

Strategi Komunikasi Organisasi HMI Dalam Rekrutmen Kaderisasi Anggota Baru di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara

Imam Malik¹, Elfi Yanti Ritonga²

^{1,2}Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara,
Jl. William Iskandar Ps. V, Medan Estate, Kec. Percut Sei Tuan, Kabupaten Deli
Serdang, Sumatera Utara

imam0101193117@uinsu.ac.id¹, eyritonga@gmail.com²

ABSTRACT

The case of a victim of robbery who became a suspect in Medan City had caused This study aims to determine the organizational communication strategy of HMI in recruiting new member cadres at the Faculty of Da'wah and Communication in maintaining the existence of its organization at UIN Sumatra Utara. To find out the obstacles to the HMI organizational communication strategy in recruiting new member cadres at the Faculty of Da'wah and Communication in maintaining the existence of its organization at UIN Sumatra Utara. This type of research uses a qualitative approach to research, in an effort to provide answers to the problems that have been described, because it uses a descriptive qualitative approach. The collected data were analyzed using the Miles & Hubberman interactive model including: data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results of this study show basic findings such as the cadres of the Islamic Student Association (HMI) of UIN North Sumatra are able to have a positive impact on students where the cadres of the Islamic Student Association (HMI) hold meetings to maintain friendship among each HMI member, and are able to liven up the to promote open discussion on campu.

Keywords: *Communication Strategy, HMI Organization, Recruitment of HMI Member Cadres*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi organisasi HMI dalam rekrutmen kaderisasi anggota baru di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam mempertahankan eksistensi organisasinya di UIN Sumatera Utara. Untuk mengetahui kendala-kendala strategi komunikasi organisasi HMI dalam rekrutmen kaderisasi anggota baru di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam mempertahankan eksistensi organisasinya di UIN Sumatera Utara. Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif, sebagai upaya untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang telah dibentangkan, karena sifatnya menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Data yang telah dikumpulkan dianalisis dengan menggunakan model interaktif *Miles & Hubberman* meliputi: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian ini menunjukkan temuan-temuan mendasar seperti kader Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) UIN Sumatera Utara mampu memberikan dampak positif kepada mahasiswa dimana Kader Himpunan Mahasiswa Islam (HMI) membuat setiap pertemuan-pertemuan untuk menjaga silaturahmi sesama setiap anggota HMI, dan mampu menghidupkan dalam menggencarkan diskusi terbuka di dalam kampus.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Organisasi HMI, Rekrutmen Kaderisasi Anggota HMI

PENDAHULUAN

Kata strategi berasal dari bahasa Yunani "strategos" (militer dan sistem penggerak) dan yang berarti "jenderalship" atau sesuatu yang dilakukan oleh komandan dalam melakukan pengaturan untuk memenangkan suatu konflik, dalam bahasa Indonesia referensi Kata Umum metodologi adalah cara atau prosedur perang. Teknik dapat dicirikan dari sesuatu seperti dua sudut pandang alternatif, menurut sudut pandang utama, prosedur adalah "program luas untuk mengkarakterisasi dan mencapai tujuan hierarkis dan melakukan tujuan utamanya". "Program" dalam definisi ini menunjukkan suatu fungsi, sadar dan tujuan berpura-pura oleh administrator dalam merencanakan prosedur perusahaan / hirarkis.

Strategi adalah cetak biru untuk mencapainya. Dalam penulisan administrasi, teknik dicirikan sebagai program umum aktivitas dan tanggung jawab pemahaman dan aset untuk mencapai tujuan umum. Jadi metodologi adalah program yang luas untuk memutuskan dan mencapai tujuan hirarki dan melakukan tujuan utamanya (Widharta dan Sugiharto, 2013: 3). Teknik pertama kali digunakan dalam dunia taktis, sedangkan dalam dunia bisnis digunakan pada tahun 1860-1970-an sehingga ide-ide yang digunakan dalam administrasi esensial berasal dari dunia taktis.

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan, khususnya tujuan yang ingin dicapai oleh asosiasi dan organisasi. Kehadiran metodologi tidak dapat dibedakan dari target yang dicapai. Hal ini ditunjukkan oleh organisasi yang mengarahkan langkah-langkah yang akan dilakukan, dan secara bersamaan, sistem akan berdampak pada aktivitas tersebut. Ini menyiratkan bahwa persyaratan yang diharapkan untuk merencanakan suatu prosedur adalah untuk memperluas pemahaman untuk lebih mengembangkan tujuan. Artinya, setelah memahami sifat dan arti suatu tujuan, maka yang harus dilakukan adalah menentukan prosedur untuk mencapai tujuan tersebut, kemudian pada saat itu kegiatan yang dilakukan hanyalah strategi yang dapat meningkat dengan cepat namun berjalan di luar norma. dapat berkurang pada masalah lain (Ansauri, 2013: 3-7).

