

## **STRATEGI KOMUNIKASI PENGURUS KNPI SULAWESI SELATAN UNTUK MENDORONG PARTISIPASI PROGRAM KEMITRAAN ORGANISASI KEPEMUDAAN**

**ANUGRA NURSAMSAMI, JASMAL A. SYAMSU, MUH. HASRUL**

Bagian Manajemen Kepemimpinan Pemuda, Program Studi Perencanaan dan Pengembangan Wilayah, Fakultas Peternakan, Fakultas Hukum Universitas Hasanuddin

Email: anugrahnughy.an@gmail.com, jasmals@yahoo.com, luluhukum@gmail.com

### ***Abstract:***

*Communication provides tools for making decisions, implementing decisions, receiving feedback, and correcting organizational goals and procedures. This study aims to find a picture of the communication strategy at KNPI South Sulawesi as way of participation of youth and to find out the form of the involvement of youth organizations that gather in KNPI South Sulawesi. The results showed that the organizational communication strategy at KNPI South Sulawesi is to focus on channeling messages both formally and informally and also focused on the motivation and climate of organization communication, which was quite conducive. While for the form of participation of youth organizations that gather in KNPI South Sulawesi, there are only two forms, namely as a committee in a partnership work program with KNPI South Sulawesi or a participatory work program, and as a participant in a partnership program.*

***Keywords:*** Organization KNPI, Communication Strategy. Youth Participation.

### **PENDAHULUAN**

Sebagai manusia, kita tidak dapat hidup sendiri, tentu saja membutuhkan bantuan orang lain dalam mempermudah melakukan kegiatan sehari-hari. Terkadang apa yang diinginkan atau apa yang ingin dicapai mirip dengan orang lain, maka kita akan berkolaborasi dengan orang itu dengan membentuk kelompok atau yang lebih besar lagi disebut organisasi.

Menurut Liver Sheldon organisasi adalah proses penggabungan pekerjaan para individu atau kelompok dengan bakat-bakat yang diperlukan untuk melakukan tugas-tugas sedemikian rupa, memberikan saluran yang terbaik untuk pemakaian efisien, sistematis, positif, dan terkoordinasi dari usaha yang tersedia. Menurut Jhon D. Millet organisasi adalah orang-orang yang berkerja sama dan dengan demikian mengandung ciri-ciri dari hubungan-hubungan manusia yang

---

timbul dalam aktivitas kelompok.<sup>1</sup>

Setiap organisasi yang terbentuk memiliki visi dan misi yang berbeda dengan organisasi lainnya, sehingga menimbulkan persaingan antar organisasi dalam mencapai tujuannya masing-masing. Persaingan antar organisasi saat ini menjadi sebuah tantangan yang wajib dihadapi setiap organisasi baik yang bergerak di bidang profit atau yang mengejar keuntungan materi maupun organisasi yang bergerak di bidang non profit atau yang tidak memfokuskan pada keuntungan materi untuk mempertahankan eksistensi dan kehidupannya. Organisasi yang kalah dalam persaingan adalah organisasi yang lamban dalam merespon situasi lingkungan eksternal dan keadaan internal organisasi.

Pada organisasi yang menjadi titik sentralnya adalah kegiatan sosial atau kegiatan-kegiatan non profit maka sumber modalnya bersumber dari sumber daya manusia. Dimana sumberdaya manusia memiliki andil penting sebagai divisi pemberi bantuan sosial atau pelayanan. Untuk itu, perlu adanya komunikasi yang baik antara anggota organisasi dan pimpinan organisasi harus selalu ditingkatkan melalui persamaan dan penyetaraan mutu dan misi bersama menjadi media yang tepat dan akan menciptakan iklim yang kondusif dalam lingkungan organisasi.<sup>2</sup> Komunikasi adalah proses yang menggambarkan siapa mengatakan apa dengan cara apa, kepada siapa dengan efek apa.

