

**ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI
PERSATUAN MAHASISWA TARAKAN (PERMATA)
DALAM MENJARING ANGGOTA BARU
(Study Kasus di Kota Samarinda)**

Juwita Ismi

**eJournal S1 Ilmu Komunikasi
Volume 9, Nomor 1 , 2021**

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI PERSATUAN MAHASISWA TARAKAN (PERMATA) DALAM MENJARING ANGGOTA BARU (Study Kasus di Kota Samarinda)

Juwita Ismi¹, Abdullah Karim², Gufron³

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menjawab permasalahan penelitian yaitu : “Untuk mengetahui bagaimana komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota dan faktor penghambat”. Fokus penelitian ini mencakup Mengenali Sasaran Komunikasi, Pemilihan Media Komunikasi, Pesan Komunikasi, & Peranan Komunikator Dalam Komunikasi.

Jenis penelitian ini bersifat deskriptif kualitatif & pengambilan sumber data utama menggunakan teknik accidental sampling. Teknik pengumpulan data menggunakan 3 cara yaitu observasi, wawancara, & dokumentasi. Teknik analisis data yang dipakai yaitu model interaktif yang terdiri dari pengumpulan data, penyederhanaan data, penyajian data & penarikan kesimpulan yang dikembangkan oleh Milles, Huberman & Saldana.

Hasil penelitian menandakan bahwa (1) Analisis Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA) Dalam Menjaring Anggota telah diterapkan dimensi Mengenali Sasaran Komunikasi, Pemilihan Media Komunikasi, Pesan Komunikasi, Peranan Komunikator Dalam Komunikasi. Tetapi terdapat beberapa indikator yang tidak tersampaikan dengan baik dan kurang seringnya Persatuan Mahasiswa Tarakan melakukan sosialisasi secara langsung kepada mahasiswa maupun calon mahasiswa. (2) Faktor Penghambat Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan Dalam Menjaring Anggota adalah kurangnya kesadaran mahasiswa yang berasal dari Kota Tarakan dan tidak adanya biaya anggaran kegiatan yang diberikan pemerintah Kota Tarakan.

Kata Kunci : Strategi Komunikasi PERMATA

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Mahasiswa saat ini diperhadapkan dengan perkembangan global yang cukup signifikan. Hal ini menuntut mahasiswa untuk lebih kreatif, inovatif dan juga mampu berkontribusi dalam berbagai masalah kemasyarakatan.

¹ Mahasiswa Program S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Mulawarman. Email:Juwitaismi@gmail.com

² Dosen Pembimbing I dan Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

³ Dosen Pembimbing II dan Staff Pengajar Prodi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Mahasiswa harus mampu menjadi jalan keluar atas berbagai masalah yang terjadi pada masyarakat global saat ini. Sebagai generasi calon penerus bangsa yang di yakini mampu bersaing dan mengharumkan nama bangsa, juga mampu menyatukan serta menyampaikan pikiran, oleh karena itu bukan zamannya lagi mahasiswa menjadi orang yang pasif di lingkungan perkuliahannya.

“PERMATA” merupakan salah satu organisasi kedaerahan Kota Tarakan, Kalimantan Utara yang hingga saat ini masih aktif dengan berbagai kegiatannya baik di Kota Tarakan dan Kota Samarinda. Hal ini terbukti karena, telah beberapa kali terpublish di beberapa halaman surat kabar seperti Tribun Kaltim dengan kegiatan sosial peduli musibah banjir di Bulungan yang dilaksanakan di Samarinda, yang mana organisasi “PERMATA” melakukan pengumpulan bantuan dari warga Samarinda untuk Bulungan. Selain itu, persatuan mahasiswa Tarakan juga pernah melakukan kegiatan talkshow di Kota Tarakan yang mengangkat tema “Mewujudkan Revolusi Mental Melalui Peran Pemuda Paguntaka” kegiatan ini juga terpublikasi di beberapa media sosial milik Humas Kota Tarakan. Setiap tahunnya juga “PERMATA” selalu melaksanakan kegiatan yang bernama “KUMPAU” (Kumpul Mahasiswa Paguntaka) yang di laksanakan di kota Tarakan maupun di kota Samarinda, sesuai dengan keinginan dari te man-teman pengurus yang menjabat.

Berdasarkan database yang dimiliki oleh “PERMATA”, bahwa saat ini tercatat sekitar 275 mahasiswa asal Tarakan yang berkuliah di Samarinda, terhitung sejak tahun 2009, namun dari data tersebut belum terhitung dengan jumlah mahasiswa asal Kota Tarakan yang belum mengisi database yang disediakan oleh “PERMATA”. Di ketahui dari data tersebut, jumlah mahasiswa yang tercatat bergabung sebagai anggota “PERMATA” berjumlah 138 orang terhitung sejak tahun 2011 dan data yang diketahui saat ini, jumlah anggota “PERMATA” yang masih tercatat aktif sebagai mahasiswa dan merupakan pengurus permata sejak tahun 2014 hingga 2016 berjumlah 73 anggota. Pada masa kepengurusan tahun 2009 – 2010 tercatat 97 mahasiswa asal Tarakan yang berkuliah di Samarinda turut bergabung dengan “PERMATA”.

Berdasarkan data yang dikumpulkan oleh peneliti, dapat disimpulkan bahwa terjadi penurunan minat mahasiswa sejak tahun 2010. Tercatat masih banyak mahasiswa asal Tarakan yang berkuliah di Samarinda dan belum bergabung menjadi anggota “PERMATA”.

Adapun strategi komunikasi yang dilakukan oleh “PERMATA” untuk menjaring anggota adalah dengan melakukan sosialisasi kesekolah-sekolah tingkat SMA di Kota Tarakan setiap tahunnya, dengan tujuan untuk memperkenalkan “PERMATA” kepada siswa-siswi yang akan melanjutkan pendidikannya di Kota Samarinda, agar para calon mahasiswa tersebut

memiliki pandangan mengenai Kota Samarinda dan tidak merasa sendiri bila di perantauan dengan cara membantu para calon mahasiswa baru dalam melakukan persiapan untuk memasuki perkuliahan.

Atas dasar latar belakang diatas, peneliti tertarik meneliti judul ini untuk mengetahui dan menganalisis strategi komunikasi “PERMATA” dalam menjaring anggota khususnya mahasiswa Tarakan yang berkuliah di Samarinda. Hal ini menjadi menarik untuk diteliti karena jika dilihat saat ini, masih banyak Mahasiswa Tarakan yang berkuliah di Samarinda dan belum bergabung dengan organisasi kedaerahan tersebut. Bila dicermati dengan baik, organisasi “PERMATA” sendiri merupakan satu-satunya organisasi mahasiswa kedaerahan Tarakan, Kalimantan Utara yang masih aktif hingga sekarang dibandingkan dengan organisasi-organisasi kedaerahan lainnya di Kalimantan Utara.

Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan oleh “PERMATA” dalam menjaring anggota di Samarinda ?
2. Apa saja faktor penghambat dan pendukung pelaksanaan strategi komunikasi yang dilakukan oleh “PERMATA” dalam menjaring anggota di Samarinda ?

Kerangka Dasar Teori

Model SMCR

SMCR yaitu kepanjangan dari Source (asal), Message (pesan), Channel (Saluran), & Receiver (penerima). Teori komunikasi yang digunakan merupakan teori komunikasi model David K. Berlo. Sumber merupakan pihak yang menciptakan pesan atau bisa disebut dengan komunikator, baik seseorang juga kelompok. Pesan merupakan terjemahan gagasan kedalam kode simbolik, misalnya postingan gambar, bahasa atau isyarat; saluran merupakan medium yang membawa pesan; dan penerima adalah orang yang menjadi sasaran komunikasi.

Berlo juga mendeskripsikan encoder & decoder. Encoder bertanggung jawab mengekspresikan maksud asal pada bentuk pesan. Dalam tatap muka, fungsi penyandian dilakukan lewat mekanisme vocal dan sistem otot sumber yang menghasilkan pesan verbal dan nonverbal. Missal Mensesneg bisa berfungsi menjadi penyandi dalam konferensi pers. Menurut model Berlo, sumber dan penerima pesan dipengaruhi oleh keterampilan komunikasi, sikap, pengetahuan, sistem sosial dan budaya.

Salah satu kelebihan model Berlo adalah model ini tidak terbatas pada komunikasi publik atau komunikasi massa, namun juga komunikasi antar pribadi dan berbagi bentuk komunikasi tertulis. (sumber: Marhaeni Fajar, 2009. Hal: 101).

Komunikasi

Komunikasi atau pada bahasa Inggris yang berarti *communication* berdasarkan istilah dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama yang dimaksud merupakan sama makna (Effendy 2011:9). Hakikat komunikasi adalah proses pernyataan antar manusia yang dinyatakan dalam pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai alat penyalurannya.

Dalam bahasa komunikasi pernyataan dinamakan pesan (*message*), orang yang membicarakan pesan disebut komunikator (*communicator*) sedangkan orang yang menerima pernyataan diberi nama komunikan (*communicate*). Untuk tegasnya, komunikasi berarti proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan. (Effendy, 2003:28).

Komunikasi Publik

Komunikasi publik adalah pertukaran pesan dengan sejumlah orang yang berbeda dalam organisasi atau yang di luar organisasi, secara tatap muka atau melalui media (Muhammad 2002:197). Tujuan umum dari komunikasi publik adalah untuk menyediakan informasi kepada khalayak untuk meningkatkan dan memberikan informasi kepada sejumlah besar orang mengenai organisasi, misalnya mengenai aktifitas-aktifitas organisasi dan hasil produksi organisasi. Selain dari itu komunikasi publik juga bertujuan untuk menjalin hubungan antara organisasi dengan masyarakat diluar organisasi seperti pemakai jasa organisasi, pemakai hasil produksi organisasi dan masyarakat umumnya. Disamping adanya tujuan umum yang perlu dicapai dengan pemberian komunikasi publik yang utama, juga ada tujuan khusus yang perlu ditetapkan dan ingin dicapai dengan topik yang dipilih. Tujuan-tujuan khusus ini dinyatakan dalam bentuk pernyataan dalam kalimat yang lengkap mengenai apa yang di inginkan dicapai dengan presentasi tersebut (Muhammad 2002:198).

Strategi Komunikasi

Strategi adalah perencanaan (*planning*) & manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan (Effendy, 2003:300). Namun untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi menjadi peta jalan yang hanya menerangkan arah saja, melainkan harus menunjukkan bagaimana strategi operasionalnya.

Thompson dalam Oliver (2006:2), mendefinisikan strategi sebagai cara untuk mencapai sebuah hasil akhir: Hasil akhir menyangkut tujuan dan sasaran organisasi.

Organisasi

Organisasi merupakan sekumpulan manusia yang merasa memiliki kesamaan latar belakang baik itu ras, suku, agama, dan budaya pada akhirnya berinteraksi dan membentuk kelompok-kelompok. Kelompok-kelompok ini menjadi wadah sekaligus jembatan bagi masyarakat tertentu untuk melenggangkan eksistensi. Inilah yang menjadi alasan terbentuknya organisasi. Beberapa pakar menaruh perhatian khusus mengenai organisasi. Stepen P. Robbins dalam Wirawan (2007:2) mendefinisikan bahwa organisasi merupakan *social entity*, unit-unit dari organisasi terdiri atas orang atau kelompok yang saling berinteraksi.

Ernest Dale dalam Sutarto (1998 : 25), Organisasi adalah suatu proses perencanaan. Seperti menyusun, mengembangkan dan memelihara suatu struktur atau pola hubungan-hubungan kerja dari orang-orang dalam suatu badan usaha.

Sosialisasi

Sosialisasi merupakan sebuah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Dalam proses belajar atau penyesuaian diri itu seseorang kemudian mengadopsi kebiasaan, sikap dan ide-ide dari orang lain, kemudian seseorang mempercayai dan mengakui sebagai milik pribadinya. Kemudian pengertian sosialisasi jika dipandang dari sudut masyarakat, maka sosialisasi dimaksudkan sebagai usaha memasukkan nilai-nilai kebudayaan individu sehingga individu tersebut menjadi bagian masyarakat (Abdulsyani, 2007:57).

Definisi Konsepsional

Dalam penelitian diharapkan dapat mencapai tujuannya dalam mempelajari serta mengetahui strategi komunikasi Pesatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota. Dari mengetahui strategi komunikasi itu sendiri adalah wujud paduan perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan, selain itu strategi komunikasi pun sangatlah penting karena dalam strategi komunikasi itu sendiri merupakan aktivitas yang berusaha menyebarkan informasi, mempengaruhi dan membujuk.

Strategi komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota di Samarinda adalah perencanaan atau agenda Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam hal ini meningkatkan jumlah anggota di Samarinda khususnya.

Strategi komunikasi adalah sebuah perencanaan dan manajemen yang telah ditetapkan oleh organisasi untuk mencapai tujuannya. Definisi konseptual dalam penelitian ini adalah salah satu cara Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota, dengan cara mengenali sasaran komunikasi, pemilihan media yang tepat, mengkaji tujuan pesan komunikasi dan juga peranan komunikator dalam komunikasi sehingga dapat diketahui faktor penghambat dan faktor pendukung strategi komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota baru.

