

**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**

## SURAT PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Disye Maulidiana Millati  
NIM : 1617102009  
Jenjang : S1  
Fakultas/Jurusan : Dakwah/ Komunikasi Penyiaran Islam  
Judul Skripsi : **Strategi Komunukasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam Mengembangkan Organisasi.**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini secara keseluruhan merupakan hasil penelitian saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi ini diberi tanda citasi dan ditunjukakkan pada daftar pustaka.

Purwokerto, 20 Juli 2021



Disye Maulidiana Millati  
NIM.1617102009

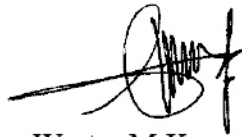
**PENGESAHAN**

Skripsi Berjudul:

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

yang disusun oleh Saudara: **Disye Maulidiana Millati**, NIM. **1617102009**, Program Studi **Komunikasi dan Penyiaran Islam** Jurusan **Penyiaran Islam**, Fakultas Dakwah, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Purwokerto, telah diujikan pada tanggal: **Rabu, 22 Juli 2021**, dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos.)** pada sidang Dewan Penguji Skripsi.

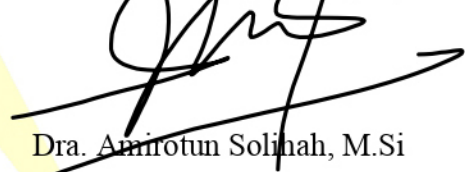
Ketua Sidang/Pembimbing,



Wartyo, M.Kom.

NIP 19811119 200604 1 004

Sekretaris Sidang/Penguji II,



Dra. Amirotn Solihah, M.Si

NIP 19651006 199303 002

Penguji Utama,



Dr. Khusnul Khotimah, M.Ag.

NIP 19740310 1998032 002

IAIN PURWOKERTO

Mengesahkan,

Tanggal 7 September 2021

Dekan,



Dr. H. Abdul Basit, M.Ag.

NIP 19691219 199803 1 001

## NOTA DINAS PEMBIMBING

Hal : Pengajuan Munaqosyah Skripsi Saudari Disye Maulidiana Millati

Lamp : Eksemplar

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melaksanakan bimbingan, telaah, arahan dan koreksi, maka melalui surat ini saya ampaikan bahwa:

Nama : Disye Maulidiana Millati

NIM : 1617102009

Jurusan : Komunikasi Penyiaran Islam

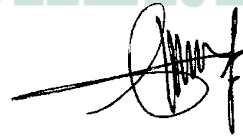
Fakultas : Dakwah

Judul : Strategi Komunukasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam Mengembangkan Organisasi.

Saya memandang bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan dalam sidang Munaqosyah.

Wassalamu'alaikum Wr.Wb

Purwokerto, Juli 2021  
Pembimbing



Warto, M.Kom  
NIP. 19811119 200604 1 004

**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](mailto: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 *performace* masing-masing departemen.

**Kata Kunci: Strategi Komunikasi, PP IPPNU, Pengembangan Organisasi**

## **MOTTO**

“Kebahagiaan yang sejati akan terwujud jika kita menemukan masalah yang mampu kita nikmati proses pemecahannya. Karena bahagia kita sendiri yang menentukan, bukan orang lain.”

(Disye)



## HALAMAN PERSEMBAHAN

Puji syukur penulis panjatkan kehadirat Allah SWT, yang telah melimpahkan rahmat, taufiq, dan hidayah-Nya, serta memberikan kekuatan dan kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini. Sholawat teriring salam selalu tucurahkan kepada baginda besar kita Nabi Muhammad SAW, tak lupa juga kepada keluarganya, sahabatnya, serta ummatnya hingga akhir zaman.

Tentu tidak mudah dalam penyusunan skripsi ini, tidak sedikit pula hambatan dan rintangan yang penulis hadapi. Namun penulis tetap semangat dan tidak berputus asa, karena penulis yakin Allah SWT akan memudahkan dan memberi jalan untuk menyelesaikan skripsi ini, dan Alhamdulillah skripsi ini selesai dengan baik. Dengan ketulusan hati penulis mempersembahkan hasil karya ini kepada :

Bapak Drs. H. Amir Royani dan Ibu Aminah, S.Pd.AUD selaku orang tua penulis yang senantiasa mendoakan tiada henti, mendukung, dan memfasilitasi kehidupan penulis selama berada di dunia perkuliahan. Sebagai tanda bukti rasa terimakasih, rasa hormat, dan rasa sayang yang tak terhingga penulis persembahkan karya sederhana ini kepada Bapak dan Ibu. Semoga kebaikan bapak dan Ibu penulis mendapat balasan dari Allah SWT dengan kebaikan sebanyak-banyaknya serta selalu di berikan perlindungan terhadap mereka. Amiin.

Skripsi ini juga penulis persembahkan untuk dua sejoli Kang Mas Reza Khafidz Fahlavi dan Mbak Yu Nafsiyah selaku Kakak penulis, juga M. Surya Hilal Muharrom selaku adik penulis, yang tak henti-hentinya memberikan dukungan kepada penulis, semoga kebahagiaan selalu menyelimuti. Saeful Muharis selaku support system disegala dituasi, terimakasih sudah selalu membantu dalam situasi sesulit apapun. Sahabat-sahabatku, Khusnul Khotimah, Laeli Saputri, Elisabet, Nur Firdiyogi, Laeliya Hasanah, terimakasih sudah selalu menemani dan mewarnai dunia perkuliahan penulis.

## KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah SWT Tuhan pencipta alam, yang telah melimpahkan rahmat, hidayah serta karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan skripsi di tengah pandemi Covid-19 ini dengan lancar. Sholawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Baginda Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umatnya dari zaman jahiliyyah menuju zaman islamiyah seperti sekarang ini.

Skripsi yang berjudul Strategi Komunikasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan Organisasi merupakan karya Ilmiah yang dibuat penulis dari berbagai macam sumber, motivasi, dan dukungan berbagai pihak. Oleh karena itu penulis mengucapkan terimakasih kepada :

1. Allah SWT, atas segala atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya.
2. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag., selaku Rektor Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Abdul basit, M.Ag., selaku Dekan Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto.
4. Ketua Jurusan dan Sekretaris Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah Institut Agama Islam Negeri Purwokerto yakni Uus Uswatusolihah, S.Ag, M.A., dan Dedy Riyadin S, M.I.Kom.
5. Wardo, M.Kom., selaku Dosen Pembimbing yang sangat sabar, baik dan juga perhatian dalam memberikan bimbingan dan arahan.
6. Bapak Ibu Dosen , Karyawan dan Civitas akademika IAIN Purwokerto yang telah memberikan ilmu pengetahuan, pengalaman serta keterampilan selama menempuh studi di Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto.
7. Disye Maulidiana Millati selaku penulis, terimakasih telah bertahan dan mau berjuang sejauh ini. Jangan lupa untuk senantiasa bersyukur atas nikmat Tuhan yang maha esa, dan tidak lupa untuk bermanfaat untuk orang lain.
8. Orang tua penulis, Drs. H. Amir Royani dan Ibu Aminah, S.Pd.AUD yang tak ada hentinya mendoakan dan mendukung penulis.

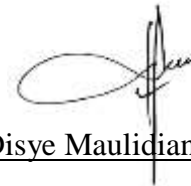


9. Reza khafidz fahlavi selaku kakak kandung penulis, Nafsiyah selaku kakak ipar penulis yang selalu membuat penulis sadar akan tanggung jawab menyelesaikan tugas akhir.
10. Surya Hilal Muharrom selaku adik penulis, yang telah mengajarkan arti kesabaran dan kaikhlasan sesungguhnya.
11. Saeful Muharis, yang telah membantu dan mensupport penulis agar tetap semangat dalam menyelesaikan tugas akhir.
12. Khusnul khotimah, Laeli Saputri, selaku sobat persahabatan di segala keluhan. Elisabet si sobat panutan, Nur Firdiyogi sobat yang mau diajak kemana saja, Laeliya Hasanah si wanita sabar, kuat dan tangguh. Khoerotunnisa alias ucrit, emakku dan partner ghibbah. Khusnul Ariyanti si aktivis perempuan sejati.
13. Teman-teman seperjuangan KPI A 2016, yang telah memberikan banyak warna, pengalaman dan pelajaran hidup.
14. Keluarga besar Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Masa Bakti 2018-2021.
15. Keluarga besar Pimpinan Cabang Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Kabupaten Brebes.
16. Keluarga besar PMII Rayon Dakwah, yang telah memberikan banyak pengalaman dan pelajaran.
17. Keluarga besar Kabiter Romansa Aksi DEMA Fakultas Dakwah IAIN Purwokerto periode 2019-2020. Khusnul Rizki Silvhani Partner adu pendapat.
18. Keluarga besar PMII Komisariat Walisongo IAIN Purwokerto.
19. Keluarga besar Kabinet Bawor DEMA IAIN Purwokerto.
20. Kementrian Dalam Negeri Kabinet Bawor DEMA IAIN Purwokerto, Ucrit, Mas Epin, Panjul, Kang Mustofa, Mimi, Nadif.
21. Pondok pesantren Modern El-Fira dan Pondok pesantren Bani Rosul, selaku tempat menimba ilmu agama penulis selama di Purwokerto. Terimakasih atas segala ilmu yang telah di limpahkan.
22. Segenap teman online, mantan gebetan, dan mantan pacar yang tidak bisa penulis sebutkan satu persatu. Terimakasih, kalian tetap berjasa bagi penulis.

23. Terimakasih penulis sampaikan kepada semua pihak yang telah membantu, mendukung serta mendoakan penulis.

Jazakumullah ahsanal jaza, Semoga Allah SWT senantiasa membalas kebaikan semua pihak yang telah ikut serta membantu, mendukung serta mendoakan penulis hingga skripsi ini selesai. Penulis menyadari bahwa dalam penyusunan skripsi ini masih banyak kekurangan. Namun penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat khususnya bagi penulis, pembaca dan semua pihak yang memerlukannya, serta bisa menjadi referensi bagi dunia akademik khususnya di Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam Fakultas Dakwah.

Purwokerto, 20 Juli 2021



Disye Maulidiana Millati

NIM.1617102009



**IAIN PURWOKERTO**

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>HALAMAN NOTA DINAS PEMBIMBING.....</b>	<b>iv</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>v</b>
<b>MOTO .....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>viii</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN .....</b>	<b>xiii</b>
<b>BAB I       PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
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
<b>BAB II       LANDASAN TEORI.....</b>	<b>14</b>
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

<b>BAB III</b>	<b>METODE PENELITIAN .....</b>	<b>39</b>
	A. Jenis, Metode Dan Pendekatan Penelitian.....	39
	B. Sumber Data .....	40
	C. Metode Pengumpulan Data .....	40
	D. Analisis Data .....	41
<b>BAB IV</b>	<b>PENYAJIAN DAN ANALISIS .....</b>	<b>42</b>
	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
<b>BAB V</b>	<b>PENUTUP .....</b>	<b>80</b>
	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 selalau 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.<sup>1</sup>

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

---

<sup>1</sup>Zulkarnain 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 konggresnya 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.<sup>2</sup>

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.<sup>3</sup>

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.<sup>4</sup>

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-

---

<sup>2</sup>Sejarah 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).

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

<sup>4</sup>Sejarah 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.<sup>5</sup>

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

---

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

terhadap pengalokasian sumberdaya untuk mencapai sasaran jangka panjang pada organisasi.<sup>6</sup>

## 2. Komunikasi Organisasi

Redding dan Sanborn dalam Khomsarial Romli mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.<sup>7</sup> 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.<sup>8</sup>

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.<sup>9</sup>

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.<sup>10</sup>

---

<sup>6</sup>Yeni 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.

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

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

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

<sup>10</sup>Arif 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.<sup>11</sup>

### 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

---

<sup>11</sup>Ricky 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.<sup>12</sup>

### **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.

---

<sup>12</sup>Siti 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.<sup>13</sup> 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

---

<sup>13</sup>Yeni Rosilawati, *Employee Branding Sebagai Strategi Komunukasi 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.<sup>14</sup>

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.<sup>15</sup>

---

<sup>14</sup>Siti 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.

<sup>15</sup>Rahmawati, *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*.<sup>16</sup>

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

---

<sup>16</sup>Rahmawati, *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.<sup>17</sup>

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,

---

<sup>17</sup>Sabri, 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 II LANDASAN TEORI

### A. Strategi Komunikasi

#### 1. Pengertian Strategi Komunikasi

Fred R. David dalam bukunya berjudul *Manajemen Strategi Konsep*, menjelaskan pengertian strategi yang merupakan sarana bersama dengan tujuan jangka panjang yang hendak dicapai. Strategi adalah aksi potensial yang membutuhkan keputusan manajemen puncak dan sumber daya perusahaan/organisasi dalam jumlah besar. Berdasarkan penjelasan David, strategi merupakan sebuah tindakan aksi atau kegiatan yang dilakukan oleh seseorang, organisasi atau perusahaan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan.<sup>18</sup>

Seiring dengan perkembangan ilmu pengetahuan, kata strategi banyak digunakan dan diberikan pengertian lebih luas dengan bidang ilmu serta kegiatan yang menerapkannya. Salah satunya yaitu penerapan strategi dalam kegiatan atau proses komunikasi.

Wahyu Ilahi juga menjelaskan pengertian komunikasi pada bukunya yang berjudul *Komunikasi Dakwah*, menurutnya komunikasi diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan akibat tertentu. Dalam pelaksanaannya, komunikasi dapat dilakukan secara primer (langsung) maupun secara sekunder (tidak langsung).<sup>19</sup>

Dalam bukunya yang berjudul *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*, Alo Liliweri menjelaskan ada tiga pengertian strategi komunikasi, yaitu:

- a. Strategi mengartikulasikan, menjelaskan, dan mempromosikan suatu visi komunikasi dan tujuan komunikasi dalam suatu rumusan yang baik.

---

<sup>18</sup> Fred R. David, *Manajemen Strategi Konsep*, (Jakarta : Salemba Empat, 2011), Hlm 18-19.