Jadi perencanaan sistem korespondensi berarti mempertimbangkan keadaan dan keadaan (realitas) yang dihadapi dan yang mungkin terlihat di masa depan untuk mencapai kelangsungan hidup, dengan prosedur korespondensi ini menyiratkan bahwa berbagai cara dapat diambil menggunakan korespondensi sadar untuk membuat keramaian secara efektif dan cepat (Zamzami, & Suhana, 2021).

Korespondensi epistemologis berasal dari kata latin "korespondensi" istilah ini berasal dari "communis" yang mengandung arti yang serupa, serupa di sini mengandung makna yang sama atau kepentingan yang sama, korespondensi apa yang terjadi bila ada keserupaan kepentingan terhadap suatu pesan yang disampaikan. oleh komunikator dan didapat oleh komunikan (Tirtamiharja, 2005). Korespondensi adalah program proklamasi antara orang-orang. Yang diungkapkan adalah pertimbangan dan perasaan seseorang terhadap orang lain dengan melibatkan bahasa untuk mengarahkannya. Hal ini menunjukkan bahwa korespondensi adalah bagian dari individu yang tidak dapat dibedakan. Sesuai (Masmuh, 2010)

Dalam "bahasa" artikulasi korespondensi disebut pesan (uleni). Individu yang menyampaikan pesan dikenal sebagai komunikator (komunikator) sedangkan individu yang mendapat penegasan disebut komunikan. Jika dibedah pesan korespondensi terdiri dari dua sudut, yang pertama adalah isi pesan, yang kedua adalah gambar. Substansinya adalah substansi pesannya adalah gagasan atau perasaan (Rahman, 2020)

Siklus komunikasi mencakup banyak variabel atau komponen di dalamnya, khususnya penghibur atau anggota, pesan (menghitung struktur, konten dan teknik pertunjukan), saluran, media atau perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan, waktu, tempat, hasil atau hasil yang terjadi, pencegah yang muncul, serta keadaan atau kondisi selama siklus korespondensi (Suryanto, 2015). Korespondensi adalah perdagangan pesan verbal atau non-verbal di antara pengirim dan penerima pesan untuk mengubah perilaku. Perubahan perilaku, khususnya perubahan yang terjadi di dalam diri seseorang dalam perspektif mental, kekuatan, atau psikomotorik.

Dalam buku Hafied Cangara (2018: 5). Sehubungan dengan itu, Anwar Arifin dalam bukunya teknik korespondensi mengungkapkan bahwa, sesungguhnya prosedur adalah pilihan yang menyeluruh tentang kegiatan yang harus dilakukan untuk mencapai tujuan. Jadi merencanakan prosedur

surat menyurat berarti mempertimbangkan keadaan dan keadaan (keberadaan) yang dialami dan yang mungkin akan terlihat di masa depan untuk mencapai kelangsungan hidup, dengan sistem surat menyurat ini berarti bahwa berbagai cara dapat diambil dengan memanfaatkan surat menyurat secara sadar untuk membuat perubahan pada orang banyak. secara efektif dan cepat.

Teori yang mempelajari strategi komunikasi adalah teori komunikasi yang dikemukakan oleh Harold D. Lasswell. Paradigma Lasswell atau biasa dikenal dengan rumusan Lasswell tertuang dalam bukunya *The Structure and Function of Communication in Society*. Pakar komunikasi menganggap model komunikasi Harold Lasswell ini sebagai salah satu teori komunikasi paling awal yang dikembangkan melalui teori komunikasi (Effendy, Op: 253).

Pertimbangan strategi komunikasi organisasi tidak lepas dari pembahasan saluran komunikasi dan arah arus informasi. Saluran komunikasi internal organisasi atau lembaga secara garis besar dapat dibagi menjadi dua saluran. Pertama, saluran komunikasi resmi. Saluran resmi adalah saluran komunikasi formal yang mengikuti rantai komando dalam struktur komunikasi. Arah arus informasi dalam komunikasi formal bisa vertikal atau horizontal. Kedua, saluran komunikasi informal. Komunikasi informal mengabaikan hierarki organisasi. Komunikasi informal sering disebut gosip, gosip atau selentingan (Sutrisna, 2007: 25).

Strategi komunikasi merupakan hal yang harus diperhatikan agar tercipta komunikasi yang efektif. R.Wayne Pacen, Brent D. Peterson dan M. Dallas Burnett dalam bukunya *Effective Communication Techniques* bahwa tujuan utama komunikasi terdiri dari tiga tujuan utama:

- 1) Untuk memastikan kejelasan, tujuannya adalah untuk memastikan bahwa komunikator memahami pesan yang diterima.
- 2) Untuk mencapai penerimaan, penerimaan harus dibina setelah komunikator memahami dan menerima pesan.
- 3) Termotivasi untuk bertindak dan akhirnya termotivasi untuk bertindak.

Dengan demikian, realitas yang dipahami dalam arti strategi komunikasi sesuai dengan apa dan bagaimana semua tindakan yang dilakukan dapat efektif dalam mengimplementasikan ide, pemikiran, dan cara yang sebelumnya diketahui dan dipahami oleh komunikator. Pengertian strategi

adalah cara-cara operasi, interaksi, tindakan dan arah serta jalan yang dapat digunakan untuk mencapai tujuan dan maksud.

Strategi komunikasi juga memiliki karakteristik tersendiri, sifat dari strategi komunikasi dapat dijelaskan sebagai berikut:

- 1) Merupakan bagian integral dari penelitian komunikasi.
- 2) Mengklaim peran kredibilitas seorang komunikator.
- 3) Membutuhkan pengaturan komunikasi yang jelas.
- 4) Dapat digunakan sebagai proses komunikasi dalam berbagai situasi.
- 5) Penerapannya secara luas terlihat dalam studi organisasi.
- 6) Manfaat, yang mengukur keefektifan pesan yang disampaikan dan dipahami oleh komunikator.

Berdasarkan karakteristik tersebut, maka strategi komunikasi sebenarnya memiliki karakteristik yang menyesuaikan dengan kondisi dan kajian berbagai objek di bidang komunikasi. Dengan demikian, keberadaan strategi komunikasi ini bersifat spesifik, mencerminkan epistemologi dari semua model implementasi, teori dan jenis komunikasi yang bertujuan untuk mengendalikan lingkungan komunikasi guna mencapai tujuan komunikasi yang lebih tinggi (Suryadi, 2018).)

Untuk berhasil menerapkan strategi komunikasi, semuanya harus berhubungan dengan komponen, yang merupakan jawaban atas pertanyaan Lasswell, yaitu.:

- 1) *Who?* (Siapakah komunikatornya).
- 2) *Says What?* (Pesan apa yang ditanyakan).
- 3) *In Which Channel?* (Media Apa yang digunakan).
- 4) *To Whom?* (Siapa komunikannya).

5) *With What Effect?* (Efek apa yang diharapkan)

Selanjutnya Menurut Arifin (1984) juga terdapat empat elemen yang merupakan inti dari penyusunan strategi komunikasi, yakni sebagai berikut:

- Mengenal sasaran komunikasi

Tentukan segmentasi audiens dalam program yang berguna dalam berbagai cara, seperti meninjau data, menguji, dan meringkas hasil.

- Menulis pesan

Saat menyiapkan pesan yang ditambahkan ke semua kolom, konten dan sifat pesan harus diperhitungkan saat menulis pesan.

- Pilihan penggunaan media

Dalam menggunakan alat komunikasi, pihak informasi harus memperhatikan beberapa hal agar tidak merugikan pihak lain.

- Menentukan metode Komunikasi pesan memiliki tujuan tertentu.

Berdasarkan pendapat di atas dapat dipahami bahwa unsur-unsur strategi komunikasi harus ada dan fokus untuk mendukung tercapainya tujuan, bahwa semua pesan harus sampai pada pesan. Dalam strategi komunikasi HMI

UIN Sumut menerapkan beberapa metode, misalnya

- a) mengadakan diskusi

Percakapan adalah komunikasi antara dua orang atau lebih/kelompok. Biasanya komunikasi antara mereka/kelompok berlangsung dalam bentuk ilmu atau pengetahuan dasar, yang akhirnya memberikan pemahaman yang baik dan benar. Diskusi

berlangsung dalam bentuk yang awalnya disebut topik. Diskusi tentang topik ini berkembang dan dibahas, yang pada akhirnya mengarah pada pemahaman tentang topik tersebut.

b) Menjaga sikap dan penampilan

Organisasi harus memiliki reputasi yang baik karena merupakan kekuatan organisasi di tengah kehidupan sosial, sehingga diharapkan organisasi memiliki kekuatan mental dan fisik yang kuat sehingga dapat menjadi tawaran untuk terus bersaing dengan yang lain. Dalam organisasi UIN Sumut seperti PMII, HMI dan KAMII, reputasi yang baik adalah hal yang terpenting. Karena citra yang baik dalam pergaulan menentukan keberhasilan dalam mempertahankan eksistensinya.

c. Membuka titik pendaftaran bingkai

Saat merekrut anggota baru HMI UIN Sumut, kami melakukannya dengan membuka meja pendaftaran. Sistem pendaftaran keanggotaan baru HMI adalah membuka beberapa titik pendaftaran di halte kampus UINSU.

d. Mempererat Silaturahmi Kader HMI UINSU

Diwawancarai CEO HMI UINSU Andria tentang informasi yang diperoleh peneliti, beliau menyatakan bahwa organisasi tidak hanya menjaga dan mengurus hubungan eksternal, tetapi juga mengurus urusan internal HMI, karena pemeliharaan organisasi. harmoni adalah sesuatu yang harus dikerjakan. Berhati-hatilah karena ini adalah kekuatan antarmuka. Biasanya kegiatan diorganisir oleh ketua organisasi, karena merupakan bagian dari program kerja, kegiatan yang berlangsung sangat bervariasi sesuai dengan minat para anggota, biasanya sebagian besar anggota paling senang ketika diajak jalan-jalan dan makan. pada. tujuan wisata

e. Komunikasi nonverbal menggunakan atribut

Setiap kegiatan di kampus UINSU selalu mengedepankan identitas peci hitam hijau, logo HMI dan medali HMI.