Komunikasi dalam organisasi khususnya mempunyai hubungan dengan satu atau lebih dimensi-dimensi struktur organisasi (misalnya peranan, status, kompleksitas teknologi, pola-pola otoritas, dan sebagainya). Komunikasi dengan luar organisasi (*external communication*) adalah pertukaran pesan (*message*) antara organisasi atau masuknya arus informasi dari luar lingkungan kedalam organisasi<sup>3</sup>. Setiap langkah dalam manajemen dan pengoperasian suatu organisasi sangat tergantung pada komunikasi. Komunikasi menyentuh semua aspek

---

<sup>1</sup> Sutarto. (1991). *Dasar-dasar kepemimpinan administrasi*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta. Hlm: 22-23

<sup>2</sup> Muhammad A. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.

<sup>3</sup> Suprpto T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. CAPS, Yogyakarta.

kehidupan masyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi<sup>4</sup>.

Komite Nasional Pemuda Indonesia Sulawesi Selatan atau lebih populer dengan singkatan KNPI Sulawesi Selatan merupakan organisasi yang menghimpun pemuda Indonesia pada umumnya dan pemuda Sulawesi Selatan pada khususnya yang dituntut untuk mengembangkan sikap-sikap kepemudaan yang kritis dan progresif. Anggota-anggota KNPI Sulawesi Selatan adalah pemuda-pemuda terbaik dari berbagai organisasi kepemudaan yang ada di Sulawesi Selatan. Pemuda dijadikan sebagai tumpuan masa depan bangsa, bahkan pemuda dianggap sebagai miniatur masa depan<sup>5</sup>. Dalam pelaksanaan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh KNPI Sulawesi Selatan tidak bisa dilepaskan dari berbagai organisasi kepemudaan yang berada di bawah naungan atau yang berhimpun langsung dengan KNPI Sulawesi Selatan.

Untuk itu, perlu adanya strategi komunikasi khusus yang dilakukan sehingga organisasi-organisasi kepemudaan yang berhimpun langsung dengan KNPI Sulawesi Selatan, bisa terlibat dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh KNPI Sulawesi Selatan. Ada 64 organisasi kepemudaan di Sulawesi Selatan yang berhimpun langsung dengan KNPI Sulawesi Selatan. Dalam berbagai kegiatan yang dilaksanakan oleh KNPI Sulawesi Selatan tidak bisa dilepaskan dari peran partisipasi organisasi kepemudaan yang berada di bawah naungannya. Partisipasi yang menggunakan *input* pekerja dalam hal ini para anggota organisasi merupakan proses untuk meningkatkan komitmen mereka terhadap kesuksesan organisasi<sup>6</sup>.

Partisipasi dari organisasi kepemudaan terhadap kegiatan-kegiatan KNPI Sulawesi Selatan masih bersifat fluktuatif. Partisipan dari anggota organisasi kepemudaan kadang tinggi kadang melemah. Partisipasi berbagai organisasi kepemudaan dalam KNPI tentu saja sangat penting akan tetapi terkadang untuk menyatukan atau menghilangkan ego setiap organisasi yang tergabung dalam

---

<sup>4</sup> Arifin A. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.

<sup>5</sup> Setiawan J. (2016). *Nasional Retorika Gombal*. Kompas Gramedia, Jakarta.

<sup>6</sup> Robbins & Judge. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat, Jakarta. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.

---

KNPI sangat sulit salah satunya yaitu perbedaan pendapat antara anggota organisasi pemuda satu dengan yang lainnya. Hal ini berdampak pada keikutsertaan mereka dalam kegiatan yang dilaksanakan oleh KNPI Sulawesi Selatan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana gambaran strategi komunikasi organisasi pada KNPI Sulawesi Selatan dalam mendorong partisipasi organisasi kepemudaan. Serta untuk mengetahui bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun di dalam KNPI Sulawesi Selatan.<sup>7</sup> Komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan-hubungan hierarki antara satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan.

## **PEMBAHASAN**

### **Strategi Komunikasi Organisasi Komite Nasional Pemuda Indonesia Sulawesi Selatan untuk Mendorong Partisipasi Organisasi Kepemudaan**

Komunikasi merupakan hal yang mengikat kesatuan organisasi. Dimana komunikasi membantu anggota-anggota organisasi mencapai tujuan individu dan juga organisasi, merespon dan mengimplementasi perubahan organisasi, mengoordinasikan aktivitas organisasi, dan ikut memainkan peran dalam hampir semua tindakan organisasi berkomunikasi dengan baik tidaklah mudah. Dalam sebuah organisasi yang tujuan dasar bukan untuk mencari profit, sangatlah penting memerhatikan strategi-strategi komunikasi guna mencapai tujuan yang diharapkan organisasi.

Motivasi kerja dalam sebuah organisasi merupakan hasil dari interaksi yang terjadi antara organisasi dengan situasi, tentu saja setiap anggota dalam suatu

---

<sup>7</sup> Pace R W & Faules D F. (2006). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.

organisasi memiliki dorongan motivasional yang berbeda-beda.<sup>8</sup> Motivasi adalah proses yang menjelaskan arah, ketekunan dan intensitas seseorang individu untuk mencapai tujuan.

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, dengan melakukan wawancara langsung bersama organisasi-organisasi kepemudaan yang berhimpun dengan KNPI Sulawesi Selatan, motivasi yang dilakukan oleh pihak pimpinan maupun KNPI sudah sangat memuaskan. Berdasarkan teori hirarki kebutuhan, di mana dalam teori tersebut dijelaskan lima aspek yaitu, fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Kesemua aspek tersebut telah terpenuhi.

Iklm komunikasi organisasi yang dibangun oleh KNPI Sulawesi Selatan sangat kondusif. Denis Goldhaber menjelaskan iklim komunikasi organisasi adalah kualitas pengalaman subyektif dari lingkungan organisasi, lingkungan internal organisasi yang berisi persepsi anggota terhadap informasi dan kaitannya dengan kejadian organisasi.

Iklm komunikasi organisasi yang kondusif yang didorong dengan penyebaran pesan yang dilakukan KNPI Sulawesi Selatan membuat arus informasi dapat tersalurkan dengan cepat dan tepat kepada organisasi-organisasi kepemudaan yang berhimpun di dalamnya. Penyebaran pesan yang dilakukan oleh KNPI Sulawesi Selatan berbentuk formal dan non formal, seperti rapat internal dan pertemuan dengan mitra.

Hal ini digambarkan di dalam pokok-pokok program prioritas KNPI Sulawesi Selatan selama satu masa bakti kepengurusan yang disusun secara sistematis, terpadu, terarah dan menyeluruh. Sebagai penguatan strategi program KNPI Sulawesi Selatan salah satu poin utamanya adalah pemantapan dan peningkatan kualitas komunikasi. Strategi komunikasi yang dimaksudkan sebagai sarana untuk:

1. Mengembangkan gagasan baru yang dilandasi nilai-nilai perjuangan bangsa melalui pengembangan peran KNPI sebagai wadah berhimpun OKP dan wadah pemersatu serta mempererat komponen pemuda Indonesia;

---

<sup>8</sup> Robbins & Judge. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat, Jakarta. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.

2. Menciptakan kondisi yang dialogis dalam rangka memecahkan masalah-masalah kepemudaan pada umumnya dan masalah yang dihadapi OKP pada khususnya;
3. Menanggapi secara kritis dan konstruktif masalah-masalah yang berkembang di tengah masyarakat;
4. Memantapkan komitmen kebersamaan yang dinamis, kesetiakawanan dan saling menghormati di antara generasi muda yang berhimpun dalam wadah KNPI untuk membangun persatuan dan kesatuan;
5. Menjalin komunikasi intensif dengan organisasi kepemudaan dan lembaga internasional lainnya.
6. Pemanjapan dan peningkatan kualitas komunikasi terjalin dalam pola hubungan;
  - a. Komunikasi internal KNPI;
  - b. Komunikasi antara KNPI dengan OKP yang berhimpun didalamnya;
  - c. Komunikasi KNPI dengan pemerintah dalam rangka melaksanakan program;
  - d. Kemitraan dalam berbagai bentuk kerjasama yang konstruktif;
  - e. Komunikasi antara KNPI dengan organisasi kepemudaan lainnya;
  - f. Komunikasi antara KNPI dengan organisasi kemasyarakatan;
  - g. Komunikasi antara KNPI dengan LSM dan organisasi non pemerintah;
  - h. Komunikasi antara KNPI dengan lembaga lain di dalam dan luar negeri;
  - i. Komunikasi antara KNPI dengan lembaga-lembaga politik.

Sebagai kesimpulan bahwa tanggung jawab perencanaan strategi program komunikasi KNPI Sulawesi Selatan, terhadap organisasi kepemudaan adalah sebagai bagian dari komponen ekosistem sebuah komunikasi melalui dialektika jalinan fungsionalnya akan menciptakan relasi antara organisasi kepemudaan di Sulawesi Selatan. Untuk itulah sangat diharapkan KNPI Sulawesi Selatan dapat mengemban peran fungsinya secara maksimal sebagai wadah pemersatu dan laboratorium kader dan organisasi kepemudaan di Sulawesi Selatan.

### **Bentuk Partisipasi Organisasi Kepemudaan yang Berhimpun dalam Komite Nasional Pemuda Indonesia Sulawesi Selatan**

Salah satu tolak ukur keberhasilan sebuah program yang dilaksanakan dapat dilihat dari tingginya partisipasi baik anggota maupun OKP yang berhimpun langsung dalam tubuh organisasi yang ikut dalam kegiatan atau program kerja yang dilaksanakan.

Bentuk-bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun dalam KNPI Sulawesi Selatan diwujudkan dalam ruang lingkup program kerja yang dilaksanakan. Program rutin adalah program yang sifatnya rutinitas dilakukan oleh KNPI sepanjang kepengurusannya. Termasuk dalam kategori program rutin yaitu, rapat harian, rapat pleno DPD KNPI Sulawesi Selatan, rapat kerja daerah, musyawarah daerah/kota DPK KNPI, rapat kerja kecamatan DPK KNPI se-Sulawesi Selatan.

Program mandiri adalah program yang sifatnya dilakukan secara mandiri oleh kelembagaan KNPI tanpa keterlibatan dan dukungan kelembagaan lainnya meskipun ruang lingkup internal maupun melibatkan kelembagaan lain sebagai partisipasi. Adapun yang menjadi program mandiri adalah membuat atribut pengurus DPD KNPI Sulawesi Selatan, membuat atribut OKP, membuat PDH DPD KNPI Sulawesi Selatan, penerbitan SK OKP dan DPK se-Sulawesi Selatan, pembuatan papan kerja kepengurusan.

Program kemitraan adalah program yang sifatnya dilakukan secara kerja sama timbal balik antara kelembagaan KNPI dengan kelembagaan lainnya, yang masuk dalam kategori program kemitraan adalah safari organisasi KNPI Sulawesi Selatan ke DPK dan OKP, membuat pelatihan keprotokoleran dan kesekretariatan, dialog tahunan, membuat pelatihan manajemen organisasi. Pada program kemitraan, bentuk partisipasi OKP bisa sebagai panitia maupun peserta.

Program partisipasi adalah program yang sifatnya dilaksanakan oleh kelembagaan lainnya dengan melibatkan kelembagaan KNPI. Pada program partisipasi, bentuk partisipasi OKP sebagai panitia. Program yang dilaksanakan sepenuhnya merupakan program kerja dari OKP yang bersangkutan.

Penelitian ini, memperlihatkan beberapa hal, berdasarkan hasil data dan wawancara dengan informan penelitian menunjukkan strategi komunikasi

organisasi pada KNPI Sulawesi Selatan lebih menekankan pada tingginya motivasi. Motivasi kerja merupakan hasil dari interaksi antara anggota organisasi dengan situasi, tentu saja setiap anggota dalam sebuah organisasi memiliki dorongan motivasional yang berbeda-beda.

Berdasarkan teori hirarki kebutuhan Maslow terdapat lima aspek, yaitu fisiologis, rasa aman, sosial, penghargaan, dan aktualisasi diri. Fisiologis berhubungan dengan kebutuhan mendasar manusia, seperti pemberian materi, di mana organisasi non profit seperti KNPI Sulawesi Selatan tidak memberikan materi dalam bentuk uang kepada anggotanya melainkan dalam bentuk pemahaman-pemahaman seputar keorganisasian.

Kebutuhan rasa aman, menunjukkan anggota organisasi merasa sangat aman dalam bekerja di lingkup organisasi mereka. Kebutuhan sosial terlihat dari adanya saling membantu antar anggota organisasi ketika terjadi masalah, selain itu keahlian anggota organisasi dalam pekerjaan dihargai dan diakui oleh sesama rekan kerja dalam hal ini para anggota.