<sup>19</sup> Wahyu Ilahi, *Komunikasi Dakwah*, (Bandung : Remaja Rosda Karya, 2010), Hlm 4.

- b. Strategi untuk menciptakan komunikasi yang konsisten, komunikasi yang dilakukan berdasarkan satu pilihan (keputusan) dari beberapa opsi komunikasi.
- c. Strategi berbeda dengan taktik, strategi komunikasi menjelaskan tahapan konkret dalam rangkaian aktivitas komunikasi untuk mengimplementasikan tujuan komunikasi. Sedangkan taktik adalah pilihan tindakan komunikasi tertentu yang dilakukan berdasarkan strategi yang telah ditetapkan sebelumnya.<sup>20</sup>

Sedangkan Onong Uchjana Effendy dalam buku berjudul *Dinamika Komunikasi*, menjelaskan bahwa strategi pada hakikatnya adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) untuk mencapai suatu tujuan. Akan tetapi untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan antara perencanaan komunikasi (*communication planning*) dengan manajemen komunikasi (*management communication*) untuk mencapai suatu tujuan.<sup>21</sup>

Dari pengertian para ilmunan di atas peneliti menyimpulkan pengertian strategi komunikasi merupakan paduan perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai tujuan yang hendak dicapai. Strategi komunikasi juga dapat diartikan sebagai kombinasi dari elemen komunikasi, seperti komunikator, pesan, media, dan komunikan yang dirancang untuk mencapai tujuan komunikasi yang diharapkan.

## 2. Tujuan Strategi Komunikasi

Tujuan utama dari strategi komunikasi menurut Effendy adalah sebagai berikut :

---

<sup>20</sup> Alo Liliweri, *Komunikasi : Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana Prenada Media Grup, 2011), Hlm 240.

<sup>21</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya,2018 ), Hlm 29.

- 1) *To secure understanding*, yakni untuk saling menjaga kesepahaman masing-masing di antara komunikator dan komunikan. Hal ini dimaksudkan agar selama proses komunikasi berlangsung tidak kekeliruan dalam mengartikan dan memaknai pesan atau informasi.
- 2) *To establish acceptance*, yakni saling menerima dan mengakui satu sama lain antara komunikator dengan komunikan. Hal ini dimaksud agar komunikator menerima balasan secara terang dan jelas dari apa yang telah disampaikan oleh komunikan, dan komunikan pula menerima pesan atau informasi secara lugas dan tanggap dari yang telah dilayangkan oleh komunikator kepadanya serta berusaha agar tidak menerima penolakan dari salah satu pihak.
- 3) *To motivate action*, yakni untuk memberikan motivasi dalam bertindak dan melakukan perintah yang diterima melalui pesan yang telah dikomunikasikan sebelumnya, agar segera dilaksanakan dan diwujudkan.<sup>22</sup>

### 3. Tahapan Strategi Komunikasi

Terdapat lima tahapan dalam strategi komunikasi menurut Hafied Cangara, yaitu:

#### a) Penelitian (*Research*)

Sebuah organisasi atau lembaga memerlukan tenaga spesialis yang berfungsi untuk menangani masalah-masalah komunikasi seperti keperluan pencitraan perusahaan atau kegiatan kerja sama dengan pemangku kepentingan lainnya. Penelitian dimaksudkan untuk mengetahui problematika yang dihadapi sebuah lembaga.

#### b) Perencanaan (*Plan*)

Perencanaan memiliki kesamaan arti dengan perumusan, yaitu proses penyusunan langkah-langkah kedepan untuk menetapkan tujuan strategis, serta merancang strategi untuk mencapai tujuan. Dengan demikian, dalam tahap perumusan diperlukan strategi tentang

---

<sup>22</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016 ), Hlm 32.

pemilihan atau penentuan sumber (komunikator), pesan, media, sasaran (segmen), dan efek yang diharapkan.

c) Pelaksanaan (*Execute*)

Pelaksanaan adalah tindakan yang diambil untuk mengimplementasikan rumusan strategi yang telah rencanakan. Tahap pelaksanaan dalam sebuah lembaga berarti pengorganisasian seluruh divisi-divisi di perusahaan tersebut untuk menjalankan rumusan yang telah disepakati. Inti dari tahap pelaksanaan hanya satu, yaitu untuk menyebarkan informasi kepada seluruh target sasaran yang telah ditetapkan dalam rumusan.

d) Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi dilakukan untuk mengetahui hasil akhir dari kegiatan yang telah dilaksanakan. Tahap evaluasi sangat penting untuk dilakukan karena bila strategi itu berjalan dengan baik maka strategi itu bisa dipakai pada masalah-masalah berikutnya, tetapi bila ada kekurangan bisa diperbaiki untuk pembelajaran kedepannya.

e) Pelaporan (*Report*)

Pelaporan ialah tindakan akhir dari kegiatan strategi komunikasi yang telah dilaksanakan. Laporan sebaiknya dibuat secara tertulis kepada pimpinan kegiatan untuk dijadikan bahan kegiatan. Jika dalam laporan itu diperoleh hasil positif dan berhasil, maka bisa dijadikan sebagai landasan untuk program selanjutnya. Namun, jika dalam program itu ditemukan hal-hal yang kurang sempurna, maka temuan tersebut bisa dijadikan bahan pertimbangan untuk merevisi atau memodifikasi program yang akan dilakukan.<sup>23</sup>

#### 4. Komponen Strategi Komunikasi

Effendy mengemukakan bahwa “Dalam rangka menyusun strategi komunikasi diperlukan suatu pemikiran dengan memperhitungkan faktor-faktor pendukung dan penghambat. Akan lebih baik apabila dalam strategi

---

<sup>23</sup>Rahmawati, *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, Skripsi, (Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia, 2019), Hlm 14.

itu diperhatikan komponen-komponen komunikasi dan faktor-faktor pendukung dan penghambat pada setiap komponen tersebut.<sup>24</sup>

Komponen strategi komunikasi menurut Effendy secara berturut-turut yaitu mengenali komunikan sebagai sasaran komunikasi, media, pesan dan komunikator dijelaskan sebagai berikut.

a. Mengenali sasaran komunikasi

Sebelum melancarkan komunikasi, perlu dipelajari siapa yang akan menjadi sasaran komunikasi. Hal tersebut dimaksudkan untuk mencapai tujuan komunikasi, apakah agar komunikan mengetahui isi pesan (dengan metode informatif) atau agar komunikan melakukan tindakan tertentu (dengan metode persuasif atau instruktif). Apapun tujuannya, metodenya dan banyaknya sasaran, pada diri komunikan perlu diperlihatkan faktor-faktor sebagai berikut.

1) Faktor Kerangka Referensi

Pesan komunikasi yang akan disampaikan pada komunikan harus sesuai dengan kerangka referensinya. Kerangka referensi terbentuk dalam diri seseorang berdasarkan pengalaman, pendidikan, gaya hidup, norma hidup, status sosial, ideologi, cita-cita dan sebagainya.

Oleh karenanya, pesan yang disampaikan kepada khalayak melalui media massa hanya yang bersifat informatif dan umum, yang dapat dimengerti oleh semua orang, mengenai hal yang menyangkut kepentingan semua orang. Jika pesan yang disampaikan kepada khalayak adalah untuk dipersuasikan, maka akan lebih efektif bila khalayak dibagi menjadi kelompok-kelompok khusus. Lalu diadakan komunikasi kelompok dengan mereka, yang berarti komunikasi dua arah secara timbal balik.

---

<sup>24</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016 ), Hl m 35.

## 2) Faktor Situasi Kondisi

Situasi yang dimaksud disini adalah situasi komunikasi pada saat komunikasi akan menerima pesan yang disampaikan. Situasi berkaitan dengan cuaca dan keadaan sekitar tempat komunikasi berlangsung. Sedangkan kondisi yang dimaksud adalah state of personality komunikasi, yaitu keadaan fisik dan psikis komunikasi pada saat ia menerima pesan komunikasi.

## 3) Pemilihan Media Komunikasi

Media komunikasi banyak jumlahnya, mulai dari yang bersifat tradisional sampai yang modern. Untuk mencapai sasaran komunikasi, dapat memilih salah satu media, bergantung pada tujuan yang akan dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik yang akan digunakan. Mana yang terbaik dari sekian banyak media komunikasi itu tidak dapat ditegaskan dengan pasti sebab masing-masing mempunyai kelebihan dan kekurangan.

### b. Pengkajian Tujuan Pesan Komunikasi

Pesan komunikasi memiliki tujuan tertentu. Hal ini menentukan teknik yang harus diambil, apakah itu teknik informasi, teknik persuasi atau teknik instruksi. Apapun teknik yang digunakan, pertama-tama harus mengerti pesan komunikasi itu.

Pesan komunikasi terdiri dari isi pesan dan lambang. Isi pesan komunikasi bisa satu, tetapi lambang yang digunakan bisa macam-macam. Lambang yang bisa digunakan untuk penyampaian isi komunikasi ialah bahasa, gambar, warna, *gesture*, dan sebagainya. Dalam kehidupan sehari-hari banyak isi pesan komunikasi yang disampaikan kepada komunikasi melalui surat kabar, film atau televisi.

Dalam melancarkan komunikasi, harus berupaya menghindarkan pengucap kata-kata yang mengandung pengertian konotatif. Jika terpaksa harus dikatakan, karena tidak ada perkataan lain yang tepat, maka kata yang digunakan mengandung makna yang dimaksudkan. Jika dibiarkan, bisa menimbulkan interpretasi yang



salah.

c. Peran Komunikator dalam Komunikasi

Ada faktor penting yang harus diperhatikan oleh komunikator ketika akan melakukan komunikasi, yaitu daya tarik sumber dan kredibilitas sumber.

1) Daya Tarik sumber

Seorang komunikator akan berhasil dalam komunikasi, akan mampu mengubah sikap, opini, dan perilaku komunikan melalui mekanisme daya tarik jika pihak komunikan merasa bahwa komunikator ikut serta dengannya. Dengan kata lain, komunikan merasa ada kesamaan antara komunikator dengannya sehingga komunikan bersedia melakukan tindakan sesuai isi pesan yang disampaikan oleh komunikator.

2) Kredibilitas Sumber

Faktor kedua yang bisa menyebabkan komunikasi berhasil ialah kepercayaan komunikan pada komunikator. Kepercayaan ini banyak bersangkutan dengan profesi atau keahlian yang dimiliki seorang komunikator.

Berdasarkan kedua faktor tersebut, seseorang komunikator dalam menghadapi komunikan harus bersikap empatik, yaitu kemampuan seseorang untuk memproyeksikan dirinya kepada peranan orang lain. Seseorang komunikator harus bersikap empatik ketika ia berkomunikasi dengan komunikan yang sedang sibuk, marah, bingung, sedih, sakit, kecewa dan sebagainya.<sup>25</sup>

## 5. Strategi Komunikasi yang Efektif

Manchester Open Learning dalam penelitian Rahmawati yang berjudul *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, menjelaskan bahwa pentingnya komunikasi dalam perubahan sudah jelas untuk menimbulkan persesuaian paham di

---

<sup>25</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016 ), Hlm 35-39.

benak publik, membantu orang untuk memahami mengapa perubahan dilakukan, membantu mereka melewati masatransisi, memecahkan berbagai masalah yang muncul, membuat orang terlibat dan ikut merasa bertanggung jawab, semua itu berkaitan dengan komunikasi.<sup>26</sup> Sedangkan menurut Effendy hal yang paling penting dalam komunikasi ialah bagaimana caranya agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komuikan. Efek yang ditimbulkan dapat diklasifikasikan menurut kadarnya, sebagai berikut:

1) Efek Kognitif

Efek kognitif adalah efek yang timbul pada komunikan yang menyebabkan komunikan menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Disini pesan yang disampaikan komunikator ditujukan kepada pikiran komunikan. Dengan kata lain, tujuan komunikator hanyalah berkisar pada upaya mengubah pikiran dari komunikan.

2) Efek Afektif

Efek afektif disini merupakan tujuan dari komunikator yang bukan hanya sekedar supaya menimbulkan tahu, tetapi tergerak hatinya, menimbulkan perasaan tertentu, misalnya perasan iba, sedih, gembira, marah, dan sejenisnya.

3) Efek Behavioral

Efek behaviorial merupakan efek yang timbul pada komunikan dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan.<sup>27</sup>

Effendy juga menjelaskan bahwa jika sudah tahu sifat-sifat komunikan, dan tahu pula efek apa yang dikehendaki dari komunikan, memilih cara mana yang diambil untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena hal ini berkaitan dengan media yang harus digunakan. Cara bagaimana berkomunikasi, bisa mengambil dua jenis komunikasi

---

<sup>26</sup> Rahmawati, *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, Skripsi, (Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia, 2019), Hlm 19-20.

<sup>27</sup> Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016 ), Hlm 6-7.

berdasarkan sifatnya, yaitu komunikasi bermedia dan komunikasi tatap muka.<sup>28</sup>

a. Komunikasi Bermedia

Pada umumnya komunikasi bermedia banyak digunakan untuk *komunikasi informatif*. Ketika tidak memerlukan efek dalam bentuk perubahan tingkah laku, maka dapat digunakan atau diambil media massa. Jadi, tergantung dari situasi dan kondisi serta efek yang diharapkan. Effendy juga menjelaskan bahwa komunikasi bermedia adalah komunikasi yang menggunakan saluran atau sarana untuk meneruskan suatu pesan kepada komunikan yang jauh tempatnya dan/atau banyak jumlahnya. Komunikasi bermedia disebut juga komunikasi tidak langsung. Sebagai konsekuensinya arus balik pun tidak terjadi pada saat komunikasi dilancarkan. Komunikator tidak dapat mengetahui tanggapan komunikan secara langsung pada saat ia berkomunikasi. Oleh sebab itu dalam melancarkan komunikasi dengan menggunakan media, komunikator harus lebih matang dalam perencanaan dan persiapannya, sehingga ia merasa pasti bahwa komunikasinya itu akan berhasil.<sup>29</sup>

Dalam komunikasi bermedia, komunikator harus memperhitungkan berbagai faktor, seperti sifat-sifat komunikan yang akan dituju dan memahami sifat-sifat media yang akan digunakan. Komunikan yang dituju dengan menggunakan media bisa hanya seorang saja, dapat juga sekelompok kecil orang, bisa pula sejumlah orang yang amat banyak. Berdasarkan banyaknya komunikan yang dijadikan sasaran, diklasifikasikan menjadi media massa dan media nirmassa.<sup>30</sup>

---

<sup>28</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015), Hlm 32.