Kisah berdirinya Himpunan Mahasiswa Islam tidak lepas dari nama yang sangat populer di kalangan HMI yaitu Lafran Panesta sebagai penggagas berdirinya HMI. Pada hari Rabu Pon, 14 Rabiulawal 1366 H atau bersamaan tanggal 5 Februari 1947 M pukul 16.00 WIB, Lafran Pane mengumumkan berdirinya organisasi mahasiswa Islam yang menguntungkan Prof. Husein Yahya dihadapan 20 mahasiswa lainnya diantaranya Karton, Dahlan Husein, Anton Timur Djaelani, Yusdi Ghozali dll. Acara deklarasi diadakan di salah satu ruang kuliah Perguruan Tinggi Islam/STI (sekarang UII) di Jl. Setyodingratan 30 (sekarang P. Senopati 30). Dari tempat inilah HMI Lafran Pane berdiri dengan keterangan singkat sebagai berikut: "Hari ini akan dilangsungkan rapat pembentukan organisasi mahasiswa Islam, karena segala persiapan dan perlengkapan yang diperlukan telah siap".

Selain itu, ada juga latar belakang berdirinya HMI. Setelah ditelusuri lebih jauh, ada tiga faktor yang melatarbelakangi lahirnya organisasi mahasiswa Islam, yaitu:

a) Situasi nasional terdiri dari dua, yaitu internal dan eksternal, secara internal dicirikan oleh Partai Komunis Indonesia (PKI) yang terang-terangan ingin mengubah ideologi Pancasila menjadi ideologi komunis, sedangkan di luar ancaman dan agresi militer. Belanda II sekitar tahun 1948.

B. Kekacauan Islam di tanah air juga menjadi tanda lahirnya HMI, dimana pada tahap ini, segera setelah kemerdekaan Republik Indonesia, lahir organisasi-organisasi Islam dengan berbagai kepentingan, terutama Nahdatul Ulama dan Muhammadiyah, yang merupakan perbedaan. . . Itu sebabnya orang bingung untuk memilih aliran yang paling cocok.

C. Keadaan kampus-kampus dan hubungan mahasiswa di Indonesia, khususnya di Yogyakarta ditandai dengan merebaknya virus sosialisme dan komunisme di kalangan masyarakat dan mahasiswa. Dengan demikian, HMI berhasil mendirikan beberapa cabang di Indonesia, termasuk cabang di Medan. Himpunan Mahasiswa Islam ini kini hampir berusia 67 tahun, yakni hanya dua tahun setelah berdirinya negara Indonesia. Dalam perjalanannya, organisasi tersebut

telah memberikan banyak kontribusi positif bagi negara Indonesia, dan pada saat didirikan, misinya adalah untuk melindungi kemerdekaan Indonesia. Selain itu, tokoh-tokoh besar seperti Nurcholish Madjid, Akbar Tanjung, Jusuf Kalla, Anas Urbaningrum, Abraham Samad, Anis Baswedan dan masih banyak lagi tokoh lain yang turut andil dalam penciptaan gagasan tentang Islam dan Kristen lahir dari himpunan mahasiswa tersebut. Indonesia.

HMI merupakan salah satu organisasi nirlaba formal karena menjelaskan bahwa ada beberapa organisasi yaitu organisasi formal yaitu organisasi yang memiliki peraturan perundang-undangan atau bisa disebut badan hukum, organisasi informal yaitu organisasi perkumpulan. (Wirawan, 2008)

Ada juga konsep organisasi nirlaba (non profit organization), organisasi nirlaba adalah organisasi yang tujuannya mencari keuntungan, sedangkan organisasi nirlaba (non profit organization) tidak mencari keuntungan. Sebuah organisasi terdiri dari orang-orang dengan posisi yang berbeda. Ketika orang-orang dalam suatu posisi mulai berkomunikasi satu sama lain, ada keteraturan dalam kontak dan "siapa berbicara kepada siapa". Kedudukan setiap individu dalam pola dan jaringan yang muncul memberikan peran pada orang tersebut.

Beberapa orang berada dalam posisi yang lebih sentral, yang mengharuskan mereka menerima dan memproses lebih banyak informasi daripada anggota jaringan lainnya. orang yang berada di posisi sentral harus memiliki kemampuan untuk mengintegrasikan dan memastikan bahwa informasi yang benar disampaikan kepada orang yang tepat pada waktu yang tepat, akurat dan lengkap.

Adapun kendala-kendala yang dihadapi HMI UIN Sumatera Utara dalam mempertahankan eksistensi organisasinya yaitu:

- Perbedaan Pendapat

Pendapat atau ide atau pemikiran yang menjelaskan preferensi atau kecenderungan tertentu tentang sesuatu. Perbedaan adalah pendapat yang berbeda dengan apa yang diputuskan dan dikemukakan oleh satu orang atau lebih, yang

berbeda dengan apa yang diputuskan dan dikemukakan oleh satu orang atau lebih dalam proses pengambilan keputusan di forum. Organisasi HMI UINSU sering memiliki perbedaan pemikiran atau alasan dalam memahami sesuatu, dan selalu mencari cara berpikir yang dapat disepakati oleh semua orang.

- Terlalu fanatik dengan kepemimpinan

Seorang fanatik adalah seseorang yang menunjukkan antusiasme yang berlebihan dan pengabdian tanpa kritik yang kuat terhadap subjek yang kontroversial, seperti agama atau politik. Masih ada anggota organisasi HMI UINSU yang fanatik terhadap kepengurusan HMI, sehingga orang tersebut menunjukkan semangat yang berlebihan dan dapat merusak nilai-nilai kemanusiaan.

Rekrutmen adalah kegiatan atau proses suatu perusahaan untuk tujuan operasional, jadi rekrutmen adalah proses mencari, menemukan dan menarik calon anggota untuk bergabung dengan organisasi.

- Pentingnya rekrutmen

Rekrutmen dalam suatu organisasi memenuhi keinginan tertentu yang harus dipenuhi agar organisasi tetap eksis. Program rekrutmen yang ideal dalam program di mana anggota potensial yang berkualitas tertarik untuk bergabung dengan organisasi karena mereka pada akhirnya akan menjadi pemimpin organisasi.

- Strategi perekrutan

HMI UINSU menggunakan dua cara untuk melebarkan sayapnya yaitu:

- Recruiting Intimates Rekrut seseorang ke toko untuk pertemanan, keluarga atau kerabat secara langsung dan perantaranya adalah teks, email atau wa.

- Recruiting Strangers Merekrut seseorang ke dalam gerakan atau organisasi dengan bertemu langsung tanpa kontak sebelumnya dan melalui media (misalnya brosur atau undangan di area universitas).

Pembaharuan merupakan bagian penting dari organisasi karena menentukan keberlangsungan organisasi dengan menciptakan dan memelihara kerangka kerja yang akan terus berjuang. Regenerasi berperan sebagai jantung yang harus ada dan berdetak dalam suatu organisasi untuk bertahan hidup, tanpa regenerasi tidak akan ada kepemimpinan dalam organisasi dan tidak akan tercipta personel baru untuk membuat organisasi bergerak dan dinamis. Kaderisasi bertujuan untuk membuat bingkai yang tidak hanya bagus dalam program, tetapi lebih. Kaderisasi harus mampu melahirkan kader-kader yang memiliki jiwa pemimpin, emosi yang dominan, kreatif dan mampu memberikan solusi terhadap setiap permasalahan, dan yang terpenting mampu dan layak menjadi panutan bagi anggotanya kelak. Transformasi yang dilakukan oleh HMI merupakan upaya untuk meningkatkan kualitas kader dengan memberikan pemahaman terhadap ajaran kebenaran Islam dan nilai-nilai yang terkandung dalam perjuangan HMI untuk membentuk mahasiswa muslim menjadi umat ululalbab dan memahami HMI sebagai organisasi perjuangan untuk menjadi diambil tanggung jawab atas terselenggaranya tatanan sosial yang baik. Diberkati oleh Allah.

Arah pembinaan kader HMI tercermin dari tujuan HMI yaitu mengembangkan mahasiswa muslim menjadi insan ulul albab yang juga bertanggung jawab atas terselenggaranya tatanan sosial yang diridhoi Allah. Dengan demikian, setiap anggota HMI harus memahami nilai-nilai prinsip dasar perjuangan, yaitu prinsip (keyakinan Islam, pemahaman keilmuan, pemahaman sosial, kepemimpinan, suasana, perjuangan dan hari esok), tujuan, usaha dan kemandirian. Kader merupakan investasi organisasi yang dilakukan secara sadar dan sesuai dengan petunjuk kader HMI sehingga mampu mewujudkan potensi kader HMI menjadi insan ulil albab.

Peran kader HMI di Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumut, yaitu kader adalah nafas dan pemimpin perjuangan HMI, maka tanpa itu kader HMI bukanlah apa-apa. Setiap fakultas harus memastikan proses pembaharuan berjalan sebagaimana mestinya. Bagi Dakwah dan HMI di Fakultas Ilmu Komunikasi, proses framing merupakan ajang pembentukan opini. Setiap siswa yang pernah mengikuti pendidikan dasar pasti motivasi dan pandangan belajarnya telah berubah. Hal ini ditunjukkan dengan adanya obrolan di sudut-sudut kampus. Tradisi ini dipertahankan agar banyak mahasiswa yang tertarik dengan organisasi HMI. Temuan di atas menunjukkan adanya dampak positif bagi perkembangan mahasiswa di kampus Universitas Islam Sumatera Utara. Tentu saja, ini bukan tugas yang mudah bagi para staf untuk memenuhinya, namun dengan semangat dan dorongan dari para senior, para staf dapat berpartisipasi dalam berbagai dinamika kampus. Tugas Kaater adalah mengajak mahasiswa lain untuk bergabung di HMI.

Berikut penilaiannya saat ditanya tentang perannya sebagai kader HMI:

“Untuk dapat mengangkat kader-kader baru agar bergabung dalam HMI. Saya berusaha untuk merangkul semua teman-teman dengan cara apapun dengan tida menggunakan cara yang negatif, misalnyamereka membutuhkan bantuan”

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini menggunakan jenis penelitian pendekatan kualitatif, sebagai upaya untuk memberikan jawaban atas permasalahan yang telah dibentangkan, karena sifatnya menggunakan metode pendekatan kualitatif deskriptif. Dengan kata lain penelitian ini berupaya menggambarkan, menguraikan suatu keadaan yang sedang berlangsung berdasarkan fakta dan informasi yang diperoleh dari lapangan dan kemudian dianalisis berdasarkan variable yang satu dengan yang lainnya sebagai upaya untuk memberikan gambaran tentang “Strategi Komunikasi Organisasi HMI dalam Rekrutmen Anggota baru di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dalam mempertahankan eksistensinya di UIN Sumatera Utara”. (Setiawan, 2018) sebagai organisasi yang memiliki citra positif di kalangan mahasiswa melalui

strategi komunikasi yang digunakan. Sedangkan objek penelitian adalah strategi komunikasi yang digunakan Organisasi HMI untuk membangun citra yang positif di kalangan mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi, termasuk aktivitas-aktivitas komunikasi, media yang digunakan, dan bagaimana strategi komunikasi tersebut mempengaruhi pendekatan yang baik kepada mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi HMI dalam merekrut kaderisasi anggota baru di organisasi HMI untuk membangun citra positif dan memperkuat antara Organisasi HMI dengan mahasiswa lainnya.

Teknik pengumpulan data adalah cara yang ampuh untuk mendapatkan data/fakta yang terjadi pada subjek penelitian untuk memperoleh data yang valid. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui metode observasi, wawancara, dan dokumentasi. Observasi adalah metode yang dilakukan untuk mengamati langsung data yang ada di lapangan seperti dapat mengamati hal-hal yang berhubungan dengan aktivitas-aktivitas yang dilakukan organisasi HMI. Proses selanjutnya adalah wawancara dengan cara meminta informasi secara langsung dari informan, Ruslan Fadli selaku ketua umum komesariat HMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara, Bayu Anggara dan Muthia Ramahdani selaku anggota komesariat HMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Sumatera Utara. Proses analisis yang terakhir yaitu dokumentasi dengan melibatkan pengumpulan dan analisis data yang berasal dari sumber-sumber tertulis seperti, laporan-laporan, publikasi, dan dokumen-dokumen yang berkaitan dengan strategi komunikasi organisasi HMI. Teknik analisis data menggunakan analisis deskriptif yaitu dengan melibatkan pengumpulan dan interpretasi data-data yang diambil dari sumber-sumber seperti dokumentasi, wawancara, dan observasi untuk menggambarkan dan memahami fenomena yang sedang diamati.

Penelitian menggunakan triangulasi data sebagai teknik untuk mengecek keabsahan data. Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain dalam membandingkan hasil wawancara terhadap objek penelitian. Dalam penelitian ini peneliti hanya menggunakan teknik pemeriksaan dengan memanfaatkan sumber. Mulai dari sumber data yang didapat secara langsung seperti wawancara dan observasi hingga yang didapat secara tidak langsung seperti dokumen dan arsip.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam penelitian ini, menggunakan teori utama strategi komunikasi. Terdapat tiga jenis teori utama strategi komunikasi yaitu pull strategy, push strategy, dan profile strategy. Data yang telah di dapat akan dibahas bagaimana strategi komunikasi berdasarkan teori yang sudah dijelaskan oleh (Fill, 2020).

1. Pull Strategy

Pada pull strategy proses strategi komunikasi menekankan keberhasilan dalam menjangkau sebanyak mungkin kelompok sasaran, tujuannya adalah untuk meningkatkan kesadaran dan mengarahkan perilaku masyarakat untuk menghasilkan produk dan bergabung dalam jaringan bisnis atau menjadi konsumen. (Fill, 2020).

Berdasarkan data hasil wawancara yang peneliti tanyakan kepada informan dari pihak organisasi HMI, pull strategy yang diterapkan oleh ketua, dan anggota yaitu dengan Merekrut seseorang ke suatu organisasi dengan melakukan bisnis berdasarkan pertemanan, keluarga atau kerabat secara langsung dan sebagai perantara melalui pesan teks, email atau wa. Merekrut seseorang untuk suatu gerakan atau organisasi dengan cara bertemu langsung (tatap muka) tanpa hubungan sebelumnya dan melalui media seperti brosur atau undangan di lingkungan universitas.

