

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI PENGURUS
PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTERI
NAHDLATUL ULAMA (PP IPPNU) MASA BAKTI 2018-2021
DALAM MENGEMBANGKAN ORGANISASI**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto untuk
memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana sosial
(S.Sos).**

IAIN PURWOKERTO

Oleh :

DISYE MAULIDIANA MILLATI

NIM. 1617102009

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI
PURWOKERTO
2021**

**Strategi Komunikasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar
Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam
Mengembangkan Organisasi**

**Disye Maulidiana Millati
1617102009**

disyemaulidiana24@gmail.com

Jurusan S1 Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah dan Komunikasi
Institut Agama Islam Negeri Purwokerto

ABSTRAK

Mengembangkan organisasi juga merupakan kewajiban bagi setiap organisasi, begitu pula pada pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) yang mempunyai kewajiban mengembangkan organisasi. Komunikasi dalam organisasi tentunya dapat menjadi sarana yang tepat guna menciptakan interaksi antar individu yang lainnya pada organisasi. Oleh sebab itu, tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi organisasi pengurus PP IPPNU masa bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi. Pada penelitian ini peneliti menggunakan strategi komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dengan menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif dan jenis penelitian lapangan (*field research*), yakni metode observasi, wawancara dan dokumentasi. Kemudian peneliti menganalisis data dengan metode reduksi, penyajian data, dan verifikasi (kesimpulan) agar dapat memperoleh data yang diharapkan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang menggunakan teori Onong Uchjana Effendy yang dilakukan oleh pengurus PP IPPNU Masa bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi menggunakan komunikasi tatap muka dan komunikasi bermedia. Pada komunikasi tatap muka terdiri dari tahapan stratehi yaitu tahap penelitian, perencanaan, pelaksanaan dan evaluasi. Komunikasi tatap muka meliputi Pelantikan Pengurus, Rapat Kerja, Konferensi Besar dan juga Kongres. Adapun komunikasi bermedia dilakukan dengan pemanfaatan media sosial *facebook, instagram, twitter, youtube, whatsapp*, dan *website*.

Untuk mengembangkan organisasi, PP IPPNU melakukan analisis SWOT yang terdiri dari (*Strengths*) kekuatan, (*Weaknesses*) kelemahan, (*Opportunities*) peluang, dan juga (*Threats*) ancaman sebelum dilaksanakannya pelantikan pengurus dan penyusunan program kerja selama satu periode. Sehingga saat menyusun program kerja sudah mengetahui akan bagaimana arah gerak IPPNU itu sendiri. Selain itu PP IPPNU selalu melibatkan pengurus dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan organisasi, menganalisis data dan merencanakan pemecahan berdasarkan analisis tersebut. Dalam hal ini, usaha pengembangan organisasi yang dilakukan PP IPPNU meliputi (*survey feedback*) yakni metode yang melibatkan survei atas sikap-sikap pengurus, (*sensitivity training*) yakni metode untuk meningkatkan wawasan pegawai mengenai perilaku mereka sendiri melalui diskusi terbuka dalam kelompok, dan (*team building*) yakni upaya untuk mengetahui bagaimana pengurus PP IPPNU berpikir tentang fungsi departemen, dan apa kendala dalam upaya memperbaiki *perfomance* masing-masing departemen.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, PP IPPNU, Pengembangan Organisasi

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....	iv
ABSTRAK	v
MOTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
KATA PENGANTAR.....	viii
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Penegasan Istilah	5
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan Penelitian.....	8
E. Manfaat Penelitian.....	8
F. Telaah Pustaka.....	9
G. Sistematika Pembahasan	12
BAB II LANDASAN TEORI.....	14
A. Strategi Komunikasi	14
1. Pengertian Strategi Komunikasi	14
2. Tujuan Strategi Komunikasi.....	15
3. Tahapan Strategi Komunikasi	16
4. Komponen Strategi Komunikasi	17
5. Strategi Komunikai Yang Efektif.....	20
B. Pengertian Komunikasi Organisasi	28
1. Pengertian Komunikasi Organisasi	28
2. Pengertian Dan Fungsi Komunikasi Organisasi.....	29
3. Bentuk-bentuk Komunikasi	33

BAB III	METODE PENELITIAN	39
	A. Jenis, Metode Dan Pendekatan Penelitian.....	39
	B. Sumber Data	40
	C. Metode Pengumpulan Data	40
	D. Analisis Data	41
BAB IV	PENYAJIAN DAN ANALISIS	42
	A. Profil PP IPPNU.....	42
	1. Visi dan Misi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama..	42
	2. Sifat dan Fungsi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama	42.
	3. Arti Lambang Organisasi	43
	4. Karakter Dasar IPPNU	44
	5. Susunan Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU).....	44
	6. Program Kerja Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU).....	50
	B. Analisis Strategi Komunikasi	61
	C. Pengembangan organisasi yang dilakukan oleh para pengurus PP IPPNU	76
BAB V	PENUTUP	80
	A. Kesimpulan	80
	B. Saran	