<sup>29</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm 9-10.

<sup>30</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm 10.

### 1) Komunikasi Bermedia Massa

Media massa digunakan dalam komunikasi dengan target komunikan yang bersifat heterogen dan meluas. Jenis media massa yang umumnya banyak digunakan dalam kehidupan sehari-hari adalah surat kabar, radio, televisi, dan film bioskop yang beroperasi dalam bidang informasi, edukasi, dan rekreasi atau dalam istilah lain penerangan, pendidikan, dan hiburan. Surat kabar misalnya meyiarkan informasi dalam bentuk berita dan iklan, edukasi dalam bentuk artikel dan tajuk rencana, sedangkan rekreasi dalam bentuk cerita bersambung, cerita pendek, dan teka-teki.

Keuntungan komunikasi dengan menggunakan media massa ialah bahwa media massa menimbulkan keserempakan artinya suatu pesan dapat diterima oleh komunikan yang jumlahnya relatif amat banyak, pada saat yang sama secara bersama-sama. Untuk menyebarkan informasi, media massa sangat efektif, tidak demikian untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan.<sup>31</sup>

### 2) Komunikasi Bermedia Nirmassa

Media nirmassa umumnya digunakan dalam komunikasi untuk orang-orang tertentu atau kelompok-kelompok tertentu. Surat, telepon, telegram, papan pengumuman, poster, spanduk, pamphlet, brosur, dan lain-lain adalah media nirmassa karena tidak memiliki daya keserempakan dan komunikasinya tidak bersifat massal.

Meskipun intensitas media nirmassa kurang bila dibandingkan dengan media massa, namun untuk kepentingan tertentu media nirmassa tetap efektif karena itu banyak digunakan.<sup>32</sup>

---

<sup>31</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm 10.

<sup>32</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm 11.

### 3) Komunikasi Bermedia Baru (*New Media*)

Selain dari media massa dan media nirmassa, seiring perkembangan teknologi informasi yang kian pesat memberikan dampak juga terhadap keberagaman media komunikasi. Dampak dari perkembangan tersebut adalah munculnya media baru yang berbasis internet dan digital. Internet merupakan bagian dari media massa, yang telah menjadi mediator manusia untuk saling berkomunikasi dan berhubungan. Apabila mengingatkan kembali peranan media massa sebagai komunikasi massa dalam menyampaikan pesan kepada khalayak, berarti media *online* juga memiliki peranan yang sama.

Media *online* disebut juga media digital adalah media yang tersaji secara *online* di internet. Romli mengartikan media *online* adalah media massa yang tersaji secara *online* disitus *web*. Keunggulan media *online* yaitu pemuatan dan *editing* naskah bisa kapan saja dan di mana saja setiap saat. Cepat, begitu di-*upload* langsung bisa diakses semua orang. Menjangkau seluruh dunia yang memiliki akses internet. Aktual, berisi info aktual karena kemudahan dan kecepatan penyajian. *Update*, pembaruan informasi terus dan dapat dilakukn kapan saja. Interaktif, dua arah, dan “egaliter” dengan adanya fasilitas kolom komentar, *chat room*, *polling*, dan sebagainya. Jenis media *online* terdiri dari media sosial *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *Youtube*, *email*, *website*, dan sebagainya.<sup>33</sup>

### 4) Komunikasi Tatap Muka

Komunikasi tatap muka digunakan apabila efek komunikasi yang diharapkan yaitu perubahan tingkah laku dari komunikan. Mengapa demikian, karena sewaktu berkomunikasi memerlukan umpan balik langsung. Dengan saling melihat, komunikator

---

<sup>33</sup>Asep Syamsul M. Romli, *Jurnalistik Online : Paduan Mengelola Media Online*, (Bandung : Nuansa, 2012), Hlm 11-13.

memperlihatkan dan mengerti apa pesan yang dikomunikasikan.

Komunikasi tatap muka merupakan situasi dimana komunikator dan komunikan saling berhadapan ketika komunikasi berlangsung. Dalam situasi komunikasi seperti ini komunikator dapat melihat dan mengkaji diri komunikan secara langsung. Oleh karena itu, komunikasi tatap muka dapat disebut juga sebagai komunikasi langsung. Komunikator dapat mengetahui efek komunikasi yang terjadi pada komunikan pada saat itu juga. Tanggapan/respon komunikan tersalurkan kepada komunikator. Dengan kata lain, dalam komunikasi tatap muka arus balik atau umpan balik terjadi secara langsung. Arus balik atau umpan balik adalah tanggapan/respon komunikan yang tersampaikan kepada komunikator.<sup>34</sup>

Berdasarkan komunikan yang dihadapi komunikator, komunikasi tatap muka diklasifikasikan menjadi dua jenis, komunikasi antarpersona dan komunikasi kelompok.<sup>35</sup>

a) Komunikasi Antarpersona

Komunikasi antarpersona adalah komunikasi antara komunikator dengan komunikan. Komunikasi antarpersona dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, pendapat atau perilaku seseorang, karena komunikasi yang dilakukan bersifat dialogis berupa percakapan. Arus balik bersifat langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan saat itu juga, pada saat komunikasi dilangsungkan. Komunikator mengetahui pasti apakah komunikasinya itu positif atau negatif, berhasil atau tidak. Jika tidak, komunikator dapat meyakinkan saat itu juga karena ia dapat memberi kesempatan kepada komunikan untuk memberi tanggapannya secara leluasa.

Pentingnya situasi komunikasi antarpersona bagi komunikator ialah karena ia dapat mengetahui diri komunikan selengkap-lengkapannya. Hal yang penting adalah untuk mengubah sikap, pendapat

---

<sup>34</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2016 ), Hlm 32.

<sup>35</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018 ), Hlm 8.

atau perilakunya. Dengan demikian, komunikator dapat mengarahkannya ke suatu tujuan sebagaimana ia inginkan.<sup>36</sup>

b) Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok termasuk dalam jenis komunikasi tatap muka karena komunikator dan komunikan berada dalam situasi saling berhadapan dan saling melihat pada saat komunikasi berlangsung. Sama dengan komunikasi antar pesona, komunikasi kelompok pun menimbulkan arus balik langsung. Komunikator mengetahui tanggapan komunikan pada saat sedang berkomunikasi sehingga apabila disadari bahwa komunikasinya kurang atau tidak berhasil maka ia dapat segera mengubah gayanya.

Komunikasi kelompok komunikasi dengan sejumlah komunikan, karena jumlah komunikan itu menimbulkan konsekuensi. Komunikasi kelompok diklasifikasikan menjadi komunikasi kelompok kecil dan kelompok besar. Dasar pengklasifikasiannya bukan jumlah yang dihitung secara matematis, melainkan kesempatan komunikan dalam menyampaikan tanggapannya.<sup>37</sup>

c) Komunikasi Kelompok Kecil

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok kecil apabila situasi komunikasi dapat diubah menjadi komunikasi antarpesona dengan setiap komunikan. Dengan kata lain, antara komunikator dengan setiap komunikan dapat terjadi dialog atau tanya jawab. Dibandingkan dengan komunikasi antarpesona, komunikasi kelompok kecil kurang efektif dalam mengubah sikap, pendapat dan perilaku komunikan, karena diri tiap komunikan tidak mungkin dikuasai seperti halnya pada komunikasi antarpesona.

Dibandingkan dengan komunikasi kelompok besar, komunikasi kelompok kecil lebih bersifat rasional. Ketika menerima suatu pesan

---

<sup>36</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018 ), Hlm 8.

<sup>37</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018 ), Hlm 8.

dari komunikator, komunikan menanggapi dengan lebih banyak menggunakan pikiran daripada perasaan, mereka sempat bertanya kepada diriya, benar tidaknya apa yang diucapkan komunikator kepadanya. Dalam situasi komunikasi seperti itu komunikator harus mengarahkan pesannya kepada rasio komunikan bukan kepada emosinya.<sup>38</sup>

d) Komunikasi Kelompok Besar

Suatu situasi komunikasi dinilai sebagai komunikasi kelompok besar, jika diantara komunikator dan komunikan sukar terjadi komunikasi antarpesonal kecil dan kemungkinan untuk terjadi dialog seperti halnya pada komunikasi kelompok kecil.

Pada situasi komunikasi seperti itu para komunikan menerima pesan yang disampaikan komunikator lebih bersifat emosional. Lebih-lebih jika komunikan heterogen, beragam dalam usia, pekerjaan, tingkat pendidikan, agama, pengalaman dan sebagainya. Dalam komunikasi dengan komunikan yang beragam, biasanya terjadi apa yang lazim disebut *contagionmental*, suatu wabah mental. Dalam situasi komunikasi seperti itu, komunikator harus mengarahkan pesannya kepada hati komunikan, bukan kepada benaknya, dan harus membangkitkan emosi bukan rasionya, yang serba mengandung harapan.

Demikian beberapa hal mengenai komunikasi tatap muka yang sifatnya dua arah timbal balik dan menimbulkan arus balik seketika. Seperti yang telah dijlaskan diatas, komunikasi tatap muka sangat efektif untuk mengubah sikap, pendapat, dan perilaku komunikan. Dengan mengetahui reaksi komunikan pada saat komunikasi sedan dilancarkan, komunikator dapat mengatur komunikasi sehingga berhasil sebagaimana diharapkan.<sup>39</sup>

---

<sup>38</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018 ), Hlm 8-9.

<sup>39</sup>Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Kounikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018 ), Hlm 9.



## B. Komunikasi Organisasi

### 1. Pengertian Komunikasi dan Organisasi

Secara etimologi atau menurut asal katanya, komunikasi berasal dari baha latin “*Communicare*” yang berarti memberitahukan atau berlaku dimana-mana. Sedangkan ditinjau dari segi terminologi atau istilah, menurut Barselon dan Steiner mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian dan lain-lain melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar, angka-angka dan lain-lain.<sup>40</sup>

Evere M. Rogers dalam bukunya *Communication in Organization*, mengemukakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka.<sup>41</sup>

Sedangkan komunikasi menurut Kanneth dan Gary, komunikasi dapat didefinisikan sebagai penyampaian informasi antara dua orang atau lebih yang juga meliputi pertukaran informasi antara manusia dan mesin.<sup>42</sup>

Dari definisi di atas, penulis menyimpulkan bahwa komunikasi merupakan proses pertukaran informasi antara dua orang atau lebih melalui kata-kata, gambar, angka, dan juga dapat melalui emosi atau perasaan dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku dan membentuk perilaku orang lainnya.

Istilah organisasi berasal dari bahasa Latin *organizare*, yang secara harfiah berarti paduan dari bagian-bagian yang satu sama lainnya saling bergantung. Di antara para ahli ada yang menyebut paduan itu

---

<sup>40</sup>Siti 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 17.

<sup>41</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 1.

<sup>42</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 1.

sistem, ada juga yang menamakannya sarana.<sup>43</sup>

Everet M. Rogers mendefinisikan organisasi sebagai suatu sistem yang mapan dari mereka yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama, melalui jenjang kepangkatan dan pembagian tugas. Robert Bonnington dalam buku *Modern Bussines : A System Approach*, mendefinisikan organisasi sebagai sarana dimana manajemen mengoordinasikan sumber bahan dan sumber daya manusia melalui pola struktur formal dari tugas-tugas dan wewenang.<sup>44</sup>

Menurut hemat penulis, maka dapat disimpulkan bahwa organisasi merupakan suatu sistem yang saling bekerjasama antara satu sama lain untuk mencapai tujuan yang sama melalui pola struktur formal dari tugas dan wewenang.

## 2. Pengertian dan Fungsi Komunikasi Organisasi

### a. Pengertian Komunikasi Organisasi

Korelasi antara ilmu komunikasi dengan organisasi terletak pada peninjauannya yang terfokus kepada manusia-manusia yang terlibat dalam mencapai tujuan organisasi itu. Ilmu komunikasi mempertanyakan bentuk komunikasi apa yang berlangsung dalam organisasi, metode dan teknik apa yang di pergunakan, media apa yang dipakai, bagaimana prosesnya faktor-faktor apa yang menjadi pengahambat, dan sebagainya. Jawaban-jawaban bagi pertanyaan-pertanyaan tersebut adalah bahan telaah untuk selanjutnya menyajikan suatu konsepsi komunikasi bagi suatu organisasi dengan memperhitungkan situasi tertentu pada saat komunikasi di lancarkan.<sup>45</sup>

Komunikasi organisasi menurut Zelko dan Dance merupakan suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi

---

<sup>43</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 1.

<sup>44</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 1.

<sup>45</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm.2.

internal dan komunikasi eksternal. Kemudian Lesikar menambahkan satu dimensi lagi dari komunikasi organisasi yang berupa pertukaran secara informal mengenai informasi dan perasaan diantara sesama anggota organisasi.<sup>46</sup>

Redding dan sanborn mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks.<sup>47</sup> Sedangkan Greenbaum mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi.<sup>48</sup>

Thayer mengatakan komunikasi organisasi sebagai arus data yang akan melayani komunikasi organisasi dan proses interkomunikasi dalam beberapa cara. Thayer memperkenalkan tiga sistem komunikasi organisasi, yaitu: a) berkenaan dengan kerja organisasi, b) berkenaan dengan pengaturan organisasi seperti perintah-perintah, atauran-aturan, dan petunjuk-petunjuk, c) berkenaan dengan pemeliharaan dan pengembangan organisasi.<sup>49</sup>

Wiryanto mengatakan komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan berbagai pesan organisasi di dalam kelompok formal maupun informal dari suatu organisasi. Komunikasi formal adalah komunikasi yang disetujui oleh organisasi itu sendiri dan sifatnya berorientasi kepentingan organisasi. Isinya berupa cara kerja di dalam organisasi, misalnya: memo, kebijakan, pernyataan, jumpa pers, dan surat-surat resmi. Adapun komunikasi informal adalah komunikasi yang disetujui secara sosial. Orientasinya bukan pada organisasi,

---

<sup>46</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 11.

