

ANALISIS STRATEGI KOMUNIKASI BADAN EKSKUTIF MAHASISWA (BEM) FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS MULAWARMAN DALAM MENGIMPLEMENTASIKAN VISI MISI KEPADA SELURUH CIVITAS AKADEMIKA TAHUN 2018

Sulaiman¹, Endang Erawan², Annisa Wahyuni Arsyad³

Abstrak

Sulaiman, 1202055051, tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menganalisis strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan visi misi kepada seluruh civitas akademika tahun 2018. Untuk mendeskripsikan dan menganalisis faktor penghambat dan faktor pendukung. Jenis penelitian yang dilakukan dengan deskriptif kualitatif. fokus penelitian terdiri dari: komunikator, pesan, saluran, penerima, dan pengaruh (efek). Key informan antara lain Dekan, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, Presiden BEM, dan informan lainnya yaitu Menteri Kajian Strategis dan Menteri Hubungan Antar Lembaga BEM Fisip Unmul. Teknik analisis data yang digunakan adalah komponen analisis data model interaktif yang dikemukakan oleh Miles, Huberman dan Saldana.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa, Strategi komunikasi BEM Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018 yaitu: komunikator BEM Fisip di tahun 2018 pada masa Andi Muhammad Akbar selaku Presiden, dinilai baik oleh civitas akademika Fisip. Saluran komunikasi yang dilakukan BEM menggunakan metode komunikasi langsung dalam membangun hubungan kepada pihak Civitas Akademika, saluran yang digunakan BEM tidak efektif, karena jangkauannya tidak ke seluruh civitas akademika, yang mengetahui hanya ruang lingkup internal BEM saja. Pengaruh dari visi misi BEM pasti ada dari representasi BEM berangkat dari aktifitas pada partisipasinya dan sampai saat ini memberikan pengaruh yang baik terhadap implementasi visi misi BEM.

Kata Kunci : Strategi, Komunikasi. Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM), Implementasi, Visi Misi, Civitas Akademika.

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

² Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³ Dosen Staf Pengajar dan Dosen Pembimbing, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

PENDAHULUAN

Organisasi merupakan suatu sistem yang menghubungkan sumber-sumber daya sehingga memungkinkan pencapaian tujuan atau sasaran tertentu. Organisasi dalam arti lain sebagai wadah bagi segenap kegiatan usaha kerja sama. Organisasi adalah tata hubungan sosial, dimana setiap individu yang melakukan kerjasama melakukan proses interaksi dengan individu lainnya. (Weber dalam Silalahi, 2011:124).

Visi dan misi ada dalam sebuah organisasi, merupakan hal penting dalam usaha untuk menjalankan seluruh kegiatan dalam organisasi tersebut. Setiap organisasi memiliki visi misi yang berbeda-beda, sesuai dengan tujuan yang ingin dicapai masing-masing organisasi tersebut. Hal ini terjadi karena anggota yang sering di ajak oleh presiden mengkomunikasikan masalah-masalah yang terkait dengan pekerjaan akan merasa keberadaannya di dalam organisasi sangat dibutuhkan.

Peran visi dan misi dalam organisasi, visi dapat menumbuhkan standar kerja yang prima. Menjadi landasan dasar perencanaan tujuan yang akan dikembangkan, membantu seseorang dalam mengambil keputusan yang sesuai dengan tujuan organisasi, menjadi sarana bagi individu dalam mengidentifikasi apakah tujuan dan arah organisasi dan membantu mencegah anggota supaya tidak salah dalam melangkah. Adapun visi dan misi BEM Fisipol yaitu, dengan visi BEM Fisip Unmul bergerak dan berkarya untuk UNMUL dan Indonesia, sedangkan Misi BEM Fisipol yaitu:

1. Mewujudkan partisipasi aktif mahasiswa FISIP dalam berorganisasi.
2. Membangun gerakan mahasiswa yang ilmiah dan progresif.
3. Membangun budaya literasi berdasarkan Tridarma Perguruan Tinggi.
4. Responsif terhadap perkembangan dinamika sosial politik.
5. Mengoptimalkan peran perempuan dan menumbuhkan kesadaran terhadap kesetaraan gender di kampus Fisip. (Sumber: Arsip BEM Fisip Unmul 2018).

Sebagai pemimpin BEM Fisipol, yang disebut dengan Presiden harus memiliki kemampuan untuk dapat mempengaruhi anggota agar bekerja dengan baik dan maksimal. Untuk dapat melakukan hal demikian, keberhasilannya sangat tergantung pada komunikasi dari presiden BEM Fisipol, baik langsung maupun tidak langsung dengan maksud untuk menggerakkan anggota BEM dalam mengikuti kehendak presiden. Anggota juga diharuskan untuk mencapai sasaran dan tujuan dalam bekerja dan setiap organisasi tentunya memiliki visi dan misi mereka sendiri agar menjadi acuan dan target jangka panjang dan jangka pendek yang harus dicapai oleh organisasi tersebut.