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR GAMBAR

- Gambar 1.1 Scan SK PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021
- Gambar 1.2 Program Kerja PP IPPNU Masa Bakti 2019 – 2021
- Gambar 1.3 Biodata Narasumber, Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi (Rekanita Nurul Hidayati)
- Gambar 1.4 Biodata Narasumber, Sekretaris Umum PP IPPNU (Rekanita Nafisatul Husniah)
- Gambar 1.5 Biodata Narasumber, Koordinator Departemen Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi (Rekanita Darojatur Rofiah)
- Gambar 1.6 Wawancara Narasumber, Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi (Rekanita Nurul Hidayati)
- Gambar 1.7 Wawancara Narasumber, Sekretaris Umum PP IPPNU (Rekanita Nafisatul Husniah)
- Gambar 1.8 Wawancara Narasumber, Koordinator Departemen Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi (PKPT) PP IPPNU (Rekanita Darojatur Rofiah)
- Gambar 1.9 Contoh Surat PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021
- Gambar 2.1 Media sosial *Facebook* PP IPPNU
- Gambar 2.2 Media sosial *Instagram* PP IPPNU
- Gambar 2.3 Media sosial *Twitter* PP IPPNU
- Gambar 2.4 Media sosial *Youtube* PP IPPNU
- Gambar 2.5 *Website* PP IPPNU
- Gambar 2.6 *Whastapp Group* PP IPPNU

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan syarat hidup manusia. Kehidupan manusia akan hampa dan sunyi tanpa adanya komunikasi. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain, tidak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi.

Nasution mengatakan bahwa setiap kegiatan manusia, baik aktifitas sehari-hari, organisasi, lembaga dan lain sebagainya tidak akan terlepas dari komunikasi. Sehingga dapat dipastikan ketika manusia hidup dimanapun berada, baik sebagai individu maupun sebagai anggota masyarakat akan selalu berkomunikasi, mengapa demikian? Karena komunikasi merupakan kebutuhan hidup manusia. Tidak mungkin seseorang dapat menjalani kehidupannya tanpa berkomunikasi, disisi lain komunikasi juga menjadi unsur penting yang dapat membentuk dan memungkinkan berlangsungnya suatu masyarakat.¹

Begitu pentingnya komunikasi, sehingga menjadi alat interaksi antara manusia dengan individu lainnya untuk memenuhi kebutuhan informasi baik dari dalam atau dari luar lingkungannya. Komunikasi adalah hal yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia. Sama halnya pada sebuah organisasi, dengan adanya komunikasi yang baik maka organisasi dapat berjalan lancar untuk mencapai tujuan. Begitu pula sebaliknya, apabila komunikasi dalam organisasi tidak berjalan dengan baik maka organisasi akan bermasalah. Untuk itu, komunikasi organisasi perlu mendapat perhatian untuk dipelajari dan dipahami oleh setiap orang yang terlibat didalamnya. Sebab, komunikasi yang efektiflah yang dapat menjamin tercapainya tujuan-tujuan organisasi. Namun tidak hanya itu, komunikasi yang efektif pada dasarnya menentukan keberhasilan seseorang dimanapun ia berada. Pada dasarnya tujuan dalam

¹Zulkarnain Nasution, *Sosiologi Komunikasi Massa*, (Jakarta : Universitas Terbuka, 1993), Hlm 2.

dunia organisasi adalah memperbaiki organisasi atau biasa ditafsirkan memperbaiki hal-hal untuk mencapai tujuan manajemen, dengan kata lain orang-orang yang terlibat dalam organisasi akan mempelajari komunikasi organisasi untuk menjadi yang lebih baik. Oleh sebab itu, penulis memandang sangat penting untuk mengkaji komunikasi organisasi sebagai landasan kuat bagi pengembangan sumber daya manusia melalui pengkaderan dalam menjalankan roda organisasi.

Negara Kesatuan Republik Indonesia (NKRI) merupakan Negara yang kaya akan suku, budaya dan agama. Tentu banyak perbedaan yang harus diselaraskan demi perdamaian Negara Indonesia. Selain suku, budaya dan agama, organisasi masyarakat berbasis Islam ikut serta mewarnai perbedaan yang ada di Indonesia seperti halnya Muhammadiyah dan Nahdlatul Ulama (NU). NU adalah jamaah yang didirikan oleh para Kiai dan Pengasuh Pondok Pesantren. NU mempunyai beberapa badan otonom di dalam organisasinya, diantaranya Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU) dan Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (IPPNU). IPNU merupakan organisasi pelajar NU yang dikhususkan untuk para pelajar dan remaja putera, sedangkan IPPNU merupakan organisasi pelajar puteri yang mewadahi pelajar dan remaja puteri NU, kedua organisasi tersebut mengkader anggotanya untuk menjadi generasi penerus Nahdlatul Ulama yang mengerti akan paham *Ahlu Sunnah Wa al-Jama'ah*. IPPNU didirikan di Malang pada tanggal 02 Maret 1955 oleh ibu Nyai Hj. Umroh Mahfudzoh. Menurutnya sangat perlu adanya wadah untuk para pelajar dan remaja puteri di kalangan *Nahdliyat*.