<sup>47</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 11.

<sup>48</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 12.

<sup>49</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 11.

tetapi lebih kepada anggotanya secara individual.<sup>50</sup>

Dari definisi para ahli komunikasi di atas, maka dalam hal ini penulis menyimpulkan bahwa komunikasi organisasi merupakan suatu sistem terbuka yang kompleks yang saling tergantung dari lingkungannya baik dari internal maupun dari eksternal, dan dapat juga melibatkan komunikasi antar pribadi diantara sesama anggotanya guna untuk mengetahui informasi, tujuan, arah, dan perasaan sesamanya.

#### b. Fungsi Komunikasi Organisasi

Cornad mengidentifikasi tiga fungsi komunikasi organisasi sebagai berikut : *fungsi perintah, fungsi rasional, fungsi manajemen ambigu*.

##### 1) Fungsi Perintah

Fungsi perintah berkenaan dengan anggota-anggota organisasi mempunyai hak dan kewajiban membicarakan, menerima, menafsirkan dan bertindak atas suatu perintah. Tujuan dari fungsi perintah adalah koordinasi diantara sejumlah anggota yang bergantung dalam organisasi tersebut.

Milasnya, ketika pemimpin organisasi memerintahkan sesuatu kepada anggotanya, anggota tersebut mempunyai hak untuk bernegosiasi. Ketika memang paham dan mampu maka harus segera dilaksanakan, akan tetapi ketika tidak mampu melaksanakan maka dapat dibicarakan untuk mengerjakan perintah yang sesuai dengan kemampuan anggota. Seorang pemimpin harus mengetahui kapasitas dan kemampuan dari anggotanya. Sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara pemimpin dan anggota pada organisasi. Namun, tidak sedikit juga pemimpin yang mempunyai keinginan mengharuskan anggota melaksanakan perintahnya.

---

<sup>50</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 2.

## 2) Fungsi Relasional

Fungsi Relasional berkenaan dengan komunikasi memperbolehkan anggota-anggota menciptakan dan mempertahankan bisnis produktif hubungan personal dengan anggota organisasi lain. Hubungan dalam pekerjaan (*job performance*) dalam berbagai cara. Misalnya: kepuasan kerja, aliran komunikasi ke bawah maupun ke atas dalam hirarki organisasional, dan tingkat pelaksanaan perintah. Pentingnya dalam hubungan antar-personal yang baik lebih terasa dalam pekerjaan ketika anda merasa bahwa banyak hubungan yang perlu dilakukan tidak Anda pilih, tetapi diharuskan oleh lingkungan organisasi, sehingga hubungan menjadi kurang stabil, lebih memacu konflik, kurang ditaati, dan sebagainya.

## 3) Fungsi Manajemen Ambigu

Fungsi manajemen ambigu berkenaan dengan pilihan dalam situasi organisasi sering dibuat dalam keadaan yang sangat ambigu. Misalnya: motivasi berganda muncul karena pilihan yang diambil akan mempengaruhi rekan kerja dan organisasi, demikian juga diri sendiri tujuan organisasi tidak jelas dan konteks yang mengharuskan adanya pilihan tersebut mungkin tidak jelas. Komunikasi adalah alat untuk mengatasi dan mengurangi ketidakjelasan (*ambiguity*) yang melekat dalam organisasi. Anggota berbicara satu dengan lainnya untuk membangun lingkungan dan memahami situasi baru, yang membutuhkan perolehan informasi bersama.<sup>51</sup>

Komunikasi organisasi saat ini sedang menghadapi era baru yang di tandai dengan terjadinya perubahan sangat dramatis dalam metode komunikasi. Orang menyebutnya dengan *digital age*,

---

<sup>51</sup>Khomsahrial Romli, *Komunikasi Organisasi Lengkap*, (Jakarta : PT Gramedia, 2014, Edisi Revisi), Hlm 3.

*information age*, atau *postindustrial age*.<sup>52</sup> Dertouzos menyebutkan lima pilar dari *information age*, yaitu :

- a) *Numbers are used to represent all information* (Angka-angka dipakai untuk mewakili semua informasi).
- b) *These numbers are expressed with 1s and 0s* (Angka-angka tersebut dinyatakan dengan angka 1 dan 0).
- c) *Computers transform information by doing arithmeticon these numbers* (Komputer mentransformasikan informasi dengan melakukan aritmatika pada angka-angka tersebut).
- d) *Communication system move information around by moving these numbers* (Sistem-sistem komunikasi memindahkan informasi yang ada disekitar dengan menggerakkan angka-angka tersebut).
- e) *Computers and communication system combine to form computer networks which in turn are the basis of the information marketplace* (Komputer dan sistem komunikasi bergabung untuk membentuk jejaring komputer yang pada gilirannya menjadi basis dari ruang-pasar informasi).<sup>53</sup>

### 3. Bentuk-Bentuk Komunikasi

Menurut Effendy ada beberapa bentuk komunikasi, diantaranya komunikasi verbal dan non verbal, komunikasi personal (intrapersonal dan interpersonal), dan komunikasi kelompok (besar dan kecil).<sup>54</sup>

#### a. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal adalah pernyataan lisan antara manusia lewat kata-kata dan simbol umum yang sudah disepakati antara individu, kelompok, bangsa dan negara.

Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang menggunakan simbol-simbol atau kata-kata, baik dinyatakan secara lisan maupun

---

<sup>52</sup>H.Suwanto, *Komunikasi Organisasi Kontemporer*, (Bandung : Simbiosis Rakatama Media, 2018), Hlm 37.

<sup>53</sup>H.Suwanto, *Komunikasi Organisasi Kontemporer*, (Bandung : Simbiosis Rakatama Media, 2018), Hlm 38.

<sup>54</sup>Onong Uchjana Effendy, *Ilmu Komunikasi teori dan Praktek* (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2015 ), Hlm 7.

tulisan. Komunikasi lisan dapat didefinisikan sebagai proses dimana seorang pembicara berinteraksi secara lisan dengan pendengar untuk mempengaruhi tingkah laku penerima. Sedangkan komunikasi tulisan apabila keputusan yang akan disampaikan oleh pimpinan itu disandingkan dalam simbol-simbol yang dituliskan pada kertas atau pada tempat lain yang bisa dibaca kemudian dikirimkan kepada karyawan yang dimaksudkan.<sup>55</sup>

b. Komunikasi Non Verbal

Komunikasi non verbal adalah semua isyarat yang bukan kata-kata. Menurut Larry A. Samovar dan Richard E. Porter, mengemukakan bahwa komunikasi non verbal mencakup semua rangsangan kecuali rangsangan verbal dalam suatu setting komunikasi, dihasilkan oleh individu yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima, jadi definisi ini mencakup perilaku yang disengaja atau tidak sengaja sebagai bagian dari peristiwa komunikasi secara keseluruhan.<sup>56</sup>

c. Komunikasi Personal

Komunikasi personal dibedakan atas dua kelompok, yaitu komunikasi *Intrapersonal* dan komunikasi *Interpersonal*. Komunikasi *Intrapersonal* (*Intrapersonal Communication*) atau disebut komunikasi dengan diri sendiri. Komunikasi ini merupakan landasan komunikasi antara pribadi dengan komunikasi dalam konteks-konteks lainnya, dengan kata lain komunikasi ini adalah komunikasi dalam dua orang, tiga orang dan seterusnya karena sebelum berkomunikasi dengan orang lain biasanya kita dengan diri sendiri yaitu mempersepsi makna pesan orang lain, hanya saja caranya tidak kita sadari bahwa keberhasilan komunikasi kita dengan orang lain bergantung pada keefektifan

---

<sup>55</sup>Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2001), Hlm 95.

<sup>56</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT. Raja Grafindo Persada, 2003), Hlm 103.

komunikasi dengan diri sendiri.<sup>57</sup>

Komunikasi antar pribadi (*Interpersonal Communication*) adalah komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka (*face to face*) yang memungkinkan setiap individu menangkap reaksi secara langsung baik secara verbal maupun non verbal.<sup>58</sup>

c. Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lainnya untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu dengan lainnya dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.<sup>59</sup>

Adapun yang dimaksud dengan komunikasi kelompok adalah pesan yang disampaikan terencana dan bukan spontanitas untuk segmen khalayak tertentu.<sup>60</sup>

Komunikasi kelompok terbagi menjadi dua yaitu kelompok besar dan kelompok kecil. Komunikasi kelompok besar yaitu komunikasi yang mana penyampaian pesannya berlangsung secara terus-menerus, interaksi antara sumber dan penerima sangat terbatas dan jumlah khalayak relatif besar. Sedangkan komunikasi kelompok kecil merupakan komunikasi yang mana interaksi antara sumber dan penerima pesan tidak terbatas dan jumlah khalayak kecil.<sup>61</sup>

d. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah suatu metode yang mengupayakan perubahan sikap, nilai, dan kepercayaan para pegawai, sehingga mereka dapat memperbaiki organisasi.<sup>62</sup> Dalam pengembangan organisasi, partisipan selalu terlibat dalam

<sup>57</sup>Phil Astrid S. Susanto, *Komunikasi dalam Teori dan Praktek*, (Bandung : Bina Cipta, 1998), Hlm 7.

<sup>58</sup>Alo Liliweri, *Komunikasi Antar Pribadi*, (Bandung : Citra Aditya Bakti, 1997), Hlm 12.

<sup>59</sup>Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 1986), Hlm. 7.

<sup>60</sup>Nuruddin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2005), Hlm 33.

<sup>61</sup>Hafied Cangara, *Pengantar Ilmu Komunikasi*, (Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2003) Hlm34-35.

<sup>62</sup>CHR. Jimmy L. GAOL, *A to Z Human Capital Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), Hlm 244.



pengumpulan data mengenai mereka dan organisasi, menganalisis data dan merencanakan pemecahan berdasarkan analisis tersebut. Dengan kata lain, usaha pengembangan organisasi meliputi *survey feedback*, *sensitivity training*, dan *team building*.

a. *Survey Feedback*

*Survey Feedback* adalah suatu metode yang melibatkan survei atas sikap-sikap karyawan dan memberikan umpan balik kepada manajer departemen, sehingga masalah-masalah dapat diselesaikan oleh manajer dan pegawai. Hasil survei tersebut dapat digunakan sebagai perbandingan dengan departemen lain, sehingga dapat dipakai sebagai dasar diskusi antar pegawai untuk mengembangkan alternatif pemecah masalah.

Dalam organisasi PP IPPNU terlihat ketika masing – masing departemen kepengurusan melaksanakan rapat atau musyawarah secara internal sebelum melaksanakan kegiatan. Dari hasil rapat internal tersebut akan dipaparkan apa saja yang harus dipersiapkan dan apa saja kendala yang kiranya akan terjadi. Hal ini dilakukan demi terlaksananya kegiatan bersama dan meminimalisir adanya kendala.

b. *Sensitivity Training*

Suatu metode untuk meningkatkan wawasan pegawai mengenai perilaku mereka sendiri melalui diskusi terbuka dalam kelompok yang dipimpin oleh *trainer* khusus. Partisipan dipacu secara jujur, saling menginformasikan satu dengan lainnya mengenai perilaku masing-masing, dan untuk menginterpretasikan perasaannya.

PP IPPNU mengadakan kegiatan Konferensi Besar (KONBES) dimasa pertengahan periode. Tujuan diadakannya KONBES tersebut sebagai ajang evaluasi satu setengah tahun kepengurusan dan *reshuffle* atau pergantian pengurus yang tidak

aktif. Adanya KONBES ini, juga sebagai penguatan kembali pengurus PP IPPNU untuk lebih aktif mengembangkan organisasi.

c. *Team Building*

Program team building tipikal diawali dengan konsultan menginterview setiap anggota kelompok dan pimpinannya sebelum pertemuan kelompok menanyakan masalah mereka, bagaimana mereka berpikir tentang fungsi kelompok, dan apa kendala dalam upaya memperbaiki *performance* kelompok.<sup>63</sup>

Keberhasilan *team building* sepenuhnya tergantung pada partisipan sendiri dalam melakukan penelitian. Informasi mengenai masalah kelompok diperoleh dari kelompok, kemudian anggota kelompok menganalisis dan mendiskusikan data secara bersama-sama, dan akhirnya partisipan mengembangkan pemecahan atau langkah tindakan pemecahan masalah yang telah mereka identifikasikan.

Banyaknya anggota IPPNU di Indonesia menuntut PP IPPNU memberikan wawasan serta edukasi yang baik untuk dikonsumsi. Untuk itu anggota IPPNU dituntut untuk berwawasan keilmuan dikalangan masyarakat luas demi terealisasinya cita – cita IPPNU yaitu mewujudkan pelajar putri Indonesia yang bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlakul karimah, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, dan berwawasan kebangsaan atas dasar ajaran *Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah an-Nahdliyyah*.

**Tabel 1** Tipe kepemimpinan *managerial grid*.

Tipe Pemimpin seperti dirangking pada grid	Perhatian pada Manusia	Perhatian pada Produksi
(1,1)	Rendah	Rendah
(1,9)	Tinggi	Rendah

<sup>63</sup>CHR. Jimmy L. GAOL, *A to Z Human Capital Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), Hlm 245.

(9,1)	Rendah	Tinggi
(9,9)	Tinggi	Tinggi

*Grid training* adalah pendekatan formal untuk *team building* yang dirancang oleh Blake dan Mouton. *Grid training* didasarkan pada apa yang disebut “*managerial grid*”, yang menggambarkan gaya kepemimpinan yang berbeda dengan mengidentifikasi apakah seorang pemimpin lebih memperhatikan aspek manusia atau aspek produksi. Program *grid* terutama bertujuan untuk mengembangkan seorang manajer pada koordinat (9,9), yaitu seorang manajer yang tertarik untuk mendapatkan hasil dengan perhatian yang tinggi baik pada aspek manusia maupun produksi.<sup>64</sup>

Dari beberapa teori terkemuka di atas, penulis memilih teori dari Onong Uchjana Effendy dalam bukunya *Dinamika Komunikasi*. Effendy mengemukakan bahwa strategi merupakan perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak berfungsi sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah saja, namun harus menunjukkan bagaimana taktik operasionalnya. Demikian pula dengan strategi komunikasi yang merupakan paduan antara perencanaan komunikasi dengan manajemen komunikasi untuk mencapai suatu tujuan.