Dalam implementasi visi dan misi BEM Fisip diperlukan strategi komunikasi karena, BEM Fisip perlu melakukan pengendalian anggota BEM Fisip, untuk mengarahkan, memotivasi, memonitor atau mengamati serta evaluasi pelaksanaan visi dan misi organisasi BEM Fisip, tetapi telah ditemukan komunikasi yang diterapkan oleh presiden BEM Fisip, tidak

berjalan dengan baik. Oleh karena itu, timbul sejumlah permasalahan internal maupun eksternal dari pelaksanaan strategi komunikasi organisasi tersebut.

Strategi komunikasi berkaitan tentang, komunikasi BEM dalam mengimplementasikan visi dan misi BEM kepada Dekanat/Birokrasi kampus Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik Universitas Mulawarman. Kepada mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan ilmu Politik, dan kepada Lembaga Himpunan dan Unit Kegiatan Mahasiswa. Kondisi internal BEM Fisip pada tahun 2018 jika dilihat dari situasi kesadaran berorganisasi mahasiswa Fisip, masih apatis terhadap lingkungan sosial masyarakatnya. Untuk satu periode masa kepemimpinan di masing-masing himpunan BEM Fisip banyak upaya, untuk mendapatkan anggota yang mengisi di tiap-tiap Divisi yang ada di dalam pengurusan BEM.

Dalam proses penyampaian dan pengimplementasian visi dan misi BEM, yang menjadi kendala selama BEM berdiri adalah kendala dari pola pikir BEM Fisip menilai, BEM fisip berpandangan bahwa birokrasi kampus Fisip, merupakan sesuatu hal yang berbeda jika dipandang dari sisi pelayanan administrasi mahasiswa. Dari uraian di atas menjelaskan bahwa komunikasi BEM Fisip yang dilakukan presiden BEM Fisipol Unmul sangat penting tidak hanya secara internal bagi organisasi yang bersangkutan, akan tetapi juga dalam menghadapi berbagai tanggapan dari pihak luar organisasi. Tujuannya untuk meningkatkan kemampuan organisasi dalam mencapai tujuan khususnya dalam penerapan visi misi organisasi.

KERANGKA DASAR TEORI

Strategi Komunikasi

Menurut Dahlan dan Partanto (2008:79), disebutkan bahwa strategi adalah ilmu dan seni menggunakan semua sumberdaya bangsa-bangsa untuk melaksanakan kebijakan tertentu di perang dan damai atau rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus.

Adapun pendapat lain menurut Gregory (2009:98), strategi adalah faktor pengkoordinasi, prinsip yang menjadi penuntun, ide utama dan pemikiran dibalik program taktis, dan menurut Bennet (dalam Oliver, 2007:2), strategi merupakan arah yang dipilih orang untuk diikuti untuk mencapai misinya.

Dari definisi di atas dapat disimpulkan bahwa strategi adalah suatu cara atau langkah-langkah yang terencana dengan mengintegrasikan segala sumber daya dan kemampuan dalam mencapai tujuan. Dengan kata lain, strategi dapat dijadikan suatu cara atau langkah yang menjadi pegangan atau pedoman untuk bekerja, berupaya dan berbuat untuk mencapai suatu tujuan.

Menurut Abidin (2015:155), strategi dalam komunikasi adalah cara mengatur pelaksanaan oprasi komunikasi agar berhasil. Strategi komunikasi pada hakikatnya adalah perencanaan (planning) dan manajemen (management) untuk mencapai satu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, tetapi juga harus menunjukkan taktik oprasionalnya. Oleh karenanya dari paparan secara teori

tersebut, agar komunikator Pada saat berkomunikasi harus bisa membuat strategi komunikasi terlebih dahulu agar pesan yang kita sampaikan bisa mencapai target komunikasi yang diinginkan.

Unsur-Unsur Komunikasi

Dari pengertian komunikasi yang telah dikemukakan, maka jelas bahwa komunikasi antarmanusia hanya bisa terjadi, jika ada seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Terdapat beberapa macam pandangan tentang banyaknya unsur atau elemen yang mendukung terjadinya komunikasi. Ada yang menilai bahwa terciptanya proses komunikasi, cukup di dukung oleh tiga unsur, sementara ada juga yang menambahkan umpan balik dan lingkungan selain kelima unsur yang telah disebutkan.

Menurut Claude E. Shannon dan Warren Weaver (dalam Cangara, 2009:21), mengatakan bahwa terjadinya proses komunikasi memerlukan lima unsur pendukungnya, yakni pengirim, transmitter, signal, penerima dan tujuan. Kesimpulan ini didasarkan atas hasil studi yang mereka lakukan mengenai pengiriman pesan melalui radio dan telepon.

