

Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar

Communication Strategy of the Karanganyar Student Forum Organization in Maintaining Existence through External Events in Karanganyar Regency

Faizah Hermawanti, Dra.Nurnawati Hindra H., M.Si , Fikriana Mahar Rizqi, S.I.Kom., MA

Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Slamet Riyadi Surakarta

Faizah Hermawanti

faizahhermawanti@gmail.com

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini yakni guna melihat Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar. Penelitian ini menggunakan teori strategi komunikasi organisasi. Penelitian menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah menggunakan metode observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan pengumpulan data, mereduksi data, menyajikan data dan menarik kesimpulan atau verifikasi. Berdasarkan hasil penelitian, diperoleh bahwa menentukan khalayak dari sebuah event eksternal Expo Campus yang dilakukan Formaka untuk mempertahankan eksistensi yaitu dilihat dari tujuan awal diadakannya Expo Campus tersebut yaitu ingin memperkenalkan dan menyebarluaskan informasi tentang perkuliahan kepada siswa-siswi SMA/K/MA yang masih sekolah supaya memotivasi mereka untuk melanjutkan pendidikan kejenjang yang lebih tinggi lagi. Pesan yang disusun agar banyak yang datang ke Expo Campus berupa kegiatan sosialisasi ke sekolah-sekolah SMA/K/MA di Karanganyar, lalu membuat pamflet yang unik dan menarik dan yang terakhir melakukan branding di sosial media. Metode yang digunakan untuk mempertahankan eksistensi Formaka yaitu Expo Campus. Pemilihan dan penggunaan media yang paling sering digunakan Formaka dalam penyampaian pesan yaitu Instagram, bekerjasama juga dengan media massa seperti radio. Kesimpulan dari penelitian ini yakni strategi komunikasi organisasi forum mahasiswa Karanganyar dalam mempertahankan eksistensi melalui event eksternal di Kabupaten Karanganyar yakni menggunakan Expo Campus dapat dikatakan berhasil.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi Organisasi, Formaka, Eksistensi, Event Eksternal.

Abstrak

The purpose of this research is to look at the Organizational Communication Strategy of the Karanganyar Student Forum in Maintaining Existence through External Events in Karanganyar Regency. This study uses the theory of organizational communication strategy. This research uses a qualitative descriptive approach. Data collection techniques in this study were using participant observation methods, in-depth interviews and documentation. Data analysis techniques use data collection, data reduction, presenting data and drawing conclusions or verification. Based on the research results, it was found that determining the audience of an external Expo Campus event conducted by Formaka to maintain its existence, that is seen from the initial purpose of holding the Expo Campus, namely to introduce and disseminate information about lectures to Senior High School and Vocational School students who are still in school so that motivate them to continue their education to a higher level. The message was structured so that many would come to the Expo Campus in the form of outreach activities to Senior High School and Vocational School schools in Karanganyar, then making unique and interesting pamphlets and finally doing branding on social media. The method used to maintain the existence of Formaka is the Expo Campus. The selection and use of the media most often used by Formaka in conveying messages is Instagram, in collaboration with mass media such as radio. The conclusion from this study is that the organizational communication strategy of the Karanganyar student forum in maintaining its existence through external events in Karanganyar Regency, namely using the Expo Campus, can be said to be successful.

Keywords: *Organizational Communication Strategy, Formaka, Existence, External Event.*

PENDAHULUAN

Eksistensi adalah cara manusia menunjukkan keberadaannya, untuk menjadikan dirinya seperti apa yang diinginkannya dan diyakininya. Eksistensi juga dapat di definisikan sebagai perilaku yang sadar dan nyata seorang manusia dalam pemikirannya dengan dunia yang dijalaninya. Eksistensi sangat penting dalam organisasi karena dengan adanya eksistensi maka masyarakat akan tahu bahwa ada organisasi dalam bidang tertentu dan dari situ organisasi tersebut dapat dikenal oleh masyarakat luas. komunikasi organisasi ialah komunikasi yang terjalin antar anggota dalam organisasi itu sendiri, maupun yang tidak terlibat langsung dalam organisasi untuk mencapai suatu tujuan. Komunikasi organisasi sama dengan proses yang berlangsung

dalam suatu organisasi berupa pengiriman, penerimaan dan pertukaran informasi atau pesan untuk mencapai suatu tujuan tertentu yang ditentukan bersama (anggota organisasi dan pengurus).