Pada awal didirikannya, IPPNU berada dibawah naungan lembaga pendidikan Ma'arif, namun pada tahun 1966 melalui kongresnya di Surabaya, IPPNU berdiri sendiri sebagai salah satu Badan Otonom NU. Struktur kepengurusan IPPNU mulai dari yang paling atas ada Pimpinan Pusat (PP), Pimpinan Wilayah (PW) di tingkat provinsi, Pimpinan Cabang (PC) di tingkat kabupaten/ kota, Pimpinan Anak Cabang (PAC) di tingkat kecamatan,

dan Pimpinan Ranting (PR) di tingkat desa/kelurahan, serta khusus untuk pondok pesantren, dan sekolah di namakan Komisariat.²

Sejak didirikannya pada tahun 1955, IPPNU mengalami banyak polemik dalam mengartikan singkatan dari IPPNU itu sendiri. Tahun 1988 mengikuti perkembangan pesatnya zaman, organisasi IPPNU berubah menjadi Ikatan Putri – Putri Nahdlatul Ulama. Hal ini menjadi sasaran dari IPPNU tidak lagi pelajar putri, melainkan semua putri NU. Namun perubahan ini telah disalah artikan menjadi gerakan bebas yang merembet pada politik praktis sehingga basis awal yang harus diperjuangkan menjadi terbengkalai dan visi intelektual yang menjadi ghirah perjuangan IPPNU menjadi pudar.³

Tahun 2003 organisasi IPPNU kembali pada basis awal, yaitu pelajar putri dengan mengubah kembali akronimnya menjadi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama. Akan tetapi, intepretasi pelajar pada tahun 2003 berbeda dengan pelajar putri yang di maksud pada tahun 1955. Pelajar putri yang dimaksud pada tahun 2003 diartikan sebagai komunitas generasi muda yang mengawal visi intelektual kepelajaran yang memiliki fase usia 12-30 tahun. Kebijakan ini sudah memasuki periode ketiga dalam kepengurusan PP IPPNU sejak tahun 2003 sampai dengan tahun 2009, namun bentuk realisasi dan konsolidasi yang dilakukan belum maksimal maka dalam forum Rapat Kerja Nasional (RAKERNAS) IPPNU tahun 2010 merekomendasikan usia untuk anggota IPPNU maksimal adalah 27 tahun dan difokuskan pada pelajar dan santri.⁴

Melihat begitu luasnya keberadaan organisasi di IPPNU maka mengembangkan organisasi pada era digital saat ini sangat penting untuk diperhatikan terutama pada pengurus pimpinan pusat IPPNU masa bakti 2018-2021 yang dipimpin oleh Rekanita Nurul Hidayatul Ummah. Langkah-

²Sejarah Singkat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (IPPNU), <http://www.ippnu.org/index.php/profil/sejarah-pendirian-ippnu>. (Diakses pada hari minggu tanggal 08 desember 2019, pukul 21.39).

³Sejarah Pendirian IPPNU, <https://ippnu.or.id/sejarah-pendirian-ippnu/>. (Di akses pada hari Minngu, tanggal 20 Juni 2021 Pukul 22.30).

⁴Sejarah Pendirian IPPNU, <https://ippnu.or.id/sejarah-pendirian-ippnu/>. (Di akses pada hari Minngu, tanggal 20 Juni 2021 Pukul 22.40).

langkah yang akan dicapai yaitu dengan mengikuti perkembangan teknologi dan keadaan eksternal yang mempengaruhi pencapaian tujuan dalam suatu organisasi. Pada proses mengembangkan organisasi seringkali ditemukan gagasan atau ide baru yang dapat digunakan sebagai strategi ampuh untuk memajukan organisasi sehingga organisasi dapat berjalan secara efektif dan efisien mengikuti perkembangan zaman dan sangat mudah dijangkau dan diikuti oleh seluruh kader dan anggota IPPNU se-Indonesia. Dari pemaparan di atas dapat terlihat bahwa IPPNU merupakan organisasi yang sangat memberikan perhatian dalam hal pengembangan organisasinya. Berangkat dari latar belakang tersebut, perlu dilakukan kajian lebih lanjut dan mendalam. Atas dasar pemikiran di atas, penulis melakukan penelitian dengan judul Strategi Komunikasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam Mengembangkan Organisasi.

Permasalahan yang seringkali terjadi pada organisasi IPPNU yaitu komunikasi yang kurang efektif. Kurang intensnya komunikasi antara ketua organisasi dengan anggota atau kadernya juga menyebabkan memudarnya *ghirroh* atau semangat berorganisasi. Selama ini yang menjalankan organisasi hanya sebagian pengurus, sedangkan yang lain kurang aktif yang menyebabkan jalannya organisasi menjadi tersendat. Masalah tersebut semakin terasa menjelang akhir masa jabatan pengurus yang menyebabkan sedikitnya pengurus yang hadir saat konferensi dalam rangka laporan pertanggung jawaban organisasi. Padahal konferensi menjadi memori terakhir kepengurusan yang bisa menjadi teladan bagi pengurus selanjutnya.