Menurut Cangara (2009:21), indikator agar komunikasi bisa mempengaruhi orang lain:

1. Komunikator.
2. Pesan
3. Saluran
4. Penerima.

Menurut Cangara (2009:27), setiap unsur memiliki peranan yang sangat penting dalam membangun proses komunikasi. Bahkan ketujuh unsur ini saling bergantung satu sama lainnya. Artinya, tanpa keikutsertaan satu unsur akan memberi pengaruh pada jalannya komunikasi.

Komunikasi Organisasi

Menurut Morissan (2013:1), komunikasi merupakan salah satu aspek terpenting namun juga kompleks dalam kehidupan manusia. Manusia sangat dipengaruhi oleh komunikasi yang dilakukannya dengan manusia lain, baik yang sudah dikenal maupun yang tidak dikenal sama sekali.

Menurut Fajar (2009:31), istilah komunikasi atau communication berasal dari bahasa latin, yaitu *communicatus* yang berarti berbagi atau menjadi milik bersama. Kata sifatnya *communis* yang bermakna umum atau bersama-sama. Dengan demikian komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan berbagi untuk mencapai kebersamaan.

Mengenai organisasi, salah satu definisi menyebutkan bahwa organisasi merupakan satu kumpulan atau sistem individual yang melalui satu hirarki jenjang dan pembagian kerja, berupa mencapai tujuan yang ditetapkan.

Dengan landasan konsep komunikasi dan organisasi sebagaimana yang diuraikan, komunikasi organisasi menurut Gold Halber yaitu arus pesan dalam suatu jaringan yang sifat hubungannya saling bergantung satu sama lain (the flow of message within a network of interdependent relationship).

Menurut Wayne (2010:33), pengertian komunikasi organisasi adalah perilaku perorganisasian yang terjadi dan bagaimana mereka yang terlibat dalam proses itu bertransaksi dan memberi makna atas apa yang sedang terjadi. Menurut Goldhaber (dalam Wayne, 2010:33) memberikan definisi komunikasi organisasi sebagai proses penciptaan dan saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang saling tergantung sama lain untuk mengatasi lingkungan yang tidak pasti atau yang selalu berubah-ubah.

Alur Komunikasi Organisasi

Menurut Saputra (2011:171), dilihat dari arah komunikasi ada dua macam komunikasi yaitu komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal.

1) Komunikasi Vertikal

Dalam komunikasi vertikal dapat dibagi menjadi 2 arah, yaitu komunikasi ke bawah dan komunikasi ke atas.

a. Komunikasi ke bawah (*downward communication*).

Proses komunikasi yang berlangsung dari tingkatan tertentu dalam suatu kelompok atau organisasi ke tingkatan yang lebih rendah disebut komunikasi ke bawah. Seperti untuk memberikan instruksi kerja, menginformasikan suatu peraturan dan prosedur-prosedur yang berlaku kepada anak buahnya, menentukan masalah yang perlu perhatian. Dalam banyak organisasi, komunikasi ke bawah sering kali tidak mencukupi dan tidak akurat, seperti terjadi dalam pernyataan yang sering kali dengar dari anggota organisasi bahwa tidak memahami apa yang sesungguhnya terjadi.

Sebuah organisasi yang efektif membutuhkan komunikasi ke atas sama banyaknya dengan komunikasi ke bawah. Dalam situasi seperti ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas yang paling umum melibatkan pemberian saran, pertemuan kelompok, dan protes terhadap prosedur kerja. Ketika komunikasi ke atas tidak muncul, orang sering kali mencari sejumlah cara untuk menciptakan jalur komunikasi ke atas yang tidak formal.

b. Komunikasi ke atas (*Upward Communication*).

Menurut Ivancevich (2009:121), komunikasi ke atas berperan menjalankan beberapa fungsi penting. Gary Kreps, seorang peneliti dalam bidang komunikasi organisasi, menemukan beberapa di antaranya:

1. Komunikasi ke atas menyediakan umpan balik bagi para manager mengenai isu-isu organisasi terbaru, masalah yang dihadapi, serta informasi mengenai operasi dari hari ke hari yang diperlukan untuk pengambilan keputusan mengenai bagaimana menjalankan organisasi.

2. Hal ini merupakan sumber utama bagi manajemen untuk mendapatkan umpan balik untuk menentukan seberapa efektif komunikasi ke bawah dalam organisasi.
3. Hal ini dapat mengurangi ketegangan pada karyawan dengan memberikan kesempatan pada anggota organisasi pada tingkat lebih rendah untuk membagikan informasi yang relevan dengan atasannya.
4. Hal ini mendorong partisipasi dan keterlibatan karyawan, dan karenanya meningkatkan kohesivitas organisasi.

2) Komunikasi Horizontal

Menurut Arni (2012:121), pengertian komunikasi horizontal atau mendatar adalah pertukaran pesan diantara orang-orang yang sama tingkatan otoritasnya di dalam organisasi.

Menurut Robins (2008:149), ketika komunikasi terjadi di antara anggota dari kelompok kerja yang sama, atau sesama staf yang sederajat, kita menggambarkannya sebagai komunikasi lateral/horizontal. Kenapa diperlukan komunikasi horizontal jika komunikasi vertikal dalam kelompok masih efektif? jawabannya adalah bahwa komunikasi horizontal dapat menghemat waktu dan dapat mempermudah koordinasi. Dalam beberapa kasus, komunikasi horizontal dapat dibenarkan secara formal. Seringkali komunikasi horizontal secara informal dibuat untuk memotong garis kewenangan vertikal dan dapat mempercepat pengambilan tindakan.

Civitas Akademika

Civitas berasal dari bahasa latin yang berarti masyarakat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI, 2013), masyarakat merupakan sejumlah manusia dalam arti seluas-luasnya dan terikat oleh suatu kebudayaan yang mereka anggap sama. Akademika berasal dari bahasa latin yaitu Academia.

Menurut Oxford Dictionary (2013:3), Academia berarti sekelompok pelajar yang terlibat pendidikan tinggi dan penelitian. Sedangkan menurut Fajar (2011:56), pengertian Akademik secara etimologi berasal dari bahasa Yunani yaitu academos yang berarti sebuah “taman umum (plasa)” di sebelah barat laut kota Athena. Sedangkan pengertian akademik menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) artinya bersifat akademis, bersifat ilmiah, bersifat ilmu pengetahuan, bersifat teori tanpa arti praktis yang langsung.

Menurut Barnadib (2012:13), secara singkat dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan akademik adalah hal ikhwal yang meliputi keilmuan. Sedangkan menurut Widayani (2015:4), pengertian akademik secara terminologi adalah keadaan orang-orang bisa menyampaikan dan menerima gagasan, pemikiran, ilmu pengetahuan, dan sekaligus dapat mengujinya secara jujur, terbuka, dan leluasa.

Berdasarkan uraian di atas dapat disimpulkan bahwa budaya akademik (*Academic Culture*) dapat dipahami sebagai suatu totalitas dari kehidupan dan kegiatan akademik yang dihayati, di maknai dan di amalkan oleh warga

masyarakat akademik di suatu lembaga pendidikan.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2012 Tentang Pendidikan Tinggi, civitas Akademika adalah masyarakat akademik yang terdiri atas dosen dan mahasiswa.

Dari pengertian di atas, pengertian civitas akademika mengarah pada sekelompok manusia yang terlibat dalam aktivitas pendidikan tinggi dan penelitian. Dalam konteks Universitas Mulawarman, civitas akademika mengarah pada dosen, pegawai serta mahasiswa.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif kualitatif.

Fokus Penelitian

Adapun fokus penelitian ini antara lain adalah:

1. Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fisipol Unmul dalam mengimplementasikan visi misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018.
 - a. Sumber : Yang menjadi sumber pesan yaitu BEM Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
 - b. Pesan : Pesan-pesan apa yang diterima Civitas Akademika Fisip Unmul terhadap informasi yang diberikan oleh BEM Fisip dalam melaksanakan visi misi.
 - c. Saluran (media) : Media yang digunakan untuk melaksanakan visi misi BEM Fisip dengan menggunakan komunikasi langsung dan melalui media sosial, media sosial seperti Facebook, Twitter dan Instagram.
 - d. Penerima : Seseorang yang menerima pesan yaitu Wakil Dekan I dan Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi sebagai penerima pesan.
 - e. Pengaruh (efek) : Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan dari visi misi BEM.
2. Faktor penghambat dan faktor pendukung strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fisipol Unmul dalam mengimplementasikan visi misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018.

Sumber dan Jenis Data

Dalam penelitian ini digunakan dua sumber data yaitu: Data primer dan data sekunder. Key informan sebagai sumber data primer adalah Dekan, Wakil Dekan I, Wakil Dekan II, Wakil Dekan III, Ketua Prodi Ilmu Komunikasi, Presiden BEM, Wakil Presiden BEM dan informan lainnya yaitu Menteri

Kajian Strategis dan Menter Hubungan Antar Lembaga BEM Fisip Unmul. Sedangkan data sekunder dalam penelitian ini bersumber berupa bukti, catatan atau laporan historis yang telah tersusun dalam arsip. seperti data-data yang mendukung dari buku-buku yang sudah dipublikasikan maupun yang belum dipublikasikan.

Teknik Pengumpulan data

Metode pengumpulan data, yaitu dengan menggunakan penelitian lapangan, menggunakan berbagai cara, yaitu: observasi, wawancara, dokumentasi atau penelitian dokumen.

Teknik Analisis Data

Karena penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, maka penulis menggunakan analisis dan deskriptif kualitatif. Sedangkan untuk menganalisa data kualitatif terdiri dari 4 komponen, antara lain sebagai berikut: pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan kesimpulan, penarikan atau verifikasi.