Selain itu, metode atau cara yang digunakan organisasi HMI untuk calon kader baru ialah melakukan diskusi, membuka stand pendaftaran kader, mempererat silaturahmi sesama anggota kader, dan komunikasi nonverbal menggunakan atribut. Setelah calon kader baru terkumpul, panitia memberikan informasi tentang pengenalan maperca kepada mahasiswa yang telah mendaftar sebagai calon anggota. Informasi ini disebarkan melalui pamflet, media sosial dan lainnya. Pada saat mengkomunikasikan informasi kepada mahasiswa pada umumnya, panitia berkomunikasi secara persuasif. Tujuannya adalah agar calon anggota dapat mengikuti kegiatan MAPERCA (Masa Perkenalan Calon Anggota) yang bertujuan untuk memberikan kesempatan kepada calon anggota untuk bertukar pikiran antar calon anggota dan lebih mengenal satu sama lain. Kemudian, kumpulkan calon anggota untuk memberi

mereka petunjuk atau ikhtisar antarmuka sebelum memulai pelatihan lebih lanjut. Informan juga menjelaskan bahwa Maperca merupakan titik awal bagi calon peserta HMI dan memperkenalkan lima materi wajib HMI secara umum dan sebagai HMI sendiri serta di sana menyampaikan maksud dan tujuan HMI.

2. Push Strategy

Pada push strategi proses strategi komunikasi menekankan dalam jaringan kapasitif. Proses komunikasi tidak hanya didasarkan pada penyampaian informasi yang meyakinkan, tetapi juga mampu meningkatkan koordinasi dan partisipasi aktif antar anggota serta integritas seluruh anggota yang terlibat. Strategi ini mengarah pada pelaksanaan kekuasaan yang mendorong loyalitas dan komitmen dari anggota atau utusan. Berdasarkan data hasil wawancara yang peneliti tanyakan kepada informan dari pihak organisasi HMI, push strategy yang diterapkan di organisasi HMI Selanjutnya, Strategi yang digunakan untuk mendorong aktif kader dalam berorganisasi adalah dengan strategi instruksional manajer pelatihan. Pada dasarnya penyelenggaraan tugas dan peran HMI dalam pembentukan SDM yang berkualitas, strategi ini sejalan dengan visi, misi dan tujuan organisasi. Tujuan penerapan strategi pendidikan ini adalah untuk mencapai dan mempertahankan keunggulan kompetitif HMI dalam menjawab kebutuhan organisasi. Strategi ini harus mempromosikan inovasi dan meningkatkan kualitas rekaman. Strategi yang dilakukan antara lain misalnya:

- Strategi pelatihan dan pengembangan

Pelatihan adalah penciptaan lingkungan di mana orang atau anggota dapat memperoleh atau mempelajari sikap, keterampilan, kemampuan, pengetahuan, dan perilaku tertentu yang berkaitan dengan tugas-tugas organisasi. Ada perbedaan yang agak mendasar antara pelatihan dan pengembangan, dimana pelatihan bertujuan untuk membantu orang-orang melakukan tugas-tugas organisasi dengan lebih baik, sedangkan pengembangan lebih berorientasi pada investasi masa depan pada setiap individu. Jadi organisasi HMI melakukan pelatihan dan pengembangan untuk mendorong aktif setiap anggota organisasi HMI untuk saling

membantu sesama baik setiap anggota maupun mahasiswa lainnya.

- Strategi penilaian aktifitas

Untuk melihat perkembangan mutu pembelajaran dari waktu ke waktu diperlukan suatu sistem evaluasi kinerja yang bertanggung jawab dimana evaluasi bersifat objektif dan terukur. Evaluasi yang dilakukan meliputi seluruh kegiatan pembangunan. Setiap anggota memiliki yang namanya penilaian aktifitas hal ini bertujuan untuk setiap anggota saling berpartisipasi dalam kegiatan yang dilakukan oleh organisasi HMI.

- Strategi reward dan punishment

Dalam strategi reward dan punishment setiap anggota organisasi HMI akan mendapatkan jika berperilaku baik dan tidak baik dalam organisasi. Penghargaan dan sanksi yang dapat diberikan adalah hak untuk ikut pelatihan selanjutnya dan atau kegiatan yang sifatnya *profit oriented*, duduk di jabatan struktural BADIKLAT HMI serta larangan untuk ikut. Pemberian kompensasi didasarkan atas penilaian aktifitas terhadap yang bersangkutan.

3. Profile Strategy

Pada profile strategi proses strategi komunikasi menekankan pada mempertahankan image diri organisasi atau perusahaan yang bertujuan untuk menjaga hubungan dengan relasi atau orang baru. (Fill, 2020).