Nahdlatul Ulama merupakan organisasi yang mayoritas pengikutnya adalah masyarakat menengah ke bawah, dimana kebanyakan para pengikutnya merupakan masyarakat yang berada di pelosok penjuru negeri. Hal ini menjadi tantangan tersendiri bagi seluruh organisasi yang berada di naungan NU untuk dapat berkembang mengikuti zaman, sehingga para pengikutnya pun dapat mengikuti perkembangan zaman modern. Seperti halnya IPPNU yang merupakan badan otonom NU, IPPNU harus bisa mengikuti perkembangan

zaman yang ada, perubahan yang signifikan dan terstruktur harus dilakukan oleh organisasi IPPNU khususnya pada Pimpinan Pusat IPPNU yang nantinya akan ditiru oleh IPPNU seluruh Indonesia.

Tantangan lain juga datang dari pengurus PP IPPNU itu sendiri yang merupakan organisasi di tingkatan tertinggi, sehingga para pengurus PP IPPNU merupakan delegasi dari berbagai daerah di Indonesia yang menyebabkan tidak sedikit dari mereka masih membawa budaya dan karakteristik daerah masing-masing. Hal ini menyebabkan terjadinya salah satu contoh permasalahan yang dapat menghambat kinerja organisasi. Untuk itu, adanya strategi komunikasi yang efektif akan membantu pengurus PP IPPNU untuk membenahi permasalahan yang ada pada organisasi.

B. Penegasan Istilah

1. Strategi

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), Strategi adalah rencana yang cermat mengenai kegiatan untuk mencapai sasaran khusus. Strategi komunikasi merupakan sesuatu yang patut dikerjakan demi kelancaran komunikasi.⁵

Menurut pandangan Thompson dan Strickland dalam Yeni Rosilawati, strategi merupakan kombinasi dari perencanaan dan tindakan yang adaptif. Beberapa hal yang perlu diperhatikan untuk membuat strategi di antaranya yaitu mengembangkan aturan main, strategi yang diharapkan adalah sesuatu yang dilakukan oleh seorang manajer dapat membentuk (*shape*) dan membentuk kembali (*re-shape*) pada saat peristiwa terjadi baik di dalam ataupun di luar organisasi. Dalam penelitiannya, Yeni juga mengemukakan pendapat Schemerhorn yang menjelaskan bahwa strategi merupakan suatu perencanaan kegiatan komprehensif yang menentukan petunjuk dan pengarahannya yang kritis

⁵<https://kbbi.web.id/strategi> diambil pada hari Selasa, 10 Desember 2019.

terhadap pengalokasian sumberdaya untuk mencapai sasaran jangka panjang pada organisasi.⁶

2. Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn dalam Khomsarial Romli mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.⁷ Dalam bukunya, Romli juga mengutip pendapat Kadz dan Kahn yang menurutnya komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi.⁸

Komunikasi dalam organisasi dapat terjadi dalam bentuk kata – kata yang tertulis atau yang diucapkan, atau simbol–simbol yang menghasilkan perubahan tingkah laku dalam organisasi, baik antara manajer dengan karyawan yang terlibat dalam pemberian atau pertukaran informasi.⁹

Secara spesifik aktivitas komunikasi organisasi ada tiga hal yaitu:

- a. *Operasional – Internal*, yakni menyusun komunikasi yang dijalankan pada sebuah organisasi untuk mencapai tujuan kerja.
- b. *Operasional – Eksternal*, yakni struktur komunikasi organisasi yang berkonsentrasi pada pencapaian tujuan kerja yang dilakukan oleh orang – orang di luar organisasi.
- c. *Personal*, yaitu semua hal terkait perubahan informasi dan perasaan yang dirasakan oleh manusia yang berlangsung kapan saja.¹⁰

⁶Yeni Rosilawati, *Employee Branding sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 3, September-Desember 2008,(Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah yogyakarta) Hlm 155-156.

⁷Khomsarial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*,(Jakarta : PT. Grasindo, anggota Ikapi, 2022), Hlm 11.

⁸Khomsarial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*,(Jakarta : PT. Grasindo, anggota Ikapi, 2022), Hlm 12.

⁹Arif Sehfudin, *Pengaruh gaya Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, Skripsi, (Semarang : Fakultas Ekonomi Uvirsitas Diponogoro Semarang, 2011), Hlm 22.

¹⁰Arif Sehfudin, *Pengaruh gaya Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*, Skripsi, (Semarang : Fakultas Ekonomi Uvirsitas Diponogoro Semarang, 2011), Hlm. 22.

3. Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (IPPNU)

Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (IPPNU) didirikan pada tanggal 8 Rajab 1374 H bertepatan dengan tanggal 2 Maret 1955 M di Solo, Jawa Tengah. Salah seorang pendirinya adalah ibu Nyai Hj. Umroh Mahfudzah. Pada saat berdirinya, IPPNU bernaung di bawah LP Ma'arif. Namun sejak kongresnya di Surabaya tahun 1996, IPPNU berdiri sendiri sebagai salah satu badan otonom NU. Pada awal berdirinya, IPPNU merupakan kepanjangan dari Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama. Namun saat kongres ke-9 di Jombang Jawa Timur pada tanggal 29-31 Januari Tahun 1988, kepanjangan IPPNU berganti menjadi Ikatan Pelajar Puteri-Puteri Nahdlatul Ulama. Hal ini dikarenakan harus menyesuaikan diri dengan Undang – Undang Nomor 8 Tahun 1985 tentang keormasan yang melarang adanya organisasi pelajar di sekolah selain OSIS. Namun setelah orde baru tumbang, saat kebebasan berpendapat dan berekspresi dapat di peroleh dengan mudah, singkatan tersebut dikembalikan lagi seperti saat kelahirannya. Melalui kongres yang ke-13 di Surabaya pada tanggal 18-22 Juni Tahun 2003, kepanjangan IPPNU kembali seperti semula yaitu Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama.¹¹

4. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi merupakan suatu perspektif terkait perubahan sosial yang telah direncanakan yang menyangkut inovasi tentang perubahan kualitatif dalam norma, pola perilaku dalam hubungan perorangan dan hubungan kelompok dalam persepsi tujuan maupun metode. Pengembangan organisasi dapat dirumuskan sebagai perencanaan, penataan dan bimbingan dari organisasi baru.