Kebutuhan penghargaan terlihat dari anggota organisasi cukup sering mendapatkan penghargaan karena prestasi kerja di organisasinya. Dan kebutuhan terakhir yaitu kebutuhan aktualisasi diri terlihat pimpinan selalu memberikan dorongan kepada anggotanya untuk selalu mengembangkan kemampuan dan keterampilan yang dimiliki.

Iklim komunikasi organisasi juga memegang peranan penting sebagai strategi komunikasi organisasi KNPI Sulawesi Selatan dalam meningkatkan partisipasi anggotanya. Iklim komunikasi merupakan aspek penting dalam pengembangan organisasi, karena iklim komunikasi mengatur hubungan antara anggota yang terjadi dalam organisasi, sikap anggota terhadap organisasi.<sup>9</sup> Iklim komunikasi itu lebih penting dari pada keterampilan atau teknik komunikasi yang dilakukan oleh anggota organisasi yang bertujuan membuat organisasi menjadi efektif.

---

<sup>9</sup> Pace R W & Faules D F. (2006). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.

Selain motivasi dan iklim komunikasi, strategi yang diterapkan oleh KNPI dalam meningkatkan jumlah partisipasi OKP-OKP yang berhimpun didalamnya yaitu, pada penyebaran pesan yang dilakukan, pesan merupakan sesuatu yang ingin disampaikan oleh komunikator kepada komunikan. Penyebaran pesan yang dilakukan oleh KNPI Sulawesi Selatan dalam bentuk formal dan penyebaran pesan dalam bentuk nonformal.

Untuk bentuk partisipasi OKP yang berhimpun dalam KNPI Sulawesi Selatan ada dua (2) yaitu sebagai peserta dan juga sebagai panitia.

### **SIMPULAN**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi organisasi pada KNPI Sulawesi Selatan selain menitikberatkan pada penyaluran pesan, juga menitikberatkan pada motivasi dan iklim komunikasi organisasi yang cukup kondusif. Dalam organisasi KNPI Sulawesi Selatan selalu membuka akses kepada anggota maupun OKP yang berhimpun untuk bisa berkomunikasi secara langsung. Bentuk partisipasi organisasi kepemudaan yang berhimpun di dalam KNPI Sulawesi Selatan yaitu sebagai panitia dalam program kerja kemitraan dengan KNPI Sulawesi Selatan ataupun program kerja partisipasi, dan sebagai peserta dalam program kemitraan. Melihat iklim komunikasi yang terbangun dalam KNPI Sulawesi Selatan sudah cukup kondusif, untuk itu peneliti sarankan bahwa komunikasi perlu dipertahankan dan ditingkatkan lagi dengan tetap membangun komunikasi yang lebih terbuka dan demokratis.

### **DAFTAR PUSTAKA**

- Arifin A. (2006). *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta.
- Kriyantono R. (2007). *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana Prenada Media Group, Jakarta.
- Muhammad A. (2008). *Komunikasi Organisasi*. Bumi Aksara, Jakarta.

- Nimmo D. (2001). *Komunikasi Politik Khalayak dan Efek*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung.
- Pace R W & Faules D F. (2006). *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya, Bandung. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.
- Pace R W & Faules D F. (2013). *Komunikasi Organisasi*. PT. Remaja Rosdakarya, Bandung. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.
- Robbins & Judge. (2015). *Perilaku Organisasi*. Salemba Empat, Jakarta. *Diterjemahkan Toem Topatmasang*.
- Ruslan R. (2008). *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. PT Raja Grafindo, Jakarta.
- Sarwono J. (2006). *Metodologi Penelitian Kuantitatif & Kualitatif*. Graha Ilmu, Yogyakarta.
- Setiawan J. (2016). *Nasional Retorika Gombal*. Kompas Gramedia, Jakarta.
- Suprpto T. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi dan Peran Manajemen Dalam Komunikasi*. CAPS, Yogyakarta.
- Sutarto. (1991). *Dasar-dasar kepemimpinan administrasi*. Gajah Mada University Press. Yogyakarta.