan demikian, seorang pemimpin harus mampu memberikan dampak positif bagi organisasi dengan tujuan mencapai hasil yang diinginkan oleh pemimpin dan unit-unit dalam organisasi.

Menurut Suranto (2018) dalam organisasi, komunikasi adalah suatu kegiatan yang harus dikelola sedemikian rupa sehingga anggota organisasi saling terhubung secara harmonis, saling mendukung dan merasa saling membutuhkan satu sama lain. Oleh karena itu, komunikasi organisasi merupakan suatu cara komunikasi yang berlangsung dalam suatu organisasi dan bertujuan untuk menjaga keharmonisan kerjasama antar berbagai pemangku kepentingan. Komunikasi organisasi pada dasarnya adalah komunikasi antarmanusia (*human communication*) yang terjadi dalam lingkungan organisasi.

Menurut Pace dan Faules (2010) dalam suatu organisasi, komunikais organisasi mengacu pada pertukaran pesan organisasi yang berbeda antara kelompok formal dan informal. Proses komunikasi menjadi lebih rumit dengan organisasi yang lebih besar dan kompleks. Gaya komunikasi organisasi yang beranggotakan tiga orang akan sangat berbeda dengan organisasi yang beranggotakan seribu orang.

Menurut Harahap (2022) sebuah strategi terdapat beberapa tahapan-tahapan strategi komunikasi organisasi 1)Perumusan Strategi Proses perumusan strategi komunikasi dimulai dengan pertimbangan terhadap faktor eksternal seperti peluang dan ancaman, evaluasi faktor internal yang mencakup kekuatan dan kelemahan, penetapan tujuan yang jelas, pembuatan berbagai strategi

alternatif, dan akhirnya pemilihan strategi yang sesuai dengan tantangan yang dihadapi dalam konteks kekuatan. Selanjutnya, dilakukan analisis terhadap kemungkinan peristiwa yang dapat terjadi, serta perhitungan terhadap pilihan-pilihan dan langkah-langkah yang diperlukan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.2) Implementasi Strategi Langkah selanjutnya setelah merumuskan dan memilih strategi yang akan digunakan adalah melaksanakan strategi tersebut dengan keterlibatan dan dukungan penuh dari seluruh unit, tingkat, dan anggota organisasi. Tanpa komitmen dan kerja sama dalam pelaksanaan strategi, maka proses analisis strategi hanya akan menjadi konsep semata. Implementasi strategi mempertimbangkan alokasi sumber daya, struktur organisasi, serta mekanisme kepemimpinan yang saat ini sedang diterapkan, sejalan dengan budaya perusahaan dan organisasi. Implementasi strategi adalah proses di mana berbagai strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan konkret melalui pengembangan program, pengalokasian anggaran, dan penentuan prosedur. Walaupun implementasi biasanya dilakukan setelah perumusan strategi, namun kedua aspek ini harus dipandang sebagai elemen penting dalam manajemen strategi. Perumusan strategi dan implementasi strategi harus dilihat sebagai dua hal yang saling terkait dan tidak dapat dipisahkan.3) Evaluasi Strategi Dalam proses penyusunan strategi, tahap akhir yang sangat penting adalah evaluasi implementasi strategi. Evaluasi strategi diperlukan untuk mengukur tingkat keberhasilan dan sebagai dasar untuk menetapkan tujuan strategi berikutnya.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi ketua karang taruna tunas mekar dalam event tunas mekar cup IV. Yakni dengan menggunakan

metode penelitian kualitatif, Metode kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskripsi berupa teks maupun manusia dan perilaku yang dapat diamati. Objek dalam penelitian ini yakni strategi komunikasi organisasi ketua karang taruna tunas mekar dalam event tunas mekar cup IV. lokasi penelitian berada di Kabupaten Karanganyar.

Teknik yang digunakan untuk menentukan informan adalah *purposive sampling*. Teknik yang digunakan dengan menentukan kriteria khusus tidak diambil secara acak tetapi ditentukan oleh peneliti. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menurut peneliti dapat memberikan informasi yang peneliti dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan teknik wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan cara Triangulasi Sumber, yakni triangulasi yang dilakukan dengan melakukan pengecekan data yang diperoleh dari beberapa sumber.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Strategi komunikasi yang efektif untuk keberhasilan event Tunas Mekar Cup IV adalah kunci dari menyelesaikan permasalahan yang terjadi. Permasalahan regenerasi hanya soal waktu saja, jadi ketua juga harus memberi ruang kepada anggota baru dengan harapan kedepan mampu lebih aktif dan inovatif dalam program kerja karang taruna khususnya event Tunas Mekar Cup. Disini ketua membutuhkan sistem yang sesuai dalam menerapkan strategi komunikasi agar tidak ada keresahan dan kebingungan pada saat menjalankan event Tunas Mekar Cup. Dalam membuat perencanaan berfungsi untuk menghindari terjadinya kendala yang mungkin terjadi dan hasil yang akan diperoleh. Maka dari itu diperlukan tahapan strategi komunikasi organisasi perumusan strategi komunikasi, implementasi strategi komunikasi, dan

evaluasi strategi komunikasi.

a. Perumusan Strategi Komunikasi dengan Model Perencanaan Komunikasi Alur Tanda “?”.

1) Pengenalan Audines

Target yang dipilih adalah tim yang bertanding dan penonton pertandingan event Tunas Mekar Cup IV. Alasan menargetkan tim-tim tersebut agar target penonton bisa melonjak tinggi mencapai target. Dalam mengetahui target penonton dapat dilihat berdasarkan penjualan tiket.

2) Tetapkan tujuan yang dicapai

Tujuan menyenggarakan Tunas Mekar Cup IV adalah memberikan wadah generasi muda untuk menyalurkan bakat dan hobi di bidang olahraga bola voli dalam sebuah kompetisi. Tujuan lain mempererat rasa persahabatan dan memberikan hiburan kepada masyarakat dalam bentuk kompetisi. Dalam menetapkan tujuan yang dicapai pastinya berlandaskan aspek yang mendorong tujuan itu dapat dicapai.

3) Pemilihan pesan yang tepat

Pesan yang digunakan ketua dan panitia tunas mekar dalam event Tunas Mekar Cup IV dibagi menjadi dua bentuk yaitu bentuk pesan persuasif dan informatif. Kedua bentuk pesan ini di pilih karena bentuk pesan ini cocok dalam Tunas Mekar Cup IV.

4) Tingkat komitmen yang dibutuhkan

Mengukur besarnya konsistensi dan tanggung jawab dalam iklim komunikasi merupakan komitmen seseorang dalam sebuah kegiatan organisasi. Komitmen dalam organisasi dapat juga dengan membuktikan loyalitas untuk

mencapai visi misi, nilai, dan tujuan organisasi.

5) Pemilihan saluran komunikasi yang sesuai

Pemilihan saluran atau media informasi dalam sebuah event harus diperhatikan oleh panitia penyelenggara. Melihat media apa yang cocok dan sering digunakan masyarakat dalam mengakses event tersebut bisa menjadi strategi dalam menyalurkan informasi sebuah kegiatan organisasi. Dalam pemilihan media Karang Taruna Tunas Mekar menggunakan yakni, media cetak dan online.

6) Membuat rencana komunikasi

Dalam rencana komunikasi Ketua Karang Taruna Tunas Mekar melakukan pertemuan langsung dengan target tim melalui mengirim undangan resmi kepada pengelola dan pelatih tim-tim yang mempunyai ambisi dan loyalitas tinggi dengan tujuan mereka mampu menurunkan/mendatangkan pemain nasional agar dapat berpartisipasi dalam event Tunas Mekar Cup IV. Dalam hal ini Karang Taruna Tunas Mekar memberikan perlakuan khusus supaya terjadi kesepakatan kedua belah pihak. Kesepakatan dapat berupa memberikan keuntungan, informasi lengkap, dan keunggulan event Tunas Mekar Cup IV.

Dalam konsep media online secara penuh bertujuan meningkatkan kesadaran dan keterlibatan dalam event Tunas Mekar Cup IV khususnya melalui platform Instagram untuk menjangkau audiens secara luas. Konsep ini dapat dengan posting reguler yakni, mengunggah foto-foto dan video singkat yang menampilkan

momen-momen penting selama event berlangsung. Melakukan stories dan live sehingga menambah keunggulan event Tunas Mekar Cup IV. Penggunaan hashtag dan tren viral juga dapat untuk meningkatkan visibilitas dan memudahkan pengikut untuk menemukan konten terkait dan juga melakukan kolaborasi dengan tim-tim dan pemain menambah komentar positif dari masyarakat. Sedangkan dari media cetak dapat berupa penempatan strategis dan kerja sama dengan pihak terkait.

Dalam event Tunas Mekar Cup IV juga melakukan perizinan kepada pihak-pihak terkait. Ini bertujuan memperoleh dukungan dan persetujuan. Pihak-pihak terkait yakni, Persatuan Bola Voli Seluruh Indonesia (PBVSI) Kabupaten Karanganyar mengirimkan surat resmi kepada PBVSI Kabupaten Karanganyar yang memuat rincian lengkap event kegiatan, termasuk tanggal, lokasi, dan manfaat event Tunas mekar Cup IV. Kepolisian sektor (POLSEK) Gondangrejo untuk memastikan kelancaran dan keamanan event Tunas Mekar. Tunas Mekar Cup IV dengan mengirimkan surat resmi yang memuat permohonan izin resmi menyelenggarakan event turnamen. Masyarakat Dusun Banyubiru untuk memperoleh dukungan serta persetujuan dari masyarakat Dusun Banyubiru, dalam penyelenggaraan event Tunas Mekar Cup IV masyarakat mendapatkan keuntungan dari peningkatan ekonomi dan hiburan masyarakat.

Setiap event tidak

lepas dari donatur dan sponsor tujuan tersebut untuk mendapatkan dukungan finansial dan sponsor dari perusahaan atau individu untuk mendukung penyelenggaraan event Tunas Mekar Cup IV. Menyusun proposal yang menarik, menjelaskan tentang event secara jelas, dan manfaat sponsorship sebuah langkah dimana hal itu agar tercapainya keberhasilan event Tunas Mekar Cup IV.

b. Implementasi Strategi Komunikasi Event Tunas Mekar Cup IV

Implementasi adalah tahap selanjutnya sesudah perumusan strategi yang telah ditetapkan. Dalam bekerja sama tim dalam organisasi dengan mencapai tujuan merupakan tugas seluruh anggota organisasi. Di dalam karang taruna Tunas Mekar banyak anggota yang cukup beragam dari yang masih sekolah hingga yang sudah bekerja. Ini menimbulkan permasalahan anggota yang sering lari dari tanggung jawab yang diberikan. Pada kasus anggota yang lari dari tanggung jawab yang dikarenakan kurangnya rasa percaya diri dan enggan ikut berkontribusi dalam event Tunas Mekar Cup IV, ketua mengatasi permasalahan tersebut dengan cara pendekatan personal. Pendekatan personal adalah cara yang efektif untuk mengetahui secara langsung kendala apa yang menjadi penghambat anggota lari dari tugas yang diberikan. Kunci kesuksesan bekerja sama dalam tim adalah kemampuan bekerja dengan orang lain. Setiap individu harus memiliki kesadaran untuk dapat menerima kehadiran orang lain dalam pelaksanaan tugas organisasi. Tata kelola komunikasi diarahkan pada kesadaran pada setiap individu untuk dapat menerima kehadiran orang lain. Tunas Mekar Cup IV dalam pelaksanaannya membutuhkan orang-orang yang senantiasa bekerja

dengan senang hati dan dengan suasana yang menyenangkan supaya menumbuhkan prinsip kerja sama tim yang mampu memberikan manfaat yaitu manfaat dilihat dari sisi anggota dan manfaat dari sisi organisasi. Peran ketua menjadi mudah untuk dilakukan, mengingat bahwa keberhasilan bukan hanya karena kualitas pribadi melainkan bagaimana ketua tersebut memiliki karakter dan kompetensi dalam mengarahkan event organisasi menuju visi dan misi yang telah ditetapkan.