Effendy juga menjelaskan, untuk mencapai strategi komunikasi yang efektif harus mengetahui sifat dan respon yang dikehendaki komunikan. Memilih cara untuk berkomunikasi sangatlah penting, karena hal ini berkaitan dengan media yang harus digunakan. Cara bagaimana berkomunikasi, bisa mengambil dari dua jenis komunikasi berdasarkan sifatnya, yaitu komunikasi bermedia dan komunikasi tatap muka. Dari pernyataan di atas penulis sepakat dengan apa yang telah dikemukakan oleh Effendy untuk dapat diterapkan pada sebuah organisasi.

---

<sup>64</sup> CHR. Jimmy L. GAOL, *A to Z Human Capital Manajemen Sumberdaya Manusia*, (Jakarta : PT Gramedia Widiasarana Indonesia, 2014), Hlm 246.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Jenis, Metode, dan Pendekatan Penelitian**

Jenis penelitian yang penulis gunakan pada penelitian ini adalah penelitian kualitatif yang bersumber pada data deskriptif, yaitu dengan cara penulis menggambarkan permasalahan dari subjek dan objek penelitian dengan didasari oleh data-data yang ada kemudian dianalisis lebih lanjut untuk ditarik kesimpulan.

##### **1. Subjek Penelitian**

Subjek yaitu pelaku pokok pembicaraan, sesuatu yang menjadi pusat pengamatan. Adapun yang menjadi subjek penelitian ini adalah Pimpinan Pusat IPPNU.

##### **2. Objek Penelitian**

Objek yaitu sesuatu yang menjadi sasaran pembicaraan. Adapun yang menjadi objek penelitian ini adalah Strategi Komunikasi Organisasi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU).

Adapun dalam penelitian ini penulis menggunakan metode kualitatif. Metode kualitatif diartikan sebagai suatu cara yang harus dilakukan untuk mencapai suatu tujuan dengan menggunakan alat-alat tertentu. Sedangkan penelitian adalah suatu usaha untuk menemukan, mengembangkan dan menguji suatu pengetahuan yakni usaha dimana dilakukan dengan menggunakan metode-metode tertentu.<sup>65</sup>

Menurut Bogdan dan Taylor dalam Lexy J. Meleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari subjek penelitian yang dapat diamati.<sup>66</sup> Lexy J. Meleong juga mengemukakan pendapat Denzim dan Loncoln bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang menggunakan latar alamiah, dengan

---

<sup>65</sup> Sutrisno Hadi, *Metodologi Riset*, (Yogyakarta : UGM Press, 1997), Hlm 3.

<sup>66</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2005), Hlm 4.

maksud menafsirkan fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melakukan berbagai metode yang ada.<sup>67</sup>

Definisi lain dari penelitian kualitatif adalah merupakan penelitian yang memanfaatkan wawancara terbuka untuk menelaah dan memahami sikap, pandangan, perasaan, dan perilaku individu atau sekelompok orang.<sup>68</sup>

## B. Sumber Data

Dalam penelitian menggunakan dua sumber data yang berbeda, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder.

### 1. Sumber Data Primer

Sumber data primer yaitu sumber data utama. Sumber data primer merupakan hasil wawancara secara langsung dengan pihak PP IPPNU.

### 2. Sumber Data Sekunder

Sumber data sekunder yaitu sumber data yang tidak langsung memberikan data atau sumber data yang berfungsi sebagai data pendukung. Sumber data sekunder didapat dari buku-buku, koran, majalah, internet, sumber penelitian terdahulu dan sumber-sumber tertulis lainnya yang mengandung informasi yang berhubungan dengan masalah yang dibahas.

## C. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara untuk mendapatkan data yang di perlukan dalam penelitian. Adapun metode yang penulis lakukan untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, menggunakan teknik pengumpulan data sebagai berikut:

### 1. Observasi (*Pengamatan Langsung*)

Observasi yaitu teknik pengumpulan data dengan cara melakukan kegiatan langsung kepada yang bersangkutan untuk mencatat data yang diperlukan dalam penelitian ini. Penulis melakukan peninjauan langsung

---

<sup>67</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2005), Hlm 5.

<sup>68</sup> Lexy J. Meleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung : PT Remaja Rosda Karya, 2005), Hlm 5.

ke lokasi dalam hal ini adalah sekretariat PP IPPNU yang bertempat di Gedung Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU) lantai 6 Jalan Kramat raya nomer 164 Jakarta Pusat.

## 2. Wawancara (*Interview*)

Wawancara yakni teknik pengumpulan data yang dilakukan secara langsung atau tatap muka dengan pihak yang bersangkutan, dengan mengadakan proses tanya jawab sesuai dengan data-data yang diperlukan dalam memecahkan masalah yang akan dibahas. Permasalahan tersebut ditanyakan kepada Sekretaris Umum, dan Ketua I Departemen pengembangan organisasi.

## 3. Dokumentasi

Dokumentasi yaitu sumber data yang berupa catatan resmi, juga dokumen-dokumen yang mengungkapkan suatu gambaran, seperti: biografi, autobiografi, surat-surat, dan lain sebagainya, termasuk hasil wawancara terhadap orang-orang terkait dalam penelitian ini.

### **D. Analisis Data**

Analisis data dalam penelitian kualitatif dalam bukunya Muhammad Idrus, Huberman dan Miles mengajukan model analisis data dengan menggunakan model interaktif. Model interaktif memiliki tiga hal yang utama yakni reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan atau verifikasi.<sup>69</sup> Reduksi data merupakan suatu proses pemilihan, pemutusan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data “kasar” yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Penyajian data merupakan sekumpulan informasi tersusun yang memberi kemungkinan adanya penarikan kesimpulan dan pengambilan tindakan. Penyajian data dalam penelitian kualitatif berupa teks yang bersifat naratif.<sup>70</sup>

---

<sup>69</sup>Muhammad Idrus, *Metode Penelitian Ilmu Sosial*, (Yogyakarta : Erlangga, 2009), Hlm 147-148.

<sup>70</sup> Rahmawati, *Strategi Komunikasi Pemerintah Kabupaten Brebes dalam Digitalisasi Pelayanan Publik*, Skripsi, (Jogjakarta : Sekolah Tinggi Multimedia, 2019), Hlm 51.

## BAB IV

### PENYAJIAN DAN ANALISIS

#### A. Profil Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU)

##### 1. Visi dan Misi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama

Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU) merupakan organisasi pelajar putri yang berada dibawah naungan badan otonom Nahdlatul Ulama (NU). IPPNU didirikan di Malang pada tanggal 02 Maret 1955 oleh ibu Ny. Hj. Umroh Mahfudzoh yang bermaksud untuk mendidik dan mengkader para pelajar dan santri putri NU untuk menjadi generasi penerus NU yang paham akan ajaran *Ahlussunnah Wa al-Jama'ah*.

IPPNU mempunyai visi mewujudkan pelajar putri Indonesia yang bertaqwa kepada Allah SWT, berakhlakul karimah, menguasai ilmu pengetahuan dan teknologi, dan berwawasan kebangsaan atas dasar ajaran *Islam Ahlussunnah Wal Jama'ah an-Nahdliyyah*. Untuk mewujudkan visi yang tertera di atas, IPPNU menjalankan tiga misi, yang pertama membangun kader NU yang berkualitas, berakhlakul karimah, bersikap demokratis dalam kehidupan bermasyarakat, berbangsa, dan bernegara. Kedua, mengembangkan wacana dan kualitas sumber daya kader menuju terciptanya kesetaraan gender. Ketiga, membentuk kader yang dinamis, kreatif, dan inovatif.<sup>71</sup>

##### 2. Sifat dan Fungsi Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama

IPPNU yang merupakan organisasi kepelajaran, kepemudaan, kemasyarakatan, dan keagamaan yang bersifat nirlaba (*non-profit*) memiliki beberapa fungsi diataranya pertama, mewadahi perhimpunan pelajar putri Nahdlatul Ulama untuk melanjutkan nilai-nilai dan cita-cita perjuangan NU. Kedua, sebagai wadah komunikasi, interaksi, integrasi pelajar putri NU untuk menggalang *ukhwah islamiyah* dan

---

<sup>71</sup>Puti Hasni, dkk, *Petunjuk Pelaksanaan Organisasi dan Administrasi Citra Diri dan Pola Dasar Perjuangan Organisasi*, (Jakarta Pusat : Gedung PBNU Lt.6 Jl. Keramat Raya No. 164, 2018), Hlm. 187.

mengembangkan *syi'ar Islam ahlussunnah wal jama'ah an-Nahdliyyah*. Ketiga, sebagai wadah kaderisasi NU pada basis pelajar putri NU untuk mempersiapkan kader-kader bangsa. Keempat, sebagai wadah keilmuan.<sup>72</sup>

### 3. Arti Lambang Organisasi



- a. Warna hijau : kebenaran, kesuburan serta dinamis.
- b. Warna putih : kesucian, kejernihan serta kebersihan.
- c. Warna kuning : hikmah yang tinggi atau kejayaan.
- d. Segitiga : Iman, Islam, dan Ihsan.
- e. Dua buah garis tepi warna putih mengapit warna kuning : dua kalimat syahadat.
- f. Sembilan bintang : keluarga Nabi Muhammad SAW.
  - a) Satu bintang besar paling atas : Nabi Muhammad SAW.
  - b) Empat bintang di sebelah kanan : Empat sahabat Nabi (Abu Bakar as, Umar Ibn Khatab as, Usman Ibn Affan as, dan Ali Ibn Abi Thalib as).
  - c) Empat bintang di sebelah kiri : empat madzhab yang diikuti (Maliki, Hanafi, Syafi'i dan Hambali).
- g. Dua kitab : Al-Qur'an dan Hadits.
- h. Dua bulu bersilang : Aktif menulis dan membaca untuk menambah wacana berfikir.

<sup>72</sup>Puti Hasni, dkk, *Petunjuk Pelaksanaan Organisasi dan Administrasi Citra Diri dan Pola Dasar Perjuangan Organisasi*, (Jakarta Pusat : Gedung PBNU Lt.6 Jl. Keramat Raya No. 164, 2018), Hlm.192.



- i. Dua kuncup bunga melati : pelajar putri yang dengan keversihan pikiran dan kesucian hatinya memadukan dua unsur ilmu pengetahuan umum dan agama.
- j. Lima titik diantara tulisan **I.P.P.N.U.** : rukun Islam.<sup>73</sup>

#### 4. Karakter Dasar IPPNU

- a. Berperilaku Madadi Khaira Ummah, yang meliputi :
  - 1) Ash-Shidqu (kejujuran)
  - 2) Al-Amanah wal-Wafa bil Ahdi (dapat dipercaya, setia, dan tepat janji)
  - 3) Al-Adalah (bersikap dan bertindak adil dalam segala hal)
  - 4) Atta'awanu (tolong menolong)
  - 5) Al-Istiqomah (keteguhan)
- b. Berperilaku Aswaja, yang meliputi :
  - 1) Landasan Agama (ucapan dan perbuatan sesuai dengan Al-Qur'an, Hadits, Ijma' dan Qiyas)
  - 2) Nilai-nilai Agama :
    - a) Tawassuth (moderat, tidak ekstrim kiri maupun ekstrim kanan)
    - b) I'tidal (adil)
    - c) Tawazun (Seimbang)
    - d) Tasamuth (toleran)
    - e) Amar ma'ruf bil ma'ruf dan nahi munkar bil hikmah wal mauidlotil hasanah.<sup>74</sup>

#### 5. Susunan Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU)

##### a. Susunan pengurus Pimpinan Pusat terdiri dari :

- 1) Pelindung adalah PBNU.

---

<sup>73</sup>Puti Hasni, dkk, *Petunjuk Pelaksanaan Organisasi dan Administrasi Citra Diri dan Pola Dasar Perjuangan Organisasi*, (Jakarta Pusat : Gedung PBNU Lt.6 Jl. Keramat Raya No. 164, 2018), Hlm.9.

<sup>74</sup>Puti Hasni, dkk, *Petunjuk Pelaksanaan Organisasi dan Administrasi Citra Diri dan Pola Dasar Perjuangan Organisasi*, (Jakarta Pusat : Gedung PBNU Lt.6 Jl. Keramat Raya No. 164, 2018), Hlm. 189.

- 2) Dewan Pembina adalah alumni pimpinan pusat IPPNU atau orang yang dianggap berjasa terhadap IPPNU sesuai dengan PRT pasal 21 ayat 2 dan/atau ditentukan menurut kebijakan pimpinan pusat sepanjang tidak bertentangan dengan PD/PRT.
- 3) Ketua umum sebagai mandataris kongres dipilih oleh kongres, disertai tugas menyusun personalia lengkap PP.
- 4) Pengurus harian PP yang terdiri dari 8 (delapan) orang ketua, sekretaris umum dan 8 (delapan) orang sekretaris, bendahara umum dan 8 (delapan) orang bendahara, dan 3 (tiga) ketua lembaga dan departemen-departemen sesuai dengan kebutuhan, dipilih atau diangkat oleh ketua umum terpilih dengan tim formatur.
- 5) Anggota pengurus lengkap PP diangkat oleh ketua umum terpilih bersama dengan pengurus harian PP.
- 6) Departemen-departemen yang terdiri dari :
  - a) Departemen pengembangan organisasi
  - b) Departemen pendidikan, pengkaderan dan pengembangan SDM
  - c) Departemen pengembangan komisariat
  - d) Departemen humas dan luar negeri
  - e) Departemen hubungan pesantren dan sosial kemasyarakatan
  - f) Departemen budaya dan olahraga
  - g) Departemen ekonomi dan wirausaha
  - h) Departemen komunikasi dan informatika.
- 7) Pengesahan susunan pengurus PP dilakukan oleh PBNU.
- 8) Pengurus pimpinan pusat adalah hasil rekomendasi pimpinan wilayah dan pengurus pusat domisioner.