HASIL PENELITIAN

Pembahasan

Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018

Dengan hasil peroleh data primer mengenai strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018, akan dibahas sebagai berikut:

1. Komunikator

Komunikator adalah pihak yang bertindak sebagai pengirim pesan kepada komunikan dalam sebuah proses komunikasi. Dengan kata lain, komunikator merupakan seseorang atau sekelompok orang yang berinisiatif untuk menjadi sumber dalam sebuah hubungan. Seorang komunikator tidak hanya berperan dalam menyampaikan pesan kepada penerima, tetapi juga memberikan respons dan tanggapan, serta menjawab pertanyaan dan masukan yang disampaikan oleh penerima dan publik yang terkena dampak dari proses komunikasi yang berlangsung, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Visi misi yang telah direncanakan BEM belum sesuai dengan apa yang di implementasikan dalam program kerjanya. BEM dinilai kurang dari peran pengurus BEM yang menyampaikan visi misinya ke Civitas Akademika. Belum ada pembangunan strategi komunikasi dari BEM kepada Civitas Akademika secara utuh. BEM kurang dalam membangun kembali

komunikasi yang lebih baik dan kurang siap juga dalam segala aspek yang BEM kuasai. BEM melaksanakan kegiatan dalam mengimplementasikan visi misinya ke seluruh Civitas Akademika harus konsistensi dengan program kegiatannya dan tidak menyimpang dari agenda yang telah disiapkan dan disepakati oleh BEM dan Civitas Akademika Fisipol.

Komunikasi BEM yang dibangun secara bertahap dengan diadakannya rapat internal di dalam BEM, kemudian bergerak sesuai tugas pokok dan fungsi. Tetapi Menteri Kajian Strategis BEM, tidak terlibat. Karena pada tahun 2018, Menteri Kajian Strategis BEM tidak tergabung kedalam kepengurusan. Namun untuk beberapa kegiatan yang merupakan program kerja dari BEM lainnya, Menteri Kajian Strategis BEM masih terlibat. Menteri Kajian Strategis BEM terlibat pada kegiatan yang hanya sesuai dengan tupoksinya yaitu kajian strategi dan advokasi. Sisanya hanya aktif pada kegiatan diskusi.

2. Pesan

Pesan yang dimaksud dalam proses komunikasi adalah sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan dengan cara tatap muka atau melalui media komunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat atau propaganda. Dalam bahasa Inggris pesan biasanya diterjemahkan dengan kata *message*, *content* atau *information*.

Pesan visi misi yang disampaikan BEM ke seluruh Civitas Akademika Fisip dari Rencana Anggaran Biaya. RAB disampaikan hanya pada proses penyampaian draft saja. Pesan yang disampaikan BEM kepada Wakil Dekan Bidang Keuangan, tergolong baik dan mengikuti proses dan standard yang telah ditetapkan oleh keuangan fakultas. Pesan yang disampaikan BEM, sudah jelas diketahui oleh Wakil Dekan bidang keuangan. Karena proposal sebelum disposisi anggaran, sudah dibaca terlebih dahulu mengenai isi dari proposal oleh Wakil Dekan Bidang Keuangan.

Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman berpendapat bahwa, untuk implementasi visi misi BEM ke seluruh Civitas Akademika Fisip, tidak terlihat dari penyampaian pesan visinya. Adapun pendapat lain dari Presiden Badan Eksekutif Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman, yang mengatakan bahwa implementasi yang dilakukan pada proses pertemuan-pertemuan dengan pihak Civitas Akademika.

Kegiatan yang dilakukan organisasi dalam kepengurusan, berlandaskan pada perwujudan visi misi yang telah disusun secara bersama. Saat melakukan strategi komunikasi dalam mengimplementasikan visi misi ke Civitas Akademika dari SDM, keaktifan kepengurusan dan tidak berjalannya beberapa program kerja. Pesan pada program yang dilakukan BEM, sudah diberikan dengan jelas. Tetapi upaya penyampaian pesan yang dilakukan BEM, belum berjalan sebagaimana yang diharapkan.

3. Saluran (media)

Saluran yang dimaksud di sini adalah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Terdapat beberapa pendapat mengenai saluran atau media. Ada yang menilai bahwa media bisa bermacam-macam bentuknya, misalnya dalam komunikasi antarpribadi pancaindera dianggap sebagai media komunikasi. Media dalam komunikasi massa dapat dibedakan kedalam dua kategori, yakni media cetak dan media elektronik. Media cetak seperti halnya surat kabar, majalah, buku, leaflet, brosur, stiker, buletin, hand out, poster, spanduk, dan sebagainya. Sedangkan media elektronik antara lain: radio, film, televisi, video recording, komputer, electronic board, audio cassette dan sebagainya.

Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan mengetahui BEM menggunakan media komunikasi, sampai saat ini dengan menggunakan metode yang sama, yaitu komunikasi langsung. Setiap program kerja yang akan dilaksanakan, BEM akan memberikan proposal kegiatannya ke Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, dan saat itu juga terjalin komunikasi yang berorientasi kepada program kerja. Menurut Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, BEM masih memiliki kekurangan dalam memanfaatkan media-media, yang seharusnya dapat dimaksimalkan oleh BEM.

Sementara Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni yang berdasarkan sepengetahuannya, informasi terkait BEM banyak didapatkan dari komunikasi langsung yang dilakukan oleh BEM, dan media lain yang digunakan BEM kurang terpantau oleh Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan secara pribadi. Hal-hal yang menjadi penghambat dari kemampuan pengguna media oleh kepengurusan, ketidakaktifan pengurus dan program tidak dijalankan. Penggunaan media sosial belum efektif digunakan, karena keterbatasan dalam kemampuan pengelolaan media. Penggunaan media Instagram dan juga Facebook dengan mengupload setiap kegiatan, tulisan dan informasi BEM Fisip Unmul di tahun 2018. Jikalau media tidak mampu menjangkau maka kegiatan tulisan dan informasi tersebut dibeberapa group Fisip dan dengan membuat selebaran brosur.

4. Penerima

Penerima adalah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber. Penerima bisa saja satu orang atau lebih, bisa dalam bentuk kelompok, partai atau negara. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam istilah, seperti khalayak, Penerima adalah elemen penting dalam proses komunikasi, karena dialah yang menjadi sasaran dari komunikasi. Jika suatu pesan tidak diterima oleh penerima, akan menimbulkan berbagai macam masalah yang seringkali menuntut perubahan, apakah pada sumber, pesan atau saluran.

Strategi yang digunakan BEM kepada penerima yaitu dengan mensosialisasikan Rencana Anggaran Biaya kepada seluruh Civitas Akademika. Dalam hal perencanaan dan eksekusi program, Wakil Dekan II

Bidang Umum dan Keuangan berpendapat bahwa penerima pesan yang dipilih BEM untuk mengimplementasikan visi misi BEM, sudah tepat sasaran. Seluruh Civitas Akademika harus mengetahui apa dan siapa pengeloa BEM. Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan akan memberikan disposisi untuk agenda BEM, asal kegiatannya positif yang dikaitkan dengan pengajuan proposalnya.

Sampai saat ini dari tahun 2018 pada masa kepemimpinan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, BEM membangun komunikasi dengan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni dengan pertemuan langsung, dan Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni meninjau tiap proposal kegiatan BEM. Seharusnya yang menjadi penerima pesan dalam implementasi visi misi BEM, adalah birokrasi, mahasiswa dan pegawai. BEM memberikan pendapat bahwa pesan yang diberikan kepada penerima dengan baik, dan ada pula yang tidak sampai kepada penerima.

Pesan tersebut dapat diterima, namun tidak untuk tindakan alternaif melalui komunikasi yang disampaikan, dalam artian tindak lanjut dari komunikasi yang dilakukan tidak sesuai.

5. Pengaruh (Efek)

Pengaruh atau efek adalah perbedaan antara yang dipikirkan, dirasakan, dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Efek adalah salah satu elemen dalam komunikasi yang sangat penting untuk mengetahui berhasil atau tidaknya komunikasi yang di inginkan. Civitas Akademika cukup memberikan perhatian dalam setiap agenda-agenda BEM.

Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018, berpengaruh dari persoalan orang-orang yang dapat berpartisipasi aktif dalam agenda BEM. Efeknya pasti pada partisipasi, dan sejauh ini menurut Wakil Dekan II Bidang Umum dan Keuangan, sudah baik.

Partisipasi program dari Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan dan Alumni, dengan memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada BEM, itu merupakan salah satu tolok ukur efek yang BEM terima. Program-program kegiatan yang BEM laksanakan, direncanakan yang tujuannya agar dapat menyentuh semua kalangan. Kemungkinan seperti itu, jika karena tanpa adanya penjelasan secara detail terkait visi misi, pasti masing masing orang mempunyai presepsi yang berbeda.

Faktor Penghambat Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018

Faktor penghambat strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018 adalah hal-hal yang menjadi penghambat Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Universitas Mulawarman dalam

mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika di Tahun 2018.

Faktor penghambat strategi komunikasi BEM Fisipol dalam mengimplementasikan visi misi kepada seluruh Civitas Akademika di Tahun 2018, dari BEM sendiri yang dapat memanfaatkan anggaran yang telah disediakan oleh Fakultas Isipol untuk pengembangan pengetahuan BEM. BEM Fisip itu tidak melibatkan orang-orang yang lebih berpengalaman, berpengetahuan, di lima visi-misi BEM kurang terlihat dan tidak muncul dalam bentuk tindakan.