Setiap organisasi pastinya berusaha untuk tetap eksis dan lebih dikenal oleh masyarakat, satu-satunya organisasi di Karanganyar yang fokus mengurus dalam dunia perkuliahan dan yang ingin tetap eksis di masyarakat adalah Formaka. Formaka adalah organisasi mahasiswa di Kabupaten Karanganyar, dimana para anggotanya merupakan mahasiswa yang menempuh pendidikan di seluruh perguruan tinggi yang ada di Indonesia serta berdomisili di Kabupaten Karanganyar. Formaka sudah berdiri sejak tanggal 2 Februari

2013. Maka dari itu Formaka selalu mengadakan sebuah event eksternal, Pada salah satu event eksternal yang diadakan oleh Formaka yaitu "Expo Campus". Expo Campus adalah event eksternal yang ada di Formaka, yang mana kegiatan tersebut bertujuan untuk mengenalkan, menyebarluaskan informasi mengenai perguruan tinggi di Indonesia dan membantu siswa-siswi SMA/K/MA untuk menambah informasi yang lebih luas tentang perkuliahan.

Event Expo Campus ini sangat unik untuk dibahas karena banyak siswa-siswi SMA/K/MA yang ternyata kurang mendapatkan informasi tentang perkuliahan dari sekolah mereka. Peneliti memilih event Expo Campus yang menjadi event eksternal, karena event ini adalah wadah bagi siswa-siswi yang ingin mencari informasi lebih detail tentang perkuliahan yang tidak bisa didapatkan khususnya di kabupaten Karanganyar.

Berdasarkan latar belakang diatas peneliti tertarik dan ingin lebih fokus meneliti tentang Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar.

Rumusan masalah pada penelitian ini yakni Bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar.

Tujuan dari penelitian ini yakni guna melihat Strategi Komunikasi Organisasi Forum Mahasiswa

Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar.

KAJIAN PUSTAKA

Menurut Mulyana (2016) Definisi Komunikasi organisasi adalah komunikasi yang terjadi dalam suatu organisasi, baik itu formal maupun informal, dan yang terjadi dalam jaringan yang lebih besar dari pada komunikasi kelompok.

Onong Uchjana Effendy (2017) juga berpendapat bahwa strategi komunikasi yakni rencana yang efektif untuk menyampaikan pesan sedemikian rupa supaya komunikasi dapat dengan gampang dipahami dan menerima apa yang disampaikan oleh komunikator, memungkinkan mereka untuk mengubah sikap atau perilaku seseorang berdasarkan penjabaran opini ahli di atas.

Menurut Anwar (2015) Implementasi strategi komunikasi terdiri dari beberapa langkah yang disusun agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif. Berikut adalah 4 langkah strategi komunikasi: 1) Mengenal khalayak haruslah merupakan langkah pertama bagi komunikator dalam usaha komunikasi yang efektif. Khalayak itu tidak pasif melainkan aktif sehingga antara komunikator dan komunikan bukan hanya terjadi saling hubungan, tetapi juga saling mempengaruhi. Artinya, khalayak dapat dipengaruhi oleh komunikator. Untuk menjalin komunikasi antara komunikator dengan komunikan harus terdapat persamaan kepentingan. 2) Menyusun pesan yaitu menentukan tema dan materi. Syarat utama dalam

mempengaruhi perhatian khalayak adalah mampu menarik perhatian. Dengan demikian awal dari suatu efektifitas dalam komunikasi, ialah bangkitnya perhatian dari khalayak terhadap pesan-pesan yang disampaikan. Hal ini sesuai dengan *procedure atau from attention to action procedure* yaitu menarik perhatian (attention) yang kemudian mendorong individu atau banyak orang untuk melakukan suatu tindakan (action) sesuai dengan tujuan yang telah ditetapkan. 3) Dalam hal ini metode penyampaian dapat dilihat dari dua aspek, yaitu: Cara pelaksanaannya, dapat diwujudkan dalam dua bentuk, yaitu: Metode redundancy dan Metode canalizing. Lalu dapat dilihat juga dari Bentuk isinya, dikenal metode-metode seperti metode informatif, metode persuasive, metode edukatif, dan metode kursif. 4) Pemilihan dan penggunaan media, Untuk mencapai sasaran komunikasi kiota dapat memilih salah satu atau gabungan dari beberapa media, tergantung dari tujuan yang ingin dicapai, pesan yang disampaikan dan Teknik yang dipergunakan, karena masing-masing memiliki kelebihan dan kelemahan tersendiri.

Menurut pendapat Mahendra (2017) Eksistensi juga dapat digambarkan dengan satu kalimat, yaitu eksistensi yang diakui keberadaannya oleh orang lain. Eksistensi tidak bersifat kaku, tetapi mengalami perkembangan atau sebaliknya, tergantung bagaimana individu memenuhi potensinya.