9) Tugas masing-masing pengurus selanjutnya diatur dalam peraturan tata kerja PP.<sup>75</sup>

**b. Struktur Kepengurusan Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Masa Bakti 2018-2021**

PELINDUNG : Pengurus Besar Naddlatul Ulama  
 PEMBINA : Dra. Hj. Khofifah Indra Parawansa  
 Hj. Mahfudhoh Aly Ubaid  
 Dra. Hj. Machsanah Asnawi Latif  
 Dra. Hj. Ida Fauziyah  
 Drg. Hj. Ulfa Masnunah, MA  
 Hj. Safira Machrusah, MA  
 Ratu Dian Hatifah, S.Ag  
 Siti Soraya Devi Zaini, SH  
 Maghfiroh, M.Si  
 Hj. Wafa Patria Umma, S.Pd.I  
 Hj. Margaret Aliyatul Mu'minah  
 Farida Faricha  
 Puti Hasni

**PENGURUS HARIAN**

Ketua Umum : Nurul Hidayatul Ummah  
 Ketua I : Nurul Hidayati  
 Ketua II : Sri Nur Ainingsih  
 Ketua III : Nur Ainul Laila  
 Ketua IV : Eva Nur Latifah  
 Ketua V : Nurul Fatonah  
 Ketua VI : Zulaikhah  
 Ketua VII : Halimah Tusya'diyah  
 Ketua VIII : Syamsaka Zakimi

---

<sup>75</sup>Puti Hasni, dkk, *Petunjuk Pelaksanaan Organisasi dan Administrasi Citra Diri dan Pola Dasar Perjuangan Organisasi*, (Jakarta Pusat : Gedung PBNU Lt.6 Jl. Keramat Raya No. 164, 2018), Hlm.11.

<b>Sekretaris Umum</b>	<b>: Nafisatul Husniah</b>
Sekretaris I	: Nurul Afifah Marwatin
Sekretaris II	: Wahidatus Solihah
Sekretaris III	: Utami Nur Kholifah
Sekretaris IV	: Fadhilati Haqiqi
Sekretaris V	: Shariyani
Sekretaris VI	: Bayu Fitriyah Bilqis
Sekretaris VII	: Anis Izdieha
Sekretaris VIII	: Esti Kurniati

<b>Bendahara Umum</b>	<b>: Wafsi Velasufah</b>
Bendahara I	: Nanik Maulida
Bendahara II	: Siti Nur Khalid
Bendahara III	: Radina Qismah
Bendahara IV	: Ligin Tri Surya R
Bendahara V	: Anti Husnawati
Bendahara VI	: Arina Salamah
Bendahara VII	: Leni Herfina
Bendaara VIII	: Sri Wahyuni S Moha

#### **Departemen-departemen :**

##### **A. Departemen Pengembangan Organisasi**

Koordinator : Nur Malia Inarotud Duja

Anggota : Aan Anisa

Binti Musyarofah

Erniyanti Nur Fatahhela Dewi

Haibatul Nisa'

Miftahul Jannah

Siti Rohimah

Syifa Fauzia

Eni Sapura

**B. Departemen Pendidikan, Pengkaderan, dan Pengembangan SDM**

Koordinator : Septiani

Anggota : Bara Putri Rianda Hardiyanti

Endah Sugiarti

Muthii'atul Munawwarah

Nafidah Inarotul Huda

Puput Kurniawati

Salsatul Milati

Siti Nurul KhotimahWanda Amalia

**C. Departemen Pengembangan Komisariat****1. Pengembangan Komisariat Sekolah**

Koordinator : Putri Eka Kusuma Wardani

Anggota : Emy Natun Na'imah

Finna Lutvianita

Siti Ulfatul H

Susilawati

**2. Pengembangan Komisariat Pesantren**

Koordinator : Husnul Alfia Aulia

Anggota : Fiki Fasna

Kholisoh

Milatu Sari'ah

Nia Agustin

Yusniatul Mukaromah

**3. Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi**

Koordinator : Darojatur Rofiah

Anggota : Hesty Putri Utami

Mardatillah

Marhaban

Nadya

Siti Fatimah

IAIN PURWOKERTO

D. Departemen Humas dan Luar Negeri

Koordinator : Dwi Niar Damayanti

Anggota` : Agnes Annisa Utami

Anisatul Kamelia

Chanifia Izza Millata

Hana Nahifah

Ifa Ashilatul Karomiyah

Nikki Leres Mulyati

Resti

Syifa Dzihni Hafidzah

Vina Widyawati

E. Departemen Hubungan Pesantren dan Sosial Masyarakat

Koordinator : Nikmatur Khoiriyah

Anggota : Deviani

Intan Nabilah

Jannah

Karin Nur Azizah Al-Maulidy Qonita

Rabiatul Adabiah

F. Departemen Budaya dan Olahraga

Koordinator : Elsi Maidyafitei

Anggota : Ayu Faras

Dara Maharani Qomara

Neri Munawiroh

Nurrica Harlinda

G. Departemen Ekonomi dan Kewirausahaan

Koordinator : Baiq Huriyah

Anggota : Ainul Ulumiyah

Citra Mayasari

Li Nasihah

Mala Antika

Nailu Farh

IAIN PURWOKERTO

#### H. Departemen Komunikasi dan Informatika

Koordinator : Sururoh Uthmant

Anggota : Nia Kurniasih

Siti Nafisah Ahmad

Yus Ambarwati

Siti Nurrobiatul Adawiyah

Siti Nur Habibah

Wardatul Ula

### **6. Program Kerja Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU)**

Program kerja merupakan rencana kegiatan yang akan di laksanakan selama satu periode kepengurusan. Program kerja yang di susun oleh PP IPPNU merupakan program kerja yang bersifat Nasional, karena tidak sedikit dari program kerja tersebut bekerja sama dengan beberapa Kementrian Republik Indonesia. Pada kepengurusan PP IPPNU terdapat 8 departemen, yang masing-masing departemen mempunyai program kerja yang berbeda-beda.

Dari 8 departemen yang ada, dibawah oleh masing-masing BPH yaitu wakil ketua 1-8, sekretasis 1-8 dan juga bendara 1-8 sesuai dengan susunan yang ada. Sehingga pada saat penyusunan dan pelaksanaan program kerja semua elemen dapat terlibat baik BPH maupun anggota pengurus PP IPPNU.

**Tabel 2**  
Strategi Pengembangan organisasi pada  
program kerja Pengurus PP IPPNU

No.	Program Kerja	Departemen	Terlak sana	Belum Terlaksa na	Kendala	Strategi
1.	Rapat Kerja Nasional	Pengembangan Organisasi	✓		Belum ada anggaran dana secara pasti yang dimiliki oleh PP IPPNU	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat Proposal Kegiatan</li> <li>2. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan</li> <li>3. Menginstruksikan seluruh departemen untuk menyiapkan program kerja dan agenda</li> <li>4. Melaksanakan rapat checking akhir sbelum kegiatan</li> <li>5. Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan</li> </ol>
2.	Konferensi Besar		✓		Belum ada anggaran dana secara pasti yang dimiliki oleh PP IPPNU	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membuat Proposal Kegiatan Konferensi Besar</li> <li>2. Membentuk kepanitiaan</li> <li>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia dan pengurus PP IPPNU</li> <li>4. Menyiapkan</li> </ol>



						<p>bahan Evaluasi Program kerja setengah periode</p> <p>5. Menginformasikan kegiatan melalui sosial media Fb, Instagram dan juga Twitter</p> <p>6. Melaksanakan rapat checking akhir sbelum kegiatan</p> <p>7. Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan</p>
3.	Rapat Pimpinan Nasional		✓		<p>1. Belum ada anggaran dana secara pasti pasti yang dimiliki oleh PP IPPNU</p> <p>2. Penempatan lokasi untuk kegiatan yang strategis</p>	<p>1. Membentuk kepanitiaan kegiatan</p> <p>2. Membuat Proposal Kegiatan RAPIMNAS</p> <p>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia dan pengurus PP IPPNU</p> <p>4. Menyiapkan bahan Evaluasi Program kerja setengah periode</p> <p>5. Melaksanakan</p>

						n evaluasi setelah kegiatan
4.	Kongres			✓	1. Adanya pandemi Covid-19 yang belum mereda 2. Pemilihan Lokasi kegiatan	1. Melaksanakan rapat pembentukan panitia 2. Rapat persiapan kegiatan Kongres
e.	Sosialisasi PDPRT (Peraturan Dasar dan Peraturan Rumah Tangga), PPOA (Petunjuk Pelaksana Organisasi dan Administrasi) dan sosialisasi juklak kaderisasi.		✓		-	1. Menyusun PDPRT, PPOA dan juklak kaderisasi terbaru 2. Membentuk Tim Monitoring per Zona atau per Daerah

# IAIN PURWOKERTO

f.	Workshop Kaderisasi	Pendidikan, Pengkaderan dan Pengembangan SDM			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Penentuan tempat dan waktu pelaksanaan saat pandemi Covid-19</li> <li>2. Belum adanya anggaran pasti</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk kepanitiaan kegiatan</li> <li>2. Membuat Proposal Kegiatan Workshop Kaderisasi</li> <li>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia</li> <li>4. Menyiapkan bahan materi yang akan disampaikan</li> <li>5. Membentuk tim fasilitator</li> <li>6. Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan</li> </ol>
g.	Kaderisasi Nasional (Leadership Camp)		✓			<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk panitia kegiatan Leadership Camp</li> <li>2. Membuat Proposal Kegiatan</li> <li>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia</li> <li>4. Menyiapkan bahan materi yang akan disampaikan</li> <li>5. Mengundang</li> </ol>

						Pemateri yang berpengalaman 6. Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan
h.	Bank Data Kadersisasi		✓		-	Mengkoordinir anggota IPPNU melalui Data Base
i.	Pengumpulan Database Komisariat, PKPT, Sekolah berbasis NU, Maarif, PK Pondok Pesantren se-Indonesia	Pengembangan Komisariat	✓		-	Membentuk TIM Pengumpulan Data Base di Masing-masing Daerah
j.	Optimalisasi MoU dengan Lembaga Ma'arif		✓		-	1. Mengadakan rapat persiapan 2. menyiapkan bahan MoU yang akan di presentasikan dengan lembaga
k.	Pembuatan Juklak Komisariat		✓		-	1. Menyiapkan bahan materi juklak komisariat 2. Memmbuat TIM pembuatan Juklak Komisariat
l.	Pelatihan bahasa pengurus.		✓		Pengurus masih terbawa bahasa daerah masing-	1. Menyiapkan mentor atau pemateri profesional 2. Pelatihan bahasa

					masing	dilaksanakan rutin setiap satu bulan dua kali
m.	Inkubator santri	Humas dan Luar Negeri		✓	Terkendala oleh waktu dan tempat pelaksanaan, sehingga kegiatan dialokasikan pada yang lebih mendesak	-
n.	-Batch I (SMA)		✓		-	Membuat Tim Pengelompokan Pelajar SMA
o.	-Batch II (Mahasiswa)		✓		-	Bekerjasama dengan Dep. Pengembangan Komisariat membuat Tim Pengelompokan Mahasiswa
p.	Rihlah santri Internasional			✓	Terkendala oleh waktu dan tempat pelaksanaan, sehingga kegiatan dialokasikan pada yang lebih mendesak	-
q.	Summer camp			✓		1. Membentuk panitia kegiatan Summer Camp 2. Kegiatan Membuat Proposal

						<ol style="list-style-type: none"> <li>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia</li> <li>4. Menyiapkan bahan materi yang akan disampaikan</li> <li>5. Menginformasikan kegiatan melalui sosial media Fb, Instagram dan juga Twitter</li> <li>6. Mengundang Narasumber</li> <li>7. Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan</li> </ol>
r.	Pusat informasi beasiswa dan kegiatan Internasional.		✓		-	Membentuk Tim "Contact Person" sebagai pusat informasi
s.	Pelatihan persyaratan beasiswa.		✓		-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk kepanitiaan kegiatan</li> <li>2. Membuat Proposal Kegiatan Pelatihan Beasiswa</li> <li>3. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan oleh panitia</li> <li>4. Mendatangkan pemateri yang</li> </ol>

						membidangi kegiatan Melaksanakan evaluasi setelah kegiatan
t.	IPPNU Mengabdi		✓		Kondisi pandemi covid 19 dan juga jauhnya lokasi, membuat keterbatasan pengurus PP IPPNU untuk ikut serta	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk TIM IPPNU mengabdi yang bertempat di Kabupaten Sorong.</li> <li>2. Program ini bekerjasama dengan kementerian pendidikan dan kebudayaan</li> <li>5. Program yang diwabakan adalah kejar mutu Sekolah Dasar melalui kegiatan pendampingan psikologi dan penguatan implementasi modul pembelajaran Sekolah Dasar di Daerah 3T dan Non-3T Selama masa pandemi covid 19.</li> </ol>

u.	Memperingati Hari Besar Islam	Hubungan Pesantren dan Sosial Masyarakat	✓		-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk panitia kegiatan</li> <li>2. Melaksanakan rapat persiapan kegiatan</li> <li>3. Menyelenggarakan Do'a bersama</li> <li>4. Menyiapkan narasumber untuk memimpin do'a dan bertausiyah</li> <li>5. Menyebarkan pamflet pada akun media sosial</li> <li>6. Evaluasi kegiatan</li> </ol> <p>Membuat Laporan Pertanggung Jawaban Kegiatan</p>
v.	Konten Kepsantrenan		✓		Adanya keterbatasan kapasitas santri yang jarang menggunakan smart phone pada saat di pondok pesantren	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bekerjasama dengan Dep. Jaringan Komunikasi dan informatika merumuskan konten-konten kepesantrenan yang akan di share melalui akun media PP IPPNU</li> <li>3. Membuat webinar bersama</li> </ol>



						dengan para tokoh Agama melalui media sosial PP IPPNU
w.	Pembuatan Konten Kreatif		✓		-	Berisikan konten pembelajaran dengan berbagai tokoh. Tidak hanya tokoh agama saja, IPPNU juga seringkali mengundang narasumber dari berbagai Publik Figur.
x.	Optimalisasi Media Sosial	Jaringan Komunikasi dan Informatika	✓		-	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Membentuk Tim penanggung jawab di masing-masing akun media sosial</li> <li>2. Bekerjasama dengan</li> <li>3. Kementerian Komunikasi dan Informatika melaksanakan webinar agar para anggota IPPNU agar dapat menggunakan media sosial dengan baik dan tidak termakan oleh hoax</li> </ol>

## B. Analisis Strategi Komunikasi

Effendy menjelaskan ada 3 tujuan dari strategi komunikasi, diantaranya: *To secure understanding*, *To establish acceptance*, dan *To motivate action*. Yang pertama *to secure understanding*, bertujuan untuk saling menjaga kesepahaman masing-masing di antara pengurus. Hal ini dilakukan oleh pengurus PP IPPNU ketika ada masalah pada organisasi, maka akan diselesaikan melalui pendekatan emosional. Sehingga selama proses komunikasi berlangsung tidak terjadi kekeliruan dalam mengartikan dan memaknai pesan atau informasi.