Metode Penelitian

Peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kriyanto (2006:69) “penelitian kualitatif adalah penelitian secara sistematis, faktual, akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu”.

Penelitian deskriptif hanya menggambarkan dan meringkas berbagai kondisi, situasi, atau berbagai variabel yang berkaitan dengan pengumpulan data untuk memberikan gambaran atau penegasan suatu konsep atau gejala juga menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan status subyek penelitian pada saat itu.

Dalam hal ini peneliti memilih penekanan penelitian yang terdiri atas :

1. Strategi komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA) dalam menjaring anggota baru, sesuai dengan masalah yang dirumuskan, maka penelitian ini difokuskan pada :
 - a. Mengenali target komunikasi
 - b. Pemilihan media komunikasi
 - c. Pesan komunikasi
 - d. Peranan komunikator pada komunikasi
2. Faktor penghambat & pendukung Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA) dalam menjaring anggota.

Dalam penelitian ini peneliti menunjuk key informannya adalah pengurus “PERMATA” yang berjumlah dua narasumber untuk diwawancarai dan yang dianggap paling tau dan menguasai tentang apa yang peneliti ingin teliti. Peneliti menggunakan informan yaitu anggota “PERMATA” dan mahasiswa yang belum bergabung masing-masing berjumlah dua narasumber, yang dianggap sebagai orang yang berkompeten untuk memberikan data yang dibutuhkan.

Untuk menghimpun data lapangan, maka penulis menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut :

1. Penelitian Kepustakaan (*library Research*), yaitu penulis mengadakan penelitian kepustakaan dengan cara mengumpulkan literatur-literatur yang relevan dengan penulisan skripsi.
2. Penelitian Lapangan (*field work research*), yaitu penulis mengadakan penelitian langsung kelapangan yang menjadi objek dari penulisan skripsi ini, dengan menggunakan teknik-teknik sebagai berikut :
 - a. Observasi adalah teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti yang didasarkan atas pengalaman secara langsung untuk memperoleh keyakinan tentang keabsahan data.
 - b. Wawancara yaitu pengumpulan data menggunakan keterangan melalui tatap muka & tanya jawab pribadi antara pewawancara atau responden atau objek penelitian.
 - c. Dokumentasi yaitu cara memperoleh data dengan menggunakan dokumen-dokumen & data serta *photo-photo* yang berkaitan dengan penulisan penelitian ini, khususnya data sekunder.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Mengenal Sasaran Komunikasi

Dari hasil wawancara diatas dapat disimpulkan bahwa tidak ada syarat khusus untuk menjadi anggota “PERMATA” hanya harus memiliki KTP Tarakan. Tentunya syarat ini bagi yang akan melanjutkan pendidikannya ke perguruan tinggi yang ada di Kota Samarinda. Dari hasil wawancara yang peneliti lakukan mengenai mengenali sasaran komunikasi kepada mahasiswa asal Tarakan yang belum bergabung dengan “PERMATA” bahwa mahasiswa tersebut mengetahui adanya Persatuan Mahasiswa Tarakan di Samarinda, tetapi tidak mengetahui bila “PERMATA” melakukan penerimaan anggota. Selain itu juga kurangnya minat untuk bergabung, karena sudah aktif di dalam organisasi intrakampus dan juga kurangnya minat untuk berorganisasi.

Pemilihan Media Komunikasi

Dapat disimpulkan bahwa “PERMATA” menggunakan media antara lain Instagram, Line dan Facebook dan juga bertatap muka langsung dengan calon anggota untuk mempublikasikan organisasinya. Wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa yang telah bergabung dan yang belum bergabung dapat disimpulkan bahwa media komunikasi dalam menjaring anggota belum berjalan dengan baik, karena komunikasi yang disampaikan dengan media belum tersampaikan dengan baik dan menyeluruh serta kurang seringnya “PERMATA” melakukan pembaharuan infomasi di media sosial. Tetapi lebih efektif melalui tatap muka dan juga dari mulut ke mulut.

Pesan Komunikasi Message

Pesan komunikasi adalah suatu indikator yang penulis gunakan untuk melihat pesan apa yang disampaikan dalam kegiatan menjaring anggota yang telah diberikan Persatuan Mahasiswa Tarakan kepada mahasiswa asal Tarakan. Pesan komunikasi ini mencangkup tentang pesan apa yang disampaikan Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota. Maka untuk mengetahui pesan komunikasi, penulis telah melakukan wawancara yang dilakukan kepada Ketua Umum dan Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia Persatuan Mahasiswa Tarakan sebagai Key Informan serta mahasiswa yang telah bergabung dan mahasiswa yang belum bergabung sebagai Informan. Dari wawancara yang dilakukan dengan mahasiswa dapat disimpulkan bahwa pesan komunikasi dalam kegiatan menjaring anggota sudah cukup baik dalam penyampaian pesan Persatuan Mahasiswa Tarakan kepada calon anggota yang akan bergabung karena dapat dipahami dengan mudah oleh mahasiswa.