Selama menjalankan setiap program, BEM Fisip cenderung kehilangan kordinasi dan komunikasi dalam mengimplementasikan visi misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018, kurangnya penggunaan media sosial yang digunakan oleh anggota BEM dan kurang efektifnya pengurus terhadap kegiatan yang akan dilaksanakan, komunikasi yang BEM lakukan ke lingkup eksternal fakultas dilaksanakan dengan baik, sehingga komunikasi ke internal fakultas kurang dilakukan oleh BEM, kurangnya komunikasi BEM terhadap pimpinan fakultas. Dikarenakan BEM Fisip sendiri banyak menghabiskan waktu dengan internal yang ada di Majelis Permusyawaratan Mahasiswa (MPM) dan kurang dekatnya BEM dengan seluruh masyarakat kampus membuat kami merasa bahwa tidak bisa memberikan pengaruh kepada seluruh mahasiswa.

Faktor Pendukung Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018

Faktor pendukung strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018 adalah hal-hal yang mendukung Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018. Dalam suatu kegiatan bisa lancar, biasanya akan dipengaruhi oleh faktor pendukung, karena faktor tersebut sangat mempengaruhi dalam proses kegiatan. Tidak berbeda dengan hasil kerja yang didapatkan dalam mengimplementasikan visi misi BEM kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018 sering ditemui faktor pendukung.

Faktor pendukung strategi komunikasi BEM dalam mengimplementasikan visi misi kepada civitas akademika, jika BEM menghidupkan dan memasifkan kembali program kerja yang sifatnya sharing and caring, agar dapat memicu sinergisitas antara fakultas dengan BEM-nya, pengetahuan BEM dan memahami isi proposal dan tata cara penulisan proposal dan pelaporan keuangan, BEM dapat memahami soal aturan-aturan kemahasiswaan yang berkaitan dengan aktivitas mahasiswa pada umumnya, adanya bantuan lembaga kemahasiswaan di Fisip, metode yang digunakan dan fasilitas organisasi, BEM mendapatkan dukungan moril, agar dapat

melaksanakan program kerja dengan baik, keterbukaan setiap lembaga dalam hal mensupport program kerja, agar sama-sama mendapatkan keuntungan bagi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik dan organisasi BEM sebagai organisasi internal Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan oleh penulis, maka pada bab ini peneliti membuat kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi Badan Eksekutif Mahasiswa (BEM) Fisip Unmul dalam mengimplementasikan Visi Misi kepada seluruh Civitas Akademika Tahun 2018:
 - a. Komunikator
Tidak ada pembangunan strategi komunikasi BEM kepada civitas akademika secara utuh, BEM kurang membangun kembali komunikasi yang lebih baik dan BEM kurang siap dalam segala aspek.
 - b. Pesan
Pesan visi misi yang disampaikan BEM ke civitas akademika Fisip dari Rencana Anggaran Biaya yang hanya sampai pada proses penyampaian draft saja. Pesan visi misi BEM yang dilaksanakan, hanya sebagian yang sangat jelas.
 - c. Saluran (media)
Saluran (media) komunikasi yang dilakukan BEM menggunakan metode yang sama, yakni komunikasi langsung dalam membangun hubungan kepada pihak Civitas Akademika, visi misi yang disampaikan hanya informasi kepada internal di Majelis Permusyawaratan Mahasiswa (MPM) Fisipol. Saluran (media) yang digunakan BEM tidak efektif, karena jangkauannya tidak ke seluruh civitas akademika, yang mengetahui hanya ruang lingkup internal BEM saja. Tidak semua mahasiswa dan seluruh civitas akademika mengikuti perkembangan sosial media BEM.
 - d. Penerima
BEM Fisip dalam mengimplementasikan visi misi untuk Civitas Akademika Tahun 2018 cukup tepat sasaran kepada penerima dengan mensosialisasikan Rencana Anggaran Biaya (RAB) BEM. Civitas Akademika dan semua elemen yang ada dilingkup fakultas dapat mengetahui mengenai BEM. Feedback Civitas Akademika yang diberikan seperti terlibat dalam program BEM, jika Dekan atau Wakil Dekan dapat memberikan disposisi untuk agenda BEM yang positif dan bisa berpartisipasi menghadiri setiap agenda kegiatan BEM dan jajaran akademik Fisip yang diundang untuk terlibat.
 - e. Pengaruh (efek)
Pihak Dekanat sudah memberikan kesempatan yang seluas-luasnya kepada BEM, hanya saja ruang lingkup BEM sangat kecil, dan hal itu terjadi dalam internal BEM. Civitas Akademik cukup memberikan perhatian dalam setiap agenda-agenda BEM, yang harusnya memiliki

- pengaruh yang besar, karena organisasi BEM Fisipol itu dinilai yang menjadi barisan utama untuk memajukan prestasi ditingkat mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.
2. Faktor penghambat BEM karena tidak dapat memanfaatkan anggaran yang telah disediakan oleh fakultas untuk pengembangan pengetahuan pengelola BEM, BEM tidak melibatkan orang-orang yang lebih berpengalaman, berpengetahuan, BEM cenderung kehilangan koordinasi dan komunikasi selama menjalankan setiap program sehingga visi-misi BEM kurang terlihat dan tidak muncul dalam bentuk tindakan, kurang jalannya penggunaan media sosial dan ke efektifan pengurus BEM, BEM hanya melakukan komunikasi ke lingkup eksternal fakultas yang terlaksana dengan baik, sehingga komunikasi ke internal fakultas kurang dilakukan, dan terhadap pimpinan fakultas, BEM banyak menghabiskan waktu hanya dengan internal yang ada di Majelis Permusyawaratan Mahasiswa (MPM), dan kurang dekatnya BEM dengan seluruh masyarakat kampus.
 3. Faktor pendukung dari BEM yang dapat menghidupkan dan memasifkan kembali program kerja yang sifatnya sharing and caring, agar dapat memicu sinergisitas antara fakultas dengan BEM, dapat memahami dan mengetahui tata cara pengajuan proposal dan pelaporan keuangan BEM, BEM dapat memahami soal aturan-aturan kemahasiswaan yang berkaitan dengan aktivitas mahasiswa pada umumnya, adanya bantuan lembaga kemahasiswaan di Fisipol, dukungan dari metode yang digunakan dan fasilitas organisasi, BEM mendapatkan dukungan moril dari pejabat dekanat Fisipol agar dapat melaksanakan program kerja dengan baik, dan keterbukaan setiap lembaga yang mensupport program kerja BEM.

Saran

Setelah melalui beberapa macam penelitian, dengan rendah hati penulis merasa perlu untuk memberikan saran-saran yang mungkin bermanfaat kepada semua pihak. Adapun saran-saran yang akan penulis kemukakan adalah sebagai berikut:

1. Bagi Badan Eksekutif Mahasiswa Fisipol Unmul untuk kedepannya dapat melihat kegiatan program yang sudah dilaksanakan pada tahun sebelumnya untuk berbagi ke pengelola BEM selanjutnya, agar dapat memberikan keterangan dan penjelasan visi-misi BEM kepada Civitas Akademika Fisipol Unmul, agar para seluruh civitas akademik Fisipol mengetahui keselarasan visi misi BEM ke Civitas Akademika Fisipol Unmul.
2. Bagi BEM Fisipol, dapat membangun kembali komunikasi yang lebih baik dan BEM sebelum melaksanakan kegiatan program kerjanya, siap dari semua aspek.
3. BEM dapat melaksanakan kegiatan dalam mengimplementasikan visi misinya ke seluruh civitas akademika, harus konsisten dalam proses menjalankan programnya, dan tidak menyimpang dari agenda yang telah disiapkan dan sudah disepakati.

Daftar Pustaka

- Abidin, Yusuf Zainal. 2015. *Manajemen Komunikasi: Filosofi, Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Pustaka Setia.
- Arni, Muhammad. 2012. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Barnadib, Imam. 2012. *Kode Etik Akademik: Telaah Deskriptif Awal*. Yogyakarta: Taman Siswa.
- Bungin, Burhan. 2013. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma dan Diskursus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Group.
- Cangara, Hafied. 2009. *Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Dahlan, Al, Burry, M. dan Partanto, Pius. 2008. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Ilmu Komunikasi, Teori & Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Gregory, Anne. 2009. *Public Relations Dalam Praktik*. Jakarta: Erlangga.
- Hardjana, Agus M. 2009. *Komunikasi Intrapersonal & Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Penerbit Kanisius.
- Hasan, Alwi. 2005. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan Nasional Balai Pustaka.
- Ivancevich, John M. 2009. *Perilaku Dan Manajemen Organisasi*. Jakarta: Penerbit Erlangga
- Mardikanto, 2010. *Konsep Pemberdayaan Masyarakat*. Surakarta: Penerbit TS.
- Morissan, M.A. 2013. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana.
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto Bagong. 2004. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Kencana.
- Oliver, Sandra. 2007. *Strategi Public Relations*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Robbins. P. S. 2008. *Prinsip-prinsip Perilaku Organisasi*. Edisi kelima, Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Saputra, Yulius Eka Agung. 2011. *Teori dan Praktik Public Relations di Era Cyber*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Suryadi. 2007. *Strategi Mengelola Public Relations Organisasi*. Jakarta: Edsa Mahkota.
- Wayne, Pace, R. 2010. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- West, R dan Lynn H. Turner. 2009. *Pengantar Teori Komunikasi: Analisis dan Aplikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Widayani, Wiwin. 2015. *Modul Pendidikan Agama: Budaya Akademik dan Etos Kerja, Sikap Terbuka dan Adil*. Jakarta: Pusat Pendidikan dan Pelatihan Tenaga Kesehatan: Badan Pengembangan dan Pemberdayaan SDM.