Berdasarkan data hasil wawancara yang peneliti tanyakan kepada informan dari pihak organisasi HMI. Organisasi HMI melalui profile strategi dengan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan interaksi, menyebarkan informasi, meningkatkan kepercayaan dan pesan positif kepada mahasiswa lain. Media sosial melalui publikasi yang digunakan terdapat di Instagram Organisasi HMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi. Jaringan yang kuat antar sesama dalam anggota kelompok mutlak diperlukan dalam menjaga sinergi dan kekompakan. Pada jaringan sosial partisipasi aktif memegang peran yang cukup penting,

karena kerjasama yang ada dalam setiap anggota dapat terjadi karena adanya partisipasi setiap individu-individu anggota atau kader baru.

Jenis program atau kegiatan organisasi HMI yang sering di publikasikan melalui media sosial Instagram yaitu kegiatan maperca, kegiatan silaturahmi sesama anggota HMI, bakti ramadhan, diskusi rutin, aksi solidaritas, pelatihan pengkaderan, dan ucapan hari-hari besar nasional. Jaringan kerja sosial membuat anggota atau mahasiswa lain memiliki akses kepada informasi yang berkaitan tentang organisasi HMI. Untuk membantu mereka dalam konteks pengelolaan sumber daya milik bersama, karena dengan adanya kegiatan-kegiatan yang dilakukan organisasi HMI dapat memudahkan koordinasi dan kerjasama untuk keuntungan yang bersifat timbal balik.

KESIMPULAN

Terdapat tiga jenis teori utama strategi komunikasi yaitu pull strategy, push strategy, dan profile strategy. Berdasarkan hasil penelitian dari ketua Organisasi HMI Komesariat Fakultas Dakwah dan Komunikasi menggunakan tiga jenis teori utama strategi komunikasi. Pada teori pull strategi komunikasi dilakukan secara langsung (face to face) dan komunikasi secara tidak langsung (media). Pada teori push strategi menekankan pada kemampuan kerja setiap anggota organisasi HMI yang dilakukan dengan strategi pelatihan dan pengembangan, strategi penilaian aktivitas, penilaian reward dan punishment. Pada teori profile strategi menekankan pada image diri organisasi dengan membuat sosial media instagram dan menuangkan semua kegiatan yang telah dilakukan ke dalam instagram agar mahasiswa lain mengetahui kegiatan yang dilakukan oleh organisasi HMI Fakultas Dakwah dan Komunikasi.

DAFTAR PUSTAKA

Agussalim Sitompul. 1997. *Pemikiran HMI dan Relevansinya dengan Sejarah Perjuangan*

Bangsa Indonesia. Yogyakarta: Aditya Media

- Arni Muhammad. 2014. *Komunikasi Organisasi*. (Jakarta: Bumi Aksara).
- Assauri, S. 2013. *Strategi Management Edisi 2*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo
- Dr. M. Burhan Bungin. 2009. *Sosiologi komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. (Jakarta: kencana).
- Efendi, O. U. (1999). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Fill, Chris. 2020. *Marketing Communication: interactivity, communities and content*.
London: Pearson Communities and Content.
- Lexy J. Moleong. 2011. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Tarsito.
- Masmuh, Abdullah. 2010. *Komunikasi Organisasi Dalam Perspektif Teori dan Praktek*. Malang: UMM Press.
- R. Wayne Pace dan Don F. Faules. 2006. *Komunikasi Organisasi Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan cet.ke-6* PT Remaja Rosdakarya.
- Rahman, M. F. 2020. *Komunikasi Bagian dari Dawah*.
- Robin, James G. 2007. *Komunikasi Yang Efektif*, Jakarta: UINPress.
- Saleh, Hasanuddin M. 1996. *HMI dan Rekayasa Azas Tunggal*. Yogyakarta: Kelompok Studi Lingkaran.
- Satori. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Sidratahta Mukhtar. 2006. *HMI dan Kekuasaan*. (Jakarta: Prestasi Pustaka).
- Siregar, Efendi M. 2000. *Bagaimana Menjadi Pemimpin Yang Berhasil*, Jakarta.

Soekanto, Soerjono. 2002. *Teori Peranan*. Jakarta: Bumi Aksara.

Suryadi, Edi, M.Si. 2018. *Strategi Komunikasi Analisis Teori dan Praktis di Era Global*.

Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Suryanto. 2015. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia.

T.A Latief Rosyidi. 1985. *Dasar-Dasar Rhetorika Komunikasi dan informasi*, (Medan).

Tirtamiharja, S. 2005. *Mendengarkan adalah Emas (Listening Is Golden)*.
Tangerang: Yaski.

Widharta, W. P., & Sugiharto. 2013. *Penyusunan Strategi dan Sistem Penjualan Dalam Rangka Meningkatkan Penjualan Toko Damai*. Jurnal Manajemen Pemasaran Petra Universitas Kristen Petra.

Wirawan. 2008. *Budaya dan iklim Organisasi*. Jakarta: Salemba Empat.

Z. Heflin Frinces. 2007. *Strategi Memenangkan Perang Bisnis*, (Yogyakarta: Mida Pustaka).