Peranan Komunikator dalam Komunikasi

Berdasarkan pernyataan yang didapat disimpulkan bahwa komunikator dalam komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota yaitu seluruh anggota “PERMATA” dan seluruh anggota juga telah mendapatkan pembelajaran terkait *public speaking*. Selain itu berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa yang telah bergabung dan mahasiswa yang belum bergabung bahwa komunikator telah menyampaikan pesannya dengan baik.

Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara dapat di simpulkan bahwa komunikasi dari organisasi persatuan mahasiswa tarakan dalam memberikan sosialisasi untuk menjaring anggota baru. Adapun yang menjadi penekanan penelitian ini adalah mengenali target komunikasi, pemilihan media komunikasi, pesan komunikasi (*message*), peranan komunikator pada komunikasi & faktor penghambat komunikasi. yang digunakan peneliti untuk menganalisa komunikasi organisasi persatuan mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota baru.

Menurut Czarniawska-Joerges dalam Liliweri (2014:51), organisasi adalah jaringan tindakan kolektif yang menjalankan suatu tugas dan fungsi untuk menghasilkan sesuatu demi pengaruhnya terhadap kehidupan orang lain. Persatuan mahasiswa Tarakan merupakan organisasi kedaerahan yang terbentuk oleh mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari Daerah/Kota/Kabupaten yang sama. Organisasi ini tergolong dalam organisasi formal, dikarenakan organisasi ini yang mempunyai struktur yang dinyatakan

Analisis Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA) Dalam Menjaring Anggota Baru (Ismi)

dengan baik yang dapat menggambarkan hubungan-hubungan, wewenang, kekuasaan, akutanbilitas dan tanggung jawab.

Strategi komunikasi adalah keseluruhan keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan, guna mencapai tujuan Arifin dalam Effendy (2003:303). Persatuan mahasiswa Tarakan, telah merancang beberapa kegiatan sebagai strategi komunikasi mereka. Kegiatan yang telah dilakukan antara lain sosialisasi ke beberapa sekolah menengah atas di Kota Tarakan, membagikan brosur, tatap muka langsung dengan target komunikasi, dan aktif di beberapa jejaring sosial.

Mengenai mengenali sasaran komunikasi persatuan mahasiswa Tarakan menjadikan mahasiswa yang sedang melanjutkan pendidikan tingkat perkuliahan di kota Samarinda sebagai sasaran pada komunikasi ini, khususnya mahasiswa yang baru akan melanjutkan pendidikannya di kota Samarinda, karena komunikator ingin memberikan informasi seputar beasiswa, informasi asrama dan juga universitas-universitas yang ada di kota Samarinda.

Dalam proses mengenali sasaran komunikasi terdapat faktor-faktor yang perlu diperhatikan dari diri komunikan. Faktor-faktor yang perlu diperhatikan dari diri komunikan adalah, (Effendy, 2005:35-39) :

1. Faktor kerangka referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan kepada komunikan harus disesuaikan dengan kerangka referensi. Kerangka referensi seseorang berbeda dengan orang lain. Dari hasil wawancara peneliti dengan mahasiswa yang telah bergabung, bahwa yang menjadi minat bergabung dengan “PERMATA” adalah dikarenakan “PERMATA” menjadi wadah tempat berkumpulnya mahasiswa/i yang berasal dari daerah yang sama.

2. Faktor situasi dan kondisi

Yang dimaksud dengan situasi disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikan akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi yang bisa menghambat jalannya komunikasi dapat diduga sebelumnya, dapat juga datang tiba-tiba pada saat komunikasi dilancarkan. Dalam penelitian ini situasi dan kondisi yang ditemukan bahwa sudah cukup baik, tidak ditemukannya kendala yang menjadi penyebab terhambatnya sosialisasi.

Mengenali target komunikasi merupakan upaya komunikator untuk mengetahui syarat komunikan, menggunakan perumusan tujuan yang jelas. Komunikator juga harus memperhitungkan kondisi dan situasi khalayak. Demikian halnya dengan komunikasi persatuan mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota. Berdasarkan pengamatan & wawancara yang dilakukan, penulis menganalisa bahwa dari segi target komunikasi maka yang menjadi

permasalahan merupakan masih adanya mahasiswa yang belum mengetahui organisasi persatuan mahasiswa Tarakan & terdapat pula mahasiswa yang belum ingin bergabung.