METODE PENELITIAN

Untuk mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Organisasi Forum

Mahasiswa Karanganyar dalam Mempertahankan Eksistensi melalui Event Eksternal di Kabupaten Karanganyar. Yakni dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, Metode Kualitatif adalah proses penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa teks maupun bahasa manusia dan perilaku yang dapat diamati. Objek dalam penelitian ini yakni strategi komunikasi organisasi Formaka untuk mempertahankan eksistensi melalui event eksternal, yang dimaksud dengan event eksternal yakni Expo Campus. 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 random tetapi ditentukan oleh peneliti. Adapun yang menjadi narasumber dalam penelitian ini adalah orang-orang yang menurut peneliti dapat memberikan informasi yang peneliti butuhkan.

Dalam pengumpulan data penulis menggunakan observasi partisipan karena penulis ikut terjun langsung ke lapangan melakukan pengamatan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Penelitian ini menggunakan cara Triangulasi Teknik, dimana Triangulasi Teknik ialah metode yang dipakai dengan tujuan mengecek keabsahan data dimana dengan trik pengecekan data terhadap satu sumber namun dengan metode yang tidak sama. Data yang sudah didapat dari wawancara, dapat dicek melalui dokumentasi dan observasi (Sugiyono, 2016).

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Kemampuan dari organisasi Formaka untuk selalu mempertahankan eksistensinya dapat diraih dengan bantuan sumber daya manusia atau anggota yang ada di Formaka untuk selalu memberikan, mengaktualisasikan dan memaksimalkan potensi-potensi yang dimiliki dengan menerapkan sebuah strategi. Maka dari itu diperlukan sebuah strategi khusus, salah satunya menggunakan teori (Arifin, 2015) yang menyebutkan bahwa ada beberapa langkah dalam penerapan strategi komunikasi yang disusun agar komunikasi dapat berjalan dengan efektif yaitu mengenal khalayak, menyusun pesan, penetapan metode dan pemilihan dan penggunaan media.

a. Mengetahui Khalayak

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan mengenai cara Formaka mengetahui khalayak yaitu dilihat dari tujuan diadakannya Expo Campus yaitu untuk mengenalkan, menyebarkan informasi mengenai perguruan tinggi di Indonesia dan membantu siswa- siswi SMA/K/MA untuk menambah informasi yang lebih luas tentang perkuliahan. Dengan sasaran SMA/K/MA yang ada di Karanganyar dengan jumlah kurang lebih ada 45 sekolah, memang tidak semua sekolah bisa hadir tapi dari pihak Formaka membebaskan siapa saja boleh datang ke Expo Campus. Dan selama kegiatan Expo Campus berlangsung tidak hanya siswa-siswi SMA/K/MA saja yang hadir tapi banyak juga masyarakat umum yang ikut datang untuk melihat Expo Campus, karena memang dalam kegiatan Expo Campus ini banyak sekali kegiatan-kegiatan yang sangat

menarik perhatian masyarakat umum khususnya disekitaran tempat berlangsungnya kegiatan Expo Campus yaitu di Gor.RM SAID Karanganyar.

b. Menyusun Pesan

Pesan yang disampaikan oleh Formaka dikemas dengan cara yang menarik dan unik agar mudah dipahami oleh siswa-siswi SMA/K/MA. Formaka juga memiliki strategi dalam menyusun pesan agar target sasaran banyak yang datang ke *expo* seperti melakukan sosialisasi ke SMA/K/MA secara langsung untuk mempromosikan Expo Campus Formaka, selanjutnya kepanitiaannya juga ikut memposting atau membranding Expo Campus melalui media sosial pribadi dan yang terakhir juga bekerja sama atau media partner dengan akun-akun Instagram yang banyak pengikutnya. Dalam menyusun pesan, Formaka juga menggunakan media pamflet agar visualnya dilihat langsung dan dapat menarik khalayak untuk datang, dengan mempertimbangkan isi pesan yang ada di pamflet. dalam mensosialisasikan *expo* yang langsung datang ke sekolah-sekolah dengan tujuannya untuk menarik perhatian dan memberikan informasi kepada siswa-siswi SMA/K/MA untuk bisa datang ke Expo Campus.

c. Menentukan Metode

Dalam menentukan metode ini Formaka menggunakan event Expo Campus sebagai metode dalam mempertahankan eksistensi melalui event eksternal. Event eksternal Formaka lainnya yang juga dapat mempertahankan eksistensi seperti

Bakti Sosial Formaka, Gelar Budaya dan sarasehan.

Adanya Expo Campus ini juga memberikan output yang sangat positif bagi semuanya yang mana Formaka bisa lebih mengenalkan berbagai kampus di Indonesia dan mendorong mereka untuk melanjutkan pendidikannya ke jenjang perkuliahan, lalu untuk Formaka sendiri dengan adanya Expo Campus ini bisa lebih dikenal oleh masyarakat luas agar tetap bisa mempertahankan eksistensinya yang sudah lama dibangun sejak Formaka terbentuk. Dan dari pihak kampus juga sangat dibantu dalam mempromosikan kampus mereka dan dikenal oleh banyak orang. Peserta yang datang juga mendapatkan banyak keuntungan dari adanya Expo Campus ini, seperti yang dijelaskan oleh informan.

d. Pemilihan dan Penggunaan Media

Tanpa adanya media, pasti informasi akan lama tersampaikan kepada khalayak, maka dari itu Formaka juga menggunakan media untuk menyampaikan pesan mengenai Expo Campus kepada khalayak agar khalayak juga tahu adanya kegiatan Expo Campus Formaka yang memberikan informasi penting tentang perkuliahan. Ada beberapa media yang digunakan Formaka dalam menyampaikan informasi seperti Instagram, lalu Facebook, dan Twitter, Formaka juga menggunakan grub Whatsapp dalam menyampaikannya. Media lain yang ikut berperan yaitu Radio Solo Pos sebagai media partner.

Alasan Formaka memilih media tersebut, khususnya Instagram karena memang banyak yang

menggunakannya dan mudah di akses oleh semua orang apalagi anak muda sekarang pasti sudah banyak yang menggunakannya.

Dalam menggunakan media Instagram ini juga efektif dan berhasil, bisa dilihat di setiap tahunnya *Followers* Instagram meningkat, apalagi disetiap Formaka melakukan kegiatan pasti mengalami peningkatan karena memang salah satu syarat untuk bisa ikut ke event harus *follow* Instagram Formaka (@formaka_kra), tidak hanya itu like dan views juga ikut meningkat.

Table 1 Daftar Pengunjung Expo Campus Tahun 2021-2023

Sumber: (FORMAKA, 2021) Olahan Peneliti

Daftar Pengunjung Expo Campus Tahun 2021-2023					
No	Tahun	Hari 1	Hari 2	Hari 3	Jumlah
1	2021	164	346	419	929
2	2022	171	406	416	993
3	2023	187	540	390	1.117

Hambatan dalam strategi komunikasi.

Didalam setiap organisasi pasti memiliki hambatan entah dari SDM maupun hal yang lainnya, yang menyebabkan mengurangi efektifitas dari komunikasi organisasi itu sendiri. Dalam mempertahankan eksistensi, Formaka juga memiliki hambatan-hambatan didalam penerapannya. Hambatan yang dialami Formaka antara lain: Sumber Daya Manusia (SDM) yang kurang, karena seluruh anggota Formaka adalah mahasiswa yang kampusnya berbeda-beda dan setiap kampus juga memiliki jadwal yang tidak sama, maka dari itu

terdapat kesulitan dalam menyatukan, melakukan pertemuan dan mengadakan rapat disatu tempat yang sama secara langsung dengan tatap muka.

Biaya juga menjadi salah satu faktor penghambat dalam setiap malakukan kegiatan, karena memang biaya menjadi salah satu faktor utama dalam pelaksanaan sebuah kegiatan apalagi di event Expo Campus Formaka. Pada dasarnya memang Formaka adalah organisasi *Non-profit* yang tidak memiliki *Income* tetap. Dan yang terakhir birokrasi dari instansi pemerintahan yang menaungi perizinan tempat, perizinan mengadakan suatu kegiatan, dan lain-lain menjadi faktor penghambat di Formaka dalam melaksanakan suatu kegiatan karena dalam mengurus perizinan sangat berbelit-belit alurnya. Hal itu terbukti dengan pernyataan dari Mufid Jaluadi selaku ketua umum Formaka tentang faktor penghambat dalam kegiatan Expo Campus sebagai metode dalam mempertahankan eksistensi.

KESIMPULAN

Formaka berhasil mempertahankan eksistensi organisasi melalui event eksternal di Kabupaten Karanganyar, dengan menunjukkan langkah-langkah strategi berupa mengenal khalayak, menyusun pesan, menentukan metode dan penggunaan media.

1. Pertama mengenal khalayak, yang sasarannya yaitu siswa-siswi SMA/K/MA khususnya di Kabupaten Karanganyar.
2. Menyusun pesan yang dilakukan Formaka dengan cara melakukan sosialisasi ke sekolah-sekolah,

membuat pamflet dan melakukan *branding* di sosial media.

3. Lalu Expo Campus sebagai metode yang digunakan Formaka untuk tetap mempertahankan eksistensi.
4. Selanjutnya media yang digunakan Formaka dalam memberikan informasi tentang Expo Campus kepada khalayak adalah Instagram.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, A. (2015). *Strategi Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Bandung: ARMICO.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi (Teori dan Praktek)*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- FORMAKA, A. (2021).
- Mahendra, B. (2017). Eksistensi sosial remaja dalam instagram (sebuah perspektif komunikasi). *Jurnal Visi Komunikasi*, 151-160.
- Mulyana, D. (2016). Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. In D. Mulyana, *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar* (p. 33). Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.