Untuk lebih ringkasnya pengembangan organisasi mencakup penyusunan kembali struktur organisasi, dan berkaitan dengan keseluruhan

¹¹Ricky Rahmanto dan Muhammad Turhan Yani, Pemahaman Kader Pimpinan Komisariat Perguruan Tinggi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU)-Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) Universitas Negeri Surabaya tentang Wawasan Kebangsaan, *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, Vol. 03, No. 03, 2015, (Surabaya : Universitas Negeri Surabaya, 2015), Hlm 1371-1372.

faktor yang mempengaruhi tugas dan fungsi seluruh organisasi. Faktor-faktor tersebut adalah faktor lingkungan eksternal dan internal yang ada pada organisasi itu sendiri.¹²

C. Rumusan Masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini untuk menjelaskan strategi komunikasi organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi.

E. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini untuk :

- a. Mengetahui bagaimana strategi berkomunikasi Pengurus PP IPPNU dalam mengembangkan organisasinya.
- b. Secara ilmiah sebagai ilmu pengetahuan yang menjadi bahan informasi dan dokumentasi di bidang dakwah dan komunikasi organisasi

2. Manfaat Praktis

Manfaat praktis dalam penelitian ini untuk :

- a. Bagi Pembaca secara umum
 - 1) Dapat memperkaya studi mengenai komunikasi organisasi dan klmu komunikasi.
 - 2) Menambah wawasan keilmuan kepada pembaca, tentang komunikasi organisasi khususnya pada organisasi PP IPPNU.

¹²Siti Dahlia, *Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) dalam mengembangkan dan Membina Organisasi*, Skripsi, (Jakarta : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013), Hlm 34.

b. Bagi Organisasi IPPNU

Menjadi referensi dalam melakukan refleksi keorganisasian dan menjadi bahan pertimbangan untuk menjalankan organisasi ke depan agar lebih mandiri dan bermanfaat bagi umat, khususnya para pelajar puteri NU di seluruh Indonesia.

F. Telaah Pustaka

Penelitian dari Yeni Rosilawati yang berjudul *Employee Branding digunakan sebagai strategi komunikasi organisasi untuk menyampaikan Citra Merek (Brand-Image)* diterbitkan tahun 2011. Kegiatan *branding* tidak hanya mengkomunikasikan hal yang bersifat nyata tetapi juga tidak nyata. Sedangkan *Employee branding* merupakan suatu kegiatan *branding*, yang mengkomunikasikan hal-hal bersifat nyata (*tangible*). *Employee branding* dilandasi dari hubungan yang bersikap psikologis dan berdasarkan kepercayaan antara organisasi dan karyawan.¹³ Persamaan dengan penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi organisasi. Sedangkan perbedaannya terletak pada subyek, jenis penelitian, dan teknik cara pengumpulan data yang digunakan.

Penelitian siti Dahlia yang berjudul *Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) dalam mengembangkan dan Membina Organisasi* diterbitkan tahun 2013, dari Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah. Hasil penelitiannya adalah pola komunikasi organisasi yang dikembangkan oleh PP IPPNU merupakan pola lingkaran, dimana pola ini adalah pola yang memungkinkan semua anggota berkomunikasi dengan anggota yang lainnya dengan sistem sejenis pengulangan pesan. Maka tidak seorangpun akan berhubungan langsung dengan anggota yang lain, dan juga

¹³Yeni Rosilawati, *Employee Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 3, September – Desember 2008, (Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah Yogyakarta,2008), Hlm 160-161.

tidak ada anggota yang memiliki akses langsung terhadap seluruh informasi yang diperlukan untuk memecahkan persoalan.¹⁴

Persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama mengangkat bagaimana komunikasi organisasi pada PP IPPNU, dalam teknik penelitiannya juga sama-sama menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data, teknik wawancara analisis dan dokumentasi. Perbedaan terletak pada pola komunikasi organisasi sedangkan penulis mengangkat strategi komunikasi. Siti Dahlia meneliti bagaimana pola komunikasi organisasi PP IPPNU dalam mengembangkan dan membina organisasi, sedangkan penulis meneliti bagaimana strategi komunikasi organisasi PP IPPNU dalam mengembangkan organisasi. Dalam hal ini subyek dari penelitian sangat berbeda.

Penelitian Rahmawati dengan judul *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik* di terbitkan pada tahun 2019, program Studi Manajemen Informasi dan Komunikasi Jurusan Komunikasi Informasi Publik Sekolah Tinggi Multi Media Yogyakarta. Terdapat dua hasil penelitian, yang pertama komunikasi melalui media dalam mengelola dan mengimplementasikan pelayan publik digital di Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Kabupaten Brebes dilakukan melalui optimalisasi pemanfaatan media sosial. Jenis media sosial yang dikelola adalah *Facebook, Instagram, Twitter dan Whatsapp*. Pemanfaatan media sosial dalam digitalisasi pelayanan publik dapat menciptakan pelayanan publik digital sesuai prinsip Sistem Pemerintah Berbasis Elektronik. Namun masih ada kendala yaitu tidak adanya sumber daya manusia yang khusus mengelola media sosial serta kondisi jaringan internet yang belum merata keseluruhan wilayah Kabupaten Brebes, sehingga pelayanan publik digital belum sepenuhnya dilaksanakan dengan baik.¹⁵

¹⁴Siti Dahlia, *Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) dalam mengembangkan dan Membina Organisasi*, Skripsi, (Jakarta : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta, 2013), Hlm 80.

¹⁵Rahmawati, *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, Skripsi, (Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia, 2019), Hlm 137.

Hasil penelitian yang kedua yaitu komunikasi tatap muka atau komunikasi secara langsung kepada masyarakat dalam digitalisasi pelayanan publik dilakukan melalui program Layanan Saba Desa yaitu layanan keliling untuk mengurus data kependudukan se-Kabupaten Brebes, Layanan Bangkit (Bayi lahir Akta dan KK langsung Terbit) dan Layanan Jempol Kalih atau jemput bola KTP dan akta kelahiran di Sekolah yang dikhususkan kepada pelajar untuk membuat akta bagi yang belum memiliki dan pembuatan KTP bagi yang sudah memenuhi syarat.

Dari komunikasi tatap muka ini belum dapat memberikan hasil yang maksimal kepada masyarakat terkait pemanfaatan pelayanan publik berbasis digital sesuai prinsip sistem pemerintah berbasis elektronik. Kendala yang dihadapi kurangnya sumber daya manusia yang mengelola pelayanan serta keadaan masyarakat yang belum familiar dengan pelayanan *online*.¹⁶

Persaman dari penelitian ini adalah sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi, teknik penelitian juga sama-sama menggunakan metode deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, analisis dan dokumentasi. Perbedaan dari penelitian ini terletak pada objek penelitian, Rahmawati meneliti tentang strategi komunikasi pemerintah kabupaten Brebes dalam digitalisasi pelayanan publik, sedangkan penulis meneliti tentang strategi komunikasi organisasi pimpinan pusat ikatan pelajar puteri nahdlatul ulama (PP IPPNU) dalam mengembangkan organisasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Sabri berjudul *Strategi Meningkatkan Komunikasi yang Efektif antara Pimpinan dan Anggota Organisasi* yang dilakukan oleh atasan kepada bawahan dalam mengkomunikasikan pesan pada pembuatan rubrik *polling*, ada beberapa kesimpulan dalam mengkomunikasikan pesan pada pembuatan rubrik *polling*. Diantaranya, saat memberikan informasi atau pesan yang meliputi instruksi tugas pimpinan menggunakan teknik *redundancy*, yaitu mengulang pesan yang telah disampaikan. Selain itu, dalam menyalurkan pesannya pihak pemimpin dapat

¹⁶Rahmawati, *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, Skripsi, (Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia, 2019), Hlm 137-138.

menggabungkan komunikasi formal dan informal sekaligus. Pemimpin juga dapat menggunakan sejumlah media untuk melancarkan komunikasi dengan bawahan, yakni meliputi media lisan, gambar dan tulisan yang berupa *job description, hand book, map*, papan pengumuman, surat tertulis dan memo.

Keempat, yaitu strategi komunikasi yang dilakukan pihak bawahan kepada pihak atasan dalam mengkomunikasikan pesan pada pembuatan rubrik *polling*. Pertama, bawahan mengandalkan komunikasi lisan secara langsung dan menggunakan teknik *canalizing*. Yakni suatu cara yang dilakukan oleh komunikator dengan mengetahui terlebih dahulu referensi/pengetahuan dan pengalaman yang dimiliki komunikannya, kemudian komunikator menyusun pesan dan metode yang sesuai dengan itu. Agar komunikasi dapat menerima pesan yang disampaikan komunikator dan kemudian perlahan-lahan komunikator merubah pola pikir dan sikap komunikasi pada arah yang dikehendaki komunikator.¹⁷

Persamaan dari hasil penelitian di atas adalah sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi. Penelitian yang diangkat oleh Sabri ini menjelaskan bagaimana komunikasi yang efektif antara atasan dan bawahan serta komunikasi yang efektif antara bawahan dengan atasan. Hal ini sangat menarik untuk dijadikan bahan acuan pada berorganisasi demi terealisasinya komunikasi yang efektif antara pimpinan dan anggota organisasi, sehingga roda organisasi dapat berjalan dengan lancar sesuai dengan visi dan misi bersama.

G. Sistematika Pembahasan

Agar skripsi ini lebih sistematis, penulis menyusun dalam lima bab dengan rincian sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini menyajikan latar belakang masalah, definisi operasional,

¹⁷Sabri, Strategi Meningkatkan Komunikasi yang Efektif antara Pimpinan dan Anggota Organisasi, *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi*, Vol. XVIII, No. 02, September 2015, Hlm. 256, Diakses dari : <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1704082>

rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini membahas dasar-dasar teori tentang strategi, komunikasi organisasi, dan pengembangan organisasi yang digunakan untuk mengolah dan menganalisa data-data yang diperoleh dari pelaksanaan penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN

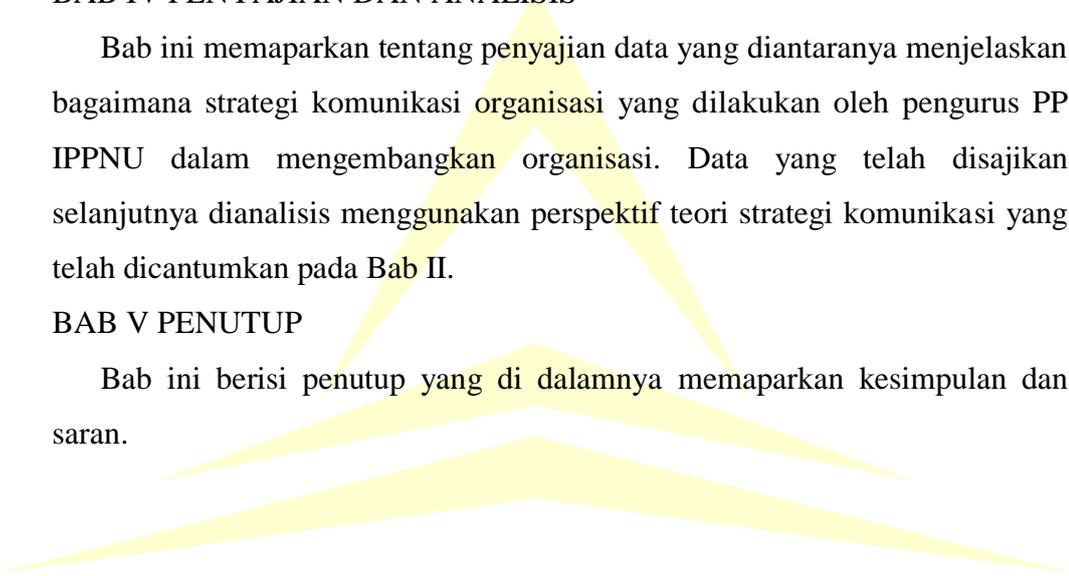
Bab ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

BAB IV PENYAJIAN DAN ANALISIS

Bab ini memaparkan tentang penyajian data yang diantaranya menjelaskan bagaimana strategi komunikasi organisasi yang dilakukan oleh pengurus PP IPPNU dalam mengembangkan organisasi. Data yang telah disajikan selanjutnya dianalisis menggunakan perspektif teori strategi komunikasi yang telah dicantumkan pada Bab II.

BAB V PENUTUP

Bab ini berisi penutup yang di dalamnya memaparkan kesimpulan dan saran.



IAIN PURWOKERTO

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan analisa data yang penulis dapatkan mengenai Strategi Komunikasi Pengurus PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi, maka penulis dapat menyimpulkan sebagai berikut:

Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PP IPPNU melalui dua cara, yaitu melalui media sosial dan tatap muka. Media sosial yang digunakan oleh PP IPPNU untuk mengembangkan organisasi diantaranya *Facebook, Twitter, Instagram, Youtube*. Untuk komunikasi secara intens antar pengurus, PP IPPNU menggunakan media sosial *Whastapp*. Tidak hanya akun media sosial saja, PP IPPNU juga mempunyai situs *Website* resmi yang juga dapat diakses oleh seluruh anggota IPPNU. Adanya akun media sosial dan *website* yang dikelola oleh PP IPPNU bertujuan untuk memudahkan komunikasi dan interaksi antara PP IPPNU dengan anggota IPPNU se-Indonesia. Sehingga kegiatan – kegiatan untuk menambah wawasan dan pengetahuan anggota IPPNU dapat diakses dan diikuti dengan mudah.

Strategi komunikasi pengembangan organisasi yang kedua yakni melaksanakan komunikasi secara tatap muka. Melalui komunikasi tatap muka dapat menyebabkan pendekatan secara emosional, komunikasi tatap muka juga dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan melalui rapat koordinasi. Komunikasi tatap muka yang di laksanakan oleh PP IPPNU meliputi pelantikan, rapat rogram kerja, konfensi besar dan juga kongres.

B. Saran

1. Komunikasi yang diangun oleh Pimpinan Pusat IPPNU dengan Pimpinan IPPNU dibawahnya lebih diperkuat lagi baik tingkatan wilayah, cabang sampai juga ranting. Sehingga organisasi IPPNU dapat dijadikan wadah bagi anggota IPPNU di Indonesia sebagai sarana dan tempat dalam mengembangkan ajaran Ahlussunnh Wal jama'ah.

2. Mengadakan kegiatan virtual bersama dengan seluruh pengurus PP IPPNU. Sehingga tidak hanya ketua umum dan pengurus harian saja, namun seluruh anggota IPPNU juga lebih mengenal pengurus PP IPPNU.