c. Evaluasi strategi komunikasi Event Tunas Mekar Cup IV

Pada tahapan evaluasi karang taruna Tunas Mekar Cup IV melakukan evaluasi dengan membentuk forum grup discussion (FGD). Tujuan FGD adalah untuk mengeksplorasi masalah yang spesifik, yang berkaitan dengan topik yang dibahas. Di samping membentuk FGD karang taruna Tunas Mekar Juga melakukan Evaluasi Kinerja individu atau tim yang terlibat dalam event Tunas Mekar Cup IV untuk menilai kemampuan anggota melaksanakan tugas dan tanggung jawab yang diberikan. Evaluasi kinerja berupanya untuk menilai keberhasilan event Tunas Mekar Cup IV dengan mengumpulkan bukti dan membuat penilaian tentang keberhasilan atau kegagalan event Tunas Mekar Cup IV. Dalam evaluasi kinerja karang taruna tunas mekar lebih mengarah pada tahap perencanaan yang sering terdapat permasalahan. Pada tahap perencanaan harus berdasarkan visi, misi, dan tujuan event Tunas Mekar Cup IV.

KESIMPULAN

Dalam melaksanakan strategi komunikasi organisasi dalam event organisasi memerlukan kesiapan dalam perumusan strategi dengan merancang

perencanaan yang matang. Tunas Mekar Cup IV menunjukkan perencanaan yang dilakukan sebagai strategi komunikasi mulai dari target audiens, Tujuan yang dicapai. Pesan yang digunakan. Komitmen yang dibangun. Media yang dipakai, Membuat rencana komunikasi, Walaupun terdapat permasalahan yang terjadi dalam menjalankan ketujuh strategi komunikasi namun dalam prakteknya masih dapat berjalan dengan lancar.

Ketua melakukan pendekatan langsung dengan anggota yang bermasalahan untuk memberi motivasi dan pengertian mendalam agar aktif kembali dalam keberhasilan event Tunas Mekar Cup IV. Tingkat keberhasilan yang dicapai event Tunas Mekar Cup IV dapat dikatakan jauh dari harapan Masyarakat Dusun Banyubiru sebab banyaknya permasalahan yang terjadi. dengan evaluasi yang dilakukan secara mendalam dan terbuka diharapkan bisa membuat event Tunas Mekar Cup kedepan dapat dilaksanakan jauh lebih baik.

DAFTAR PUSTAKA

Ajaji, V. O. (2017). Primary Sources of Data and Secondary Sources of Data (Issue September, pp. 1–6). Victor Oluwatosin Ajaji.

Ashary, L. (2016). Optimalisasi Pemberdayaan Karang Taruna Dalam Pengembangan Desa Silomukti Kabupaten Situbondo. Optimalisasi Pemberdayaan Karang Taruna Dalam Pengembangan Desa Silomukti Kabupaten Situbondo, 725–738.

Cangara, H. (2014). Perencanaan & Strategi Komunikasi (Edisi Revi). Rajawali pers.

Harahap, sumper mulia, Riski, J. sri, & Siregar, E. zuraidah. (2022). Strategi Komunikasi Organisasi (Edisi pert). PRENADA.

Mustikawati, A. H., Ardianti, D., & Hermawan, V. (2023). Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Penanganan Sampah di Kampung Cibunut Berwarna Kota Bandung. *JUDIKA: Jurnal Diseminasi Kajian Komunikasi*, 1(1), 42–52.

Nugroho, H., & Marantika, N. (2019). perencanaan komunikasi pendidikan karakter bagi anak berkebutuhan khusus sekolah dasar muhammadiyah kota madiun. *Sahafa Journal of Islamic Communication*, 1(2), 170.

Olivier, S. (2007). *Public Realtions Strategy* (Y. Sumiharti & Y. Indriati (eds.)). Kogan page LTD.

Pace, R. wayn., & Faules, D. F. (2010). *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan* (D. Mulayana (ed.); Edisi Ketu). PT Reamaja Rosdakarya.

Peraturan Menteri Sosial Republik Indonesia Nomor 25 Tahun 2019 Tentang Karang Taruna, 1 *Duke Law Journal* 35 (2019).

Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif Serta R&D*. In Alfabeta, CV (Issue April).

Suranto. (2018). *Komunikasi Organisasi* (P. Latifah (ed.); Edisi pert). PT Reamaja Rosdakarya.

Zamzami, W. S. (2021). Strategi Komunikasi Organisasi. *Journal Educational Research and Social Studies*, Volume 2(1), 25–37.