Kedua, *to establish acceptance*, bertujuan agar saling menerima dan mengakui satu sama lain antar pengurus. Tidak hanya untuk menjaga kesepahaman, pendekatan secara emosional juga dilakukan agar pengurus PP IPPNU dapat saling memahami satu sama lain, mulai dari sikap, sifat sampai dengan gaya hidup pengurus lain. Sehingga selama berjalannya kepengurusan sudah saling memahami dan dapat menyatukan persepsi antar pengurus.

Dan yang ketiga yaitu *to motivate action*, saling memotivasi dalam bertindak melakukan perintah. Setelah saling menjaga kesepahaman dan memahami karakter pengurus satu sama lain, tujuan dari strategi komunikasi juga untuk saling memotivasi dan menguatkan untuk berproses sebagai pengurus organisasi PP IPPNU.

Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) telah mengupayakan berbagai macam strategi komunikasi untuk mengembangkan organisasi. Di tahun 2019 PP IPPNU seringkali mengadakan komunikasi secara langsung atau tatap muka untuk merumuskan dan merapatkan program kerja dan agenda yang ada. Strategi ini sangat efektif dalam hal apapun, namun hal itu tidak berlangsung lama setelah pandemi covid-19 melanda Indonesia, komunikasi yang dilakukan dilanjutkan melalui media massa atau lebih sering disebutkan dengan komunikasi secara virtual.

Nurul Hidayati menjelaskan dalam wawancaranya bahwa “strategi komunikasi yang dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung dan

bertatap muka. Apabila ada masalah yang perlu diselesaikan maka akan diadakannya rapat koordinasi untuk mencari solusi atau penyelesaian terbaik bersama”.<sup>76</sup>

Hal ini sesuai dengan teori strategi komunikasi yang dikemukakan oleh Onong Ujhana Effendy yang menurutnya dalam strategi merupakan dua tahapan penting yaitu perencanaan dan manajemen untuk mencapai tujuan, namun untuk mencapai tujuan tersebut strategi harus bisa menunjukkan taktik atau cara operasionalnya.<sup>77</sup> Strategi komunikasi yang dilakukan oleh PP IPPNU dalam mengembangkan organisasi diantaranya:

### **1. Tahapan Strategi Komunikasi Pengurus PP IPPNU Masa bakti 2018-2019 dalam Mengembangkan Organisasi**

Sebagai organisasi besar, PP IPPNU menyiapkan berbagai cara untuk memajukan organisasi. Terdapat lima tahapan strategi komunikasi yang dilakukan oleh pengurus PP IPPNU masa bakti 2018-2019, yaitu:

#### **a. Penelitian (*Research*)**

Setelah resmi menjadi pengurus PP IPPNU dengan melaksanakannya pelantikan atau pengukuhan, PP IPPNU melakukan *research* atau penelitian sebelum dilaksanakannya rapat program kerja pengurus. Ini dimaksudkan untuk mengetahui apa saja problematika yang akan dihadapi pada PP IPPNU kedepan. Penelitian ini mencakup semua aspek, mulai dari Sumberdaya (SDM) PP IPPNU, sampai dengan *stake holder* yang akan bekerja sama dengan PP IPPNU, apakah ada permasalahan yang dapat diwaspadai agar program kerja dan juga perjalanan organisasi PP IPPNU tidak terhambat. Untuk tahap penelitian ini oleh ketua umum PP IPPNU, ketua I-VIII PP IPPNU dan juga koordinator masing-masing departemen.

---

<sup>76</sup> Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

<sup>77</sup> Onong Uchjana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2018), Hlm 29.

b. Perencanaan (*Plan*)

Pada PP IPPNU perencanaan seringkali disebut dengan Rapat Kerja Nasional (RAKERNAS) yang merupakan salah satu program kerja PP IPPNU di bawah departemen organisasi. RAKERNAS bertujuan untuk merumuskan program-program kegiatan yang akan dilaksanakan oleh masing-masing departemen pada kepengurusan PP IPPNU yang mana pada RAKERNAS ini akan menentukan arah gerak roda organisasi kedepan.

c. Pelaksanaan (*Execute*)

Setelah merumuskan kegiatan pada RAKERNAS, selanjutnya peburus PP IPPNU berada pada tahap *Execute* atau pelaksanaan. Pada tahap ini, penanggungjawab dari kegiatan yang akan di laksanakan adalah masing-masing departemen, namun tidak menutup kemungkinan untuk panitia pelaksana juga berasal dari departemen lain. Ini dimaksudkan untuk saling menjaga kesolidan dan kekompakan dalam kerjasama antar pengurus.

d. Evaluasi (*Measure*)

Evaluasi merupakan tahap penilaian atau untuk mengetahui hasil akhir dari sebuah kegiatan yang telah dilaksanakan. Pengurus PP IPPNU selalau melaksanakan evaluasi setelah melaksanakan kegiatan untuk mengetahui apasaja kesulitan masing-masing divisi pada kepanitian, ini dilakukan agar pada kegiatan yang akan datang dapat meminimaliris kendala-kendala yang ada sehingga pelaksanaan kegitan yang akan datang dapat di rencanakan secara matang.

e. Pelaporan (*Report*)

Tahapan akhir dari strategi komunikasi pengurus PP IPPNU yaitu melaksanakan Laporan Pertanggung Jawaban (LPJ) yang dibuat secara tertulis di akhir masa jabatan. ini biasa dilakukan pada saat Kongres atau pemilihan calon ketua baru, sehingga LPJ di sampaikan di hadapan seluruh peserta Kongres yaitu delegasi dari masing-masing pengurus wilayah se-Indonesia. Pada tahap ini seluruh peserta berhak

menolak atau menerima LPJ dari kepengurusan PP IPPNU selama satu periode masa jabatan.

Selanjutnya strategi komunikasi dalam pengembangan organisasi PP IPPNU juga menggunakan desain sebuah organisasi yang memungkinkan terjadinya komunikasi dalam lima arah yang berbeda: komunikasi ke bawah, komunikasi ke atas, komunikasi horizontal dan komunikasi diagonal. Karena arah-arrah komunikasi ini menghasilkan kerangka untuk terjadinya komunikasi organisasi. Berikut ini arus komunikasi dalam organisasi menurut Ivancevich yang diterapkan oleh pengurus PP IPPNU:<sup>78</sup>

a. Komunikasi ke Bawah

Komunikasi ke bawah merupakan komunikasi yang mengalir dari individu yang berada pada kedudukan lebih tinggi dalam hierarki organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan lebih rendah. Bentuk paling umum dari komunikasi ke bawah adalah instruksi kerja, memo resmi, pernyataan kebijakan organisasi, prosedur, manual kerja, atau publikasi organisasi. Pada PP IPPNU, komunikasi kebawah ini seringkali dilakukan oleh ketua umum PP IPPNU dalam bentuk instruksi kepada seluruh pimpinan IPPNU di Indonesia.

b. Komunikasi ke Atas

Komunikasi ke atas yaitu komunikasi yang mengalir pada individu dari hierarki kedudukan yang lebih rendah dalam struktur organisasi kepada mereka yang berada pada kedudukan yang lebih tinggi. Dalam situasi semacam ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam hierarki organisasi daripada penerima pesan. Beberapa bentuk komunikasi ke atas PP IPPNU pemberian saran kepada pengurus yang lebih di atasnya, pertemuan kelompok atau internal masing-masing departemen, serta protes dan kritik terhadap prosedur kerja yang ada.

---

<sup>78</sup>John M. Ivancevich, *Perilaku dan Manajemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 121.

Menurut Pace, R. Wayne dan Don F. Faules, komunikasi ke atas penting karena beberapa alasan:<sup>79</sup>

- 1) Aliran informasi ke atas memberi informasi berharga untuk pembuatan keputusan oleh mereka yang mengarahkan organisasi dan mengawasi kegiatan.
- 2) Komunikasi ke atas memberitahukan kepada penyelia (seseorang yang diberi kuasa dan tanggungjawab untuk merancang dan mengawal tugas-tugas dalam suatu organisasi di bawah pengawasan beliau) kapan bawahan mereka siap menerima informasi dari mereka dan seberapa baik bawahan menerima apa yang dikatakan kepada mereka.
- 3) Komunikasi ke atas menumbuhkan apresiasi dan loyalitas kepada organisasi dengan memberi kesempatan kepada pengurus untuk mengajukan pertanyaan dan menyumbang gagasan serta saran-saran mengenai proses pengembangan organisasi.
- 4) Komunikasi ke atas membantu pengurus mengatasi masalah pekerjaan mereka dan dengan organisasi tersebut.

#### c. Komunikasi Horizontal

Komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi lintas fungsi yang berbeda-beda dalam sebuah organisasi. Contoh dari bentuk komunikasi ini adalah komunikasi antara pengurus departemen organisasi dengan departemen lain dalam satu lingkup kepengurusan organisasi PP IPPNU.

Ivancevich mengatakan bahwa komunikasi ini diperlukan demi terjadinya kordinasi dan integrasi dari berbagai fungsi organisasi yang beragam.<sup>80</sup>

---

<sup>79</sup>R. Wayne Pace, Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hlm.190.

<sup>80</sup>John M. Ivancevich, *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 122.

Pace dan Faules juga menjelaskan berdasarkan penelitian dan pengalaman menyatakan bahwa komunikasi horizontal muncul paling sedikit karena enam alasan berikut:

- 1) Untuk mengkoordinasikan penugasan kerja.
- 2) Berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan.
- 3) Untuk memecahkan masalah.
- 4) Untuk memperoleh pemahaman bersama.
- 5) Untuk mendamaikan, berunding dan menengahi perbedaan.
- 6) Untuk menumbuhkan dukungan antar persona.<sup>81</sup>

d. Komunikasi Diagonal

Komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang terjadi lintas fungsi dan lintas tingkatan dalam sebuah organisasi. Walaupun mungkin jenis komunikasi ini adalah jenis yang paling jarang digunakan dalam organisasi, komunikasi diagonal penting dalam situasi-situasi di mana para anggota tidak dapat berkomunikasi dengan efektif melalui jalur-jalur komunikasi yang konvensional.

Contohnya, pengawas dalam organisasi besar dapat saja ingin melakukan analisis biaya distribusi pada organisasi. Salah satu dari bagian tugas tersebut dapat saja mengharuskannya meminta laporan khusus dari tenaga penjualan yang dikirimkan langsung kepada pengawas tersebut, alih-alih melalui jalur komunikasi yang biasanya melalui departemen pemasaran. Karena itu aliran komunikasi menjadi diagonal dan bukan vertikal atau horizontal. Dalam hal ini, jalur komunikasi diagonal dapat menjadi pilihan yang paling efisien dalam segi waktu dan usaha.

e. Komunikasi Eksternal

PP IPPNU seringkali berkomunikasi dengan pihak luar untuk mempresentasikan eksistensi menampilkan citra yang positif untuk menarik *stake holder* atau mitra untuk mendapatkan perhatian agar

---

<sup>81</sup>R. Wayne Pace, Don F. Faules, *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*, (Bandung : Remaja Rosdakarya, 2005), hlm.195.

dapat bekerja sama mengembangkan organisasi di kalangan masyarakat.

Ivancevich menjelaskan jenis komunikasi eksternal pada umumnya meliputi empat program yang berbeda, yaitu:

- 1) Hubungan masyarakat berusaha mengkomunikasikan citra positif, kesatuan antara organisasi dengan warga setempat, dan promosi identitas organisasi sebagai salah satu kontributor yang berperan dalam masyarakat dan komunitas dimana organisasi itu berada.
- 2) Periklanan berusaha menggambarkan eksistensi dalam cara-cara yang positif. Bentuk komunikasi semacam ini dirancang untuk mendatangkan anggota-anggota baru.
- 3) Survei konsumen yang digunakan untuk memperoleh umpan balik mengenai pengalaman konsumen. Informasi ini digunakan untuk membuat modifikasi yang positif dalam layanan produk, ataupun hubungan dengan konsumen.<sup>82</sup>

## **2. Komunikasi tatap muka pada Pengurus PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi**

Strategi komunikasi yang kedua yaitu melaksanakan komunikasi secara tatap muka. Selain dapat mendekatkan secara emosional, komunikasi tatap muka juga dilakukan untuk menyelesaikan masalah yang ada dengan melalui rapat koordinasi. Disampaikan oleh Nurul Hidayati pada wawancara “Strategi Komunikasi yang dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung, bertatap muka. Apabila ada masalah yang perlu diselesaikan maka akan diadakannya rapat koordinasi untuk mencari solusi atau penyelesaian terbaik bersama”.<sup>83</sup>

Menurut Nurul Hidayati ada beberapa formula yang diperlukan berkaitan dengan penguatan dalam pengembangan

---

<sup>82</sup>John M. Ivancevich, *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007), hlm. 122.

<sup>83</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.



organisasi melalui komunikasi secara tatap muka atau langsung, yaitu pelantikan, melaksanakan rapat program kerja konferensi besar, dan juga kongres.