DAFTAR PUSTAKA

- Arianto, Efendi. 2017. *Pengantar Manajemen Strategi Kontemporer, Strategi di Tengah Operasional*, Jakarta : Kencana.
- Dahlan, Muh Syawir. 2014. Etika Komunikasi Dalam Al – Qur'an, *Jurnal Dakwah Tabligh*, Vol.15, No.1, Juni 2014 : 115 – 123. *Jurnal*. Bone : Sekolah Tinggi Agama Islam.
- Dahlia Siti. 2013. *Pola Komunikasi Organisasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) dalam mengembangkan dan Membina Organisasi*. Skripsi. Jakarta : Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah.
- Daulay, Maslina. 2014. Peran Organisasi Dakwah dalam Pelaksanaan Bimbingan dan Penyuluh, *Jurnal Hikmah*, Vol. VIII, No. 01, Januari 2014. *Jurnal*. Padang : IAIN Padang Sidempuan.
- Fahmi, Muhmmad. 2013. Pendidikan Aswaja NU dalam Konteks Pluralisme, *Jurnal Pendidikan Agama Islam*. Volume 01, No 01, Mei 2013, *Jurnal* Surabaya : Sekolah Tinggi Agama Islam Taruna.
- Faiz, Amrul. 2009. Konsep Ahlussunnah Wal Jamaah (Aswaja) dalam Politik Partai Kebangkitan Nasional Ulama (PKNU) : Implikasi Politik Islam Ahlussunnah Wal Jamaah dalam konteks Negara Bangsa, NKRI. *Skripsi*. Surabaya : UIN Sunan Ampel.
- Gaol, CHR Jimmy L. 2014. *A to Z Human Capital Manajemen Sumber Daya Manusia Konsep, Teori, dan Pengembangan dalam Konteks Organisasi Publik dan Bisnis*, Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Idrus, Muhammad. 2009. *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, Yogyakarta : Erlangga.
- Indika Deru R, Jovita Cindy. 2017. Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Promosi Untuk meningkatkan Minat Beli Konsumen, *Jurnal Bisnis Terapan*, Volume 01, No 01, Juni 2017. *Jurnal*. Bandung : Universitas Padjadjaran.
- Ivancevich, John M. 2007. *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, Jakarta: Erlangga.
- Mulyana, Dedy. 2015. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*, Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Nasution, Zulkarnain. 1993. *Sosiologi Komunikasi Massa*, Jakarta : Universitas Terbuka.
- Pace R. Wayne, Faules Don F. 2005. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Pengertian arti kata Strategi, Diakses pada : <https://kbbi.web.id/> strategi diambil pada hari selasa, 10 Desember 2019, pukul 22.00.
- Puspita Sari, Meutia. 2017. Fenomena Penggunaan Media Sosial Instagram sebagai Komunikasi Pembelajaran Agama Islam Oleh Mahasiswa FISIP Universitas Riau, *Jurnal JOM FISIP*, Vol.4, No. 2, Oktober 2017. *Jurnal*. Pekanbaru : Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik Universitas Riau.
- Rahmanto Ricky, Turhan Yani Muhammad. 2015. Pemahaman Kader Pimpinan Komisariat Perguruan Tinggi Ikatan Pelajar Nahdlatul Ulama (IPNU)-Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) Universitas Negeri Surabaya tentang Wawasan Kebangsaan, *Jurnal Kajian Moral dan Kewarganegaraan*, Vol. 03, No. 03, 2015. *Jurnal*. Surabaya : Universitas Negeri Surabaya.
- Rahmawati. 2019. *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*. Skripsi. Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia.
- Romli, Khomsarial. 2014. *Komunikasi Organisasi Lengkap*, Jakarta : PT Gramedia. Edisi Revisi.
- Rosilawati Yeni. 2008, *Employee Branding Sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 3, September – Desember 2008. *Jurnal*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah.
- Rosilawati, Yeni. 2008. *Employee Branding sebagai Strategi Komunikasi Organisasi untuk Mengkomunikasikan Citra Merek (Brand-Image)*, *Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 6, No. 3, September-Desember 2008. *Jurnal*. Yogyakarta : Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Muhammadiyah.
- Sabri. 2015. *Strategi Meningkatkan Komunikasi yang Efektif antara Pimpinan dan Anggota Organisasi*, *Jurnal Ekonomi STIE Haji Agus Salim Bukittinggi*, Vol. XVIII, No. 02, September 2015, Hlm. 256. *Jurnal*. Diakses dari : <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/1704082> diambil pada hari senin, 12 Oktober 2020 pukul 14.49.

Sehfidin, Arif. 2011. *Pengaruh gaya Kepemimpinan, Komunikasi Organisasi Dan Motivasi Kerja Terhadap Kinerja Karyawan*. Skripsi. Semarang : Fakultas Ekonomi Uviversitas Diponogoro.

Sejarah Singkat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (IPPNU), Diakses dari : <http://www.ippnu.org/index.php./profil/sejarah-pendirian-ippnu> pada hari minggu tanggal 08 desember 2019, pukul 21.39.

Tasmara, Toto. 1987. *Komunikasi Dakwah*, Jakarta : Gaya Media Pratama.