Pemilihan media komunikasi merupakan alat yang digunakan komunikator untuk membarakan pesan. Media tersebut dipilih dan disesuaikan dengan tujuan dari komunikator untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang menjadi target pada komunikasi. Dalam komunikasi massa, media merupakan alat yang bisa menghubungkan antara sumber & penerima yang sifatnya terbuka, dimana setiap orang dapat melihat, membaca & mendengarnya.

Dari output wawancara yang dilakukan dilapangan, maka bisa dcermati bahwa, dalam pada pengenalan pentingnya bergabung menggunakan organisasi “PERMATA”. Pengurus mempunyai 2 cara dalam melakukan sosialisasi mengenai organisasi kedaerahan itu sendiri.

Kegiatan pertama yang dilaksanakan “PERMATA” adalah melakukan sosialisasi langsung atau tatap muka serta membagikan brosur yang berisi informasi seputar “PERMATA” dengan pelajar yang merupakan calon mahasiswa yang akan melanjutkan pendidikannya di Kota Samarinda. Sosialisasi secara langsung dilakukan di beberapa sekolah menengah atas yang ada di Kota Tarakan, guna untuk menginformasikan kepada pelajar yang akan melanjutkan pendidikannya di Kota Samarinda bahwa ada organisasi kedaerahan di Samarinda, yang mana organisasi ini nantinya akan memberikan beberapa kemudahan seperti, informasi terkait tempat tinggal yang murah yaitu asrama putra dan putri Tarakan, beasiswa Kal-Tara dan berbagai kegiatan lainnya.

Sosialisasi adalah proses belajar yang dilakukan oleh seseorang (individu) untuk berbuat atau bertingkah laku berdasarkan patokan yang terdapat dan diakui dalam masyarakat. Sosialisasi dapat terjadi secara langsung bertatap muka dalam pergaulan sehari-hari, dapat juga terjadi secara tidak langsung, seperti melalui telepon, surat atau media massa. Sosialisasi dapat berlangsung lancar dan biasanya dengan sedikit saja kesadaran bahwa seseorang sedang disosialisasikan atau sengaja mengsosialisasikan diri terhadap kebiasaan kelompok masyarakat tertentu.

Agen pengenalan merupakan pihak-pihak yang melaksanakan atau melakukan pengenalan. Menurut Fuller & Jacobs dalam buku Sunarto (2004:24) terdapat empat agen pengenalan yang utama yaitu, keluarga, teman pergaulan media massa dan lembaga pendidikan. Namun disini peneliti hanya memfokuskan pada teman pergaulan dikarenakan sangat berkaitan dengan

Analisis Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA) Dalam Menjaring Anggota Baru (Ismi)

penelitian ini. Berdasarkan hasil wawancara dengan mahasiswa yang telah bergabung, bahwa mereka mengetahui “PERMATA” melalui teman atau kerabat mereka.

Kedua “PERMATA” menggunakan media sosial untuk melakukan sosialisasi, berupa *Facebook, Instagram, Line* dan *Whatsapp* yang telah dilakukan sejak tahun 2014 oleh bidang yang diberi tanggung jawab. Pemilihan media ini telah baik dimana yang kita pahami bahwa saat ini media sosial adalah kebutuhan wajib bagi setiap orang khususnya remaja saat ini. Apa yang ditawarkan oleh internet dan perangkat yang ada dimedia sosial bias digunakan untuk menjangkau keberagaman public tersebut. Jangkauan media sosial dan jaringan pengguna yang jauh lebih besar menjadi kunci sukses untuk membangun kesepemahaman antara organisasi dan masyarakat. Informasi yang disajikan pun cenderung memuat informasi yang utuh dan dapat diakses melalui orang pertama, bukan melalui media massa sebagai perantara. Akses langsung ini akhirnya membawa perubahan terhadap pola komunikasi yang selama ini satu arah menjadi lebih berinteraksi (Holmes:172). Dalam penelitian ini, diketahui bahwa penggunaan media sosial oleh “PERMATA” masih kurang begitu efektif dikarenakan masih banyak yang belum mengetahui nama akun media sosial “PERMATA”.

Media massa merupakan media komunikasi dan informasi yang penyebaran informasinya dapat diakses secara masal. Komunikasi massa adalah komunikasi umum bukan bersifat pribadi, pesan yang disampaikan bukan ditujukan kepada satu orang saja karena isinya bersifat terbuka bagi seluruh masyarakat.

Dari output wawancara yang dilakukan di lapangan bisa dicermati bahwa peranan komunikator pada komunikasi telah relatif baik, lantaran tidak terdapat keluhan dari mahasiswa atau calon anggota baru, karena menurut mahasiswa atau calon anggota pesan yang disampaikan itu mudah dipahami maka tidak mempunyai keluhan.

Narasumber dalam sosialisasi “PERMATA” adalah ketua umum “PERMATA” sendiri yang telah membuat struktur organisasi yang bersesuaian dengan tugasnya masing-masing. Kepala bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia merupakan salah satu yang memiliki peranan besar dalam kegiatan menjaring anggota. Dalam hal ini kepala bidang “PSDM” telah membagikan tugasnya masing-masing kepada anggotanya, namun bukan berarti anggota “PERMATA” yang telah masuk dalam kepengurusan lainnya tidak bisa ikut andil dalam kegiatan menjaring anggota khususnya sosialisasi tersebut. Selain

itu, yang bertugas untuk mengisi materi dalam sosialisasi juga diharuskan berpenampilan rapi dan sopan.

Komunikator menjadi penyampaian berita akan memberikan sajian informasi yang besar maknanya bagi penerima pesan atau komunikan. Komunikator sanggup memperbaharui sikap, opini, & perilaku komunikan melalui prosedur yang ada pada diri seorang komunikator. Begitu halnya komunikasi “PERMATA” dalam memberikan sosialisasi.

Kredibilitas komunikator bisa di dapat jika seorang komunikator memiliki *ethos*, *pathos* dan *logos*. *Ethos* adalah kekuatan yang dimiliki pembicara dari 13 karakter pribadinya, sehingga ucapan-ucapannya dapat dipercaya. *Pathos* adalah kekuatan yang dimiliki seorang pembicara dalam mengendalikan emosi pendengarnya, sedangkan *Logos* adalah kekuatan yang dimiliki komunikator melalui argumentasinya (Cangara, 2007:12). Untuk melakukan komunikasi persuasi yang efektif terdapat 3 faktor penting pada diri komunikator yakni kepercayaan pada komunikator (*source credibility*), pengalaman dan daya tarik komunikator (*source attractiveness*). Faktor penghambat komunikasi “PERMATA” dalam menjaring anggota, berdasarkan hasil penelitian, maka ditemukan beberapa faktor penghambat yang diantaranya. Sarana & Prasarana adalah suatu alat atau bagian yang mempunyai peran sangat penting bagi keberhasilan & kelancaran suatu proses.

Untuk membuat komunikasi itu berjalan sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai maka SMCR mesti dilaksanakan. Model komunikasi Berlo dikenal dengan model SMCR yaitu kepanjangan dari *Source* (sumber), *Message* (pesan), *Channel* (Saluran), dan *Receiver* (penerima). Organisasi “PERMATA” melakukan penerimaan anggota setiap tahunnya, yang bertujuan untuk menambah anggota dan menjadi wadah berkumpul untuk mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari Tarakan. Pesan yang disampaikan berupa informasi-informasi seputar organisasi dan juga asrama putra dan putri yang berada di bawah naungan “PERMATA”. Saluran yang digunakan yaitu sosialisasi secara langsung dan juga menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempermudah komunikasi. Penerimaannya sendiri merupakan mahasiswa baru maupun mahasiswa yang telah berkuliah di Kota Samarinda.

PENUTUP

Kesimpulan

Berdasarkan output penelitian & uraian yang sudah peneliti kemukakan tentang analisis strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota dapat disimpulkan bahwa, organisasi “PERMATA” melakukan penerimaan anggota setiap tahunnya, yang bertujuan untuk menambah anggota dan menjadi wadah berkumpul untuk mahasiswa-

Analisis Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA)

Dalam Menjaring Anggota Baru (Ismi)

mahasiswa yang berasal dari Tarakan. Pesan yang disampaikan berupa informasi-informasi seputar organisasi dan juga asrama putra dan putri yang berada di bawah naungan “PERMATA”. Saluran yang digunakan yaitu sosialisasi secara langsung dan juga menggunakan media sosial sebagai alat untuk mempermudah komunikasi. Penerimaannya sendiri merupakan mahasiswa baru maupun mahasiswa yang telah berkuliah di Kota Samarinda.

Saran

Saran yang dapat diberikan dari peneliti tentang strategi komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam menjaring anggota :

1. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, bahwa Persatuan Mahasiswa Tarakan jarang memperbaharui informasi-informasi di media sosial yang dimilikinya. Hendaknya Persatuan Mahasiswa Tarakan untuk lebih sering memperbaharui informasi-informasi di media sosial yang dimiliki. Serta sebaiknya dikemas dengan isi pesan yang menarik namun tidak melupakan isi pesan itu sendiri. Karena media sosial ini akan mempermudah mahasiswa untuk mengetahui informasi-informasi. Untuk pembaharuan media sosial setidaknya dilakukan seminggu sekali yang berisikan informasi seputar Kota Tarakan maupun kegiatan yang dilaksanakan Persatuan Mahasiswa Tarakan. Selain itu juga sebaiknya” membuat *website* “PERMATA” dan juga *channel Youtube*, agar lebih mudah untuk ditemukan informasinya.
2. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, sesuai dengan pernyataan Ketua Umum Persatuan Mahasiswa Tarakan dan Kepala Bidang Pemberdayaan Sumber Daya Manusia, serta mahasiswa yang berasal dari Tarakan yang telah bergabung maupun yang belum bergabung bahwa kegiatan sosialisasi yang diberikan belum merata secara menyeluruh. Diharapkan dalam melaksanakan sosialisasi dapat lebih menyeluruh kesetiap Sekolah Menengah Atas yang berada di Kota Tarakan, sehingga seluruh siswa yang ingin melanjutkan pendidikan di Kota Samarinda mengetahui mengenai organisasi kedaerahan asal daerahnya. Oleh karena itu perlu dilakukan pendataan nama-nama sekolah yang belum dikunjungi.
3. Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh penulis, sesuai dengan pernyataan Ketua Umum Persatuan Mahasiswa Tarakan bahwa Pemerintah Kota Tarakan tidak ada menyediakan anggaran untuk Persatuan Mahasiswa Tarakan dalam melakukan kegiatan seperti D’LEADERSHIP OF PERMATA, PERMATA CUP, KUMPUL MAHASISWA PAGUNTAKA (KUMPAU). Oleh karena itu disarankan kepada “PERMATA” untuk membuat proposal kegiatan yang ditujukan kepada Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah selaku yang mempunyai kemampuan

memberikan dukungan kepada organisasi Persatuan Mahasiswa Tarakan untuk mendapatkan pembiayaan secara berkala atau setiap tahunnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani. 2007. *Sosiologi Skematika, Teori & Terapan*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Bungin, Burhan. 2009. *Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Kencana. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Cangara, Hafied. 2007. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu, Teori, & Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. Citra A ditya Bakti
- _____. 2011. *Ilmu Komunikasi. Teori dan Praktek*. Bandung: Rosda.
- Suryadi, Edi. 2018. *Strategi Komunikasi : Sebuah Analisis Teori dan Praktis di Era Global*. Bandung : PT Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek Edisi Pertama*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fiske, John ; penerjemah Hapsari Dwiningtyas. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi (edisi ketiga)*. Jakarta: Rajawali Pers
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Holmes, David. 2012. *TEORI KOMUNIKASI : Media, Teknologi, dan Masyarakat*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Muhammad, Arni. 2002. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: PT. Bumi Aksara
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Oliver, Sandra. 2006. *Strategi Public Relations*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Ruslan, Rosady. 2006. *Manajemen Public Relations & Media Komunikasi Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama.
- Siswanto dan Sucipto, Agus. 2008. *Teori & Perilaku Organisasi Suatu Tinjauan Integratif*. Malang: UIN Malang Press
- Sondang P. Siagian. 2009. *Kiat meningkatkan Produktivitas Kerja*. Jakarta: PT Rineka Cipta
- Sunarto, Kamanto. 2004. *Pengantar Sosiologi (edisi ketiga)*. Jakarta: Lembaga Penerbit Fakultas Ekonomi, Universitas Indonesia.
- Sutarto. 1988. *Dasar-Dasar Organisasi, Cetakan Ke-18*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press

Analisis Strategi Komunikasi Persatuan Mahasiswa Tarakan (PERMATA)
Dalam Menjaring Anggota Baru (Ismi)

Sumber lain :

Ridho, N. 2009. Membangun Organisasi Kedaerahan yang Inklusif. Dibuka pada : <http://putraanambas.blogspot.co.id/2009/07/membangun-organisasi-kedaerahan-yang.html>. Diunduh pada tanggal 22 april 2017 jam 17.08.