#### 1) Pelantikan

Pelantikan atau peresmian kepengurusan merupakan langkah awal dari jalannya sebuah organisasi. Dengan melaksanakan pelantikan pengurus telah sah untuk dapat merumuskan dan melaksanakan program kerja yang di rumuskan. PP IPPNU dilantik langsung oleh Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU). Ketua umum beserta pengurus departemen organisasi PP IPPNU bertugas melantik atau mnegukuhkan kepengurusan baru yang berada di tingkatan Wilayah atau Provinsi di seluruh Nusantara. Diharapka dengan dilaksanakan pelantikan para pengurus dapat mengemban amanah berorganisasi. Seperti halnya yang di katakan Nurul Hidayati dalam wawancaranya “tujuan dilaksanakannya pelantikan untuk menumbuhkan kembali semangat Rekanita untuk mengemban amanah organisai”.<sup>84</sup>

#### 2) Rapat Kerja

Rapat Kerja (RAKER) dilaksanakan setelah peresmian kepengurusan. RAKER bertujuan untuk menyusun program kerja apa saja yang akan dilaksanakan. Sebelum diadakannya Rapat kerja, seluruh pengurus IPPNU baik tingkatan pusat, wilayah sampai dengan tinkatan ranting, akan melaksanakan analisis SWOT guna mengetahui kekuatan, peluang, kelemahan serta ancaman yang ada. Hal ini akan menentukan arah gerak organisasi kedepan, sehingga program-program yang di rapatkan dirumuskan secara matang sesuai dengan kebutuhan di daerah masing -masing. Nurul mengungkapkan “Rapat Kerja bertujuan

---

<sup>84</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

untuk menyusun program-program organisasi sesuai dengan kebutuhan masing-masing daerah”.<sup>85</sup>

### 3) Konferensi Besar

Konferensi Besar dilaksanakan pada periode pertengahan kepengurusan yang bertujuan untuk menghasilkan mufakat atau kesepakatan terkait dengan Peraturan Dasar Peraturan Rumah Tangga (PDPRT) sebagai penguat organisasi. Ditingkatan PP IPPNU disebut dengan konferensi besar, hal ini dikarenakan acara tersebut diikuti oleh seluruh pengurus PP IPPNU dan hasilnya akan menjadi acuan IPPNU diseluruh tingkatan. Ditingkatan wilayah sendiri dinamakan Rapat Pimpinan Wilayah (RAPIMWIL) yang diikuti oleh seluruh pengurus pimpinan wilayah serta delegasi masing-masing pimpinan cabang. Sedangkan ditingkatan Pimpinan Cabang (PC) atau kabupaten dinamakan dengan Rapat Pimpinan Cabang (RAPIMCAB), selain mengevaluasi pengurus dan program kerja PC, RAPIMCAB yang diikuti oleh delegasi Pimpinan Anak Cabang (PAC) juga membahas hasil dari RAPIMWIL di daerah masing-masing. Ada juga ditingkatan kecamatan, dinamakan dengan Rapat Pimpinan Anak Cabang (RAPIMANCAB), tujuannya tak jauh berbeda dengan Rapat Pimpinan Cabang, RAPIMANCAB juga menyampaikan hasil dari rapat Pimpinan Cabang. Sehingga hasil dari KONBES PP IPPNU dapat sampai di tingkatan Pimpinan Ranting atau Desa. Seperti halnya yang dikatakan Nurul Hidayati pada wawancara, “Yang ketiga ada Konferensi Besar (KONBES) membahas tentang pedoman organisasi, rapat pimpinan untuk konsolidasi organisasi mencari zona hijau untuk konsolidasi”.<sup>86</sup>

---

<sup>85</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

<sup>86</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

#### 4) Kongres

Kongres merupakan Rapat tertinggi atau proses regenerasi kepengurusan PP IPPNU, dimana selama masa kepengurusan selama satu periode atau 3 tahun lamanya akan di tinjau kembali melalui Laporan Pertanggung Jawaban. Seperti halnya yang di ucapkan oleh Nurul Hidayati “sebagai organisasi pengkaderan perlu adanya regenerasi pengurus sehingga diadakan kongres yang bertujuan untuk dilaksanakannya pergantian pengurus”.<sup>87</sup>

Dari hasil penelitian diatas, komunikasi tatap muka yang telah dan akan di laksanakan oleh PP IPPNU menunjukkan bahwa PP IPPNU sangat memperhatikan perkembangan organisasi IPPNU agar selalu eksis dan tidak keluar dari koridor PDPRT organisasi. Sehingga program – program yang di laksanakan oleh PP IPPNU dapat ditiru oleh seluruh pimpinan yang ada di wilayah atau cabang se Indonesia.

### 3. Komunikasi Bermedia pada Pengurus PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021 dalam mengembangkan organisasi

Selanjutnya strategi komunikasi pengurus PP IPPNU dilakukan melalui media. Mengembangkan organisasi di masa pandemi tidaklah mudah bagi organisasi PP IPPNU, ada beberapa adaptasi yang dilakukan oleh pengurus PP IPPNU yang semula dilakukan secara tatap muka namun kini diganti dengan kegiatan virtual. Artinya untuk proses mengembangkan organisasi IPPNU tetap bisa eksis dan tetap bisa berjalan secara organisasi meskipun pada masa pandemi. Jenis media yang digunakan oleh pengurus PP IPPNU yaitu media yang *online* yang berupa *WhatsApp*, *Instagra*, *Twitter* dan juga *Youtube*. Selain akun media sosial, PP IPPNU juga mempunyai situs resmi berupa *website*.<sup>88</sup> Akun media sosial dan *website* tersebut dikelola oleh Departemen Jaringan Komunikasi dan

---

<sup>87</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

<sup>88</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

Informatika PP IPPNU masa bakti 2018-2021 yang bertujuan sebagai media aduan untuk menampung serta merespon kritik dan juga saran dari anggota kader IPPNU se-Indonesia.

Adapun media sosial dan *website* yang dikelola oleh pengurus PP IPPNU Masa Bakti 2018 – 2021 adalah sebagai berikut :

a. Media sosial

PP IPPNU memilih media sosial sebagai sarana mengembangkan organisasi karena sasaran dari anggota dan kader IPPNU adalah pelajar dan santri seluruh Indonesia yang selalu eksis mengikuti perkembangan zaman yang ada. Sehingga dengan adanya media sosial agenda atau kegiatan yang telah di selenggarakan atau perintah yang di instruksikan oleh PP IPPNU akan diakses dengan mudahnya hingga sampai kepada seluruh kader dan anggota IPPNU.<sup>89</sup>

Media sosial merupakan teknologi canggih saat ini yang kegunaannya sangat membantu dalam berkomunikasi jarak jauh. Semua informasi yang di butuhkan dapat di akses melalui media sosial, mulai dari fakta atau berita sosial sampai dengan informasi yang bersifat hiburan. Untuk itu komunikasi melalui media sosial akan menjadi tidak baik apabila para pembuat informasi memberikan informasi yang kurang valid atau informasi bohong, dan para pengkonsumsi media pun tidak dapat memilah dengan cerdas informasi yang telah di dapatnya. Hal ini akan berdampak pada perpecahan hubungan antar sesama manusia.

Adanya komunikasi virtual PP IPPNU memberikan dampak positif inovatif kepada seluruh kader dan anggota. Pasalnya melalui komunikasi virtual seluruh anggota IPPNU yang berada di Indonesia dapat mengakses dan mencontoh kegiatan –

---

<sup>89</sup> Wawancara Pribadi dengan narasumber Sekretaris Umum PP IPPNU, Rekanita Nafisatul Husniyah pada tanggal 01 Maret 2021.

kegiatan yang disajikan oleh PP IPPNU untuk diterapkan di daerahnya masing - masing.

Nafisatul Husniyah menjelaskan bahwa “ada beberapa media yang digunakan untuk berkomunikasi antara pengurus PP IPPNU, namun saat ini komunikasi secara intens menggunakan WhatsApp Group Pengurus PP IPPNU untuk saling berkoordinasi. Ada 4 media yang di miliki oleh PP IPPNU, diantaranya *Facebook, Instagram, WhatsApp, Twitter* dan juga *Youtube* yang di kelola oleh pengurus Departemen Jaringan Komunikasi dan Informasi. Sehingga kegiatan program kerja dan agenda PP IPPNU dapat diakses dengan mudah”.<sup>90</sup>

#### 1) *Facebook*

Akun facebook yang dikelola oleh PP IPPNU bernama Pimpinan Pusat IPPNU. Adanya akun Facebook dari Pimpinan Pusat IPPNU ini seringkali memposting foto dan vidio kegiatan yang akan dan telah dilaksanakan. Akun Facebook yang diikuti oleh 10.525 pertemanan ini bertujuan memberikan informasi kepada seluruh anggota dan kader IPPNU di Nusantara.

#### 2) *Instagram*

PP IPPNU mempunyai akun resmi *Instagram* yang bernama @PPIPPNU. Dengan jumlah *followers* yang tidak sedikit yaitu 57,2K @PPIPPNU seringkali membagikan informasi terkait dengan kegiatan yang bersifat momentum. Seperti halnya pada saat bulan Ramadan akun *Instagram* @PPIPPNU seringkali membagikan informasi tentang *fadhilah* atau keutamaan beribadah di bulan Ramadan. Tidak hanya itu, PP IPPNU juga seringkali menggunakan akun *Instagram* untuk melakukan kegiatan yang bernama

---

<sup>90</sup> Wawancara Pribadi dengan narasumber Sekretaris Umum PP IPPNU, Rekanita Nafisatul Husniyah pada tanggal 01 Maret 2021.

REKANITALK yaitu kegiatan siaran langsung dengan para narasumber untuk berdiskusi yang dapat diikuti oleh semua *followers* dari akun instagram @PPIPPNU.

### 3) *Twitter*

Tidak berbeda jauh dengan akun *facebook* dan *instagram*, akun *twitter* dari Pimpinan Pusat IPPNU atau @ppippnu ini mempunyai 14.000 Pengikut dan 1.140 yang diikuti. Isi dari postingan akun *twitter* @ppippnu ini tidak berbeda jauh dengan postingan yang ada di akun *facebook* maupun akun *instagram* dalam hal ini postingan tentang pamflet atau poster kegiatan, foto juga vidio kegiatan PP IPPNU itu sendiri.

### 4) *Youtube*

Akun *youtube* dari PP IPPNU bernama PPIPPNU. Mempunyai 2,72 Ribu Subscriber dan membagikan sebanyak 93 Vidio berisi tentang webinar – webinar di masa pandemi, live streaming doa bersama, lomba – lomba memperingati hari lahir IPPNU, dan masih banyak lagi.

### 5) *WhatsApp Group*

*Whatsapp Group* merupakan wadah para pengurus PP IPPNU berkomunikasi dan berkoordinasi secara virtual untuk memonitoring program kerja apa saja yang sudah dan belum di laksanakan. Seperti yang disampaikan pada wawancara oleh Nafisatul Husniyah bahwa “Semua pengurus Pimpinan Pusat Masuk pada group *Whatsapp*, sehingga proses koordinasi pengurus saat ini melalui virtual yaitu melalui group *Whatsapp* itu sendiri. Selain itu juga sering mengadakan rapat – rapat yang menghadirkan semua pengurus baik untuk mempersiapkan suatu acara atau program maupun untuk evaluasi program. Misalkan program eman bulan kemaren itu apakah sudah berjalan semuanya? Kalau

sudah berjalan, seperti apa perjalanannya kalau belum berjalan apa kendalanya? Dan kira - kira masih bisa dijalankan atau tidak. Untuk tugas dan tanggung jawabnya sudah ada bagiannya masing – masing, karena di PP IPPNU ada 8 departemen dan 3 lembaga”.<sup>91</sup>

Berdasarkan semua akun media sosial di atas, target sasaran yang ingin di capai oleh PP IPPNU adalah bagaimana organisasi IPPNU dapat berkembang di kalangan pelajar dan santri putri yang merupakan anggota dan kader dari IPPNU. Harapannya kegiatan – kegiatan positif yang dibagikan oleh PP IPPNU dapat dicontoh dan diterapkan pada masing – masing daerah. Dari hasil wawancara tentang strategi melalui media sosial, dapat diketahui bahwa media sosial menjadi media utama untuk menyampaikan informasi dan interaksi dengan anggota IPPNU.

b. *Website*

PP IPPNU mempunyai *website* resmi yaitu <https://ippnu.or.id/>. *Website* tersebut berisi karya tulis ilmiah berupa artikel yang ditulis oleh beberapa rekanita<sup>92</sup> pengurus PP IPPNU. Salah satu isi dari artikel tersebut diantaranya berisi tentang PP IPPNU *Menentang Segala Promosi Perkawinan Anak*. Hal ini sebagai salah satu contoh bukti kepedulian dari IPPNU tentang nasib masa depan Bangsa. Namun tidak hanya artikel, pada *website* resmi PP IPPNU juga terdapat sejarah serta Visi dan Misi dari IPPNU, sehingga adanya *website* ini sangat mempermudah untuk menggali informasi terkait IPPNU.

Sejalan dengan wawancara dari rekanita Nurul Hidayati, ia mengatakan bahwa “tidak hanya media sosial saja, PP IPPNU juga mempunyai blog atau *website* ippnu.or.id. *Website* tersebut

---

<sup>91</sup> Wawancara Pribadi dengan narasumber Sekretaris Umum PP IPPNU, Rekanita Nafisatul Husniyah pada tanggal 01 Maret 2021.

<sup>92</sup> Rekanita adalah sebutan untuk anggota Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (IPPNU)

berisi tentang karya tulis ilmiah berupa artikel. Tidak hanya artikel pada website PP IPPNU juga tertulis sejarah, serta visi dan misi IPPNU”.<sup>93</sup>

Dari hasil analisa diatas, menunjukkan bahwa teori Effendy mengenai bagaimana cara agar suatu pesan yang disampaikan komunikator itu menimbulkan dampak atau efek tertentu pada komunikasi adalah benar adanya. Menurutny efek adalah sebagai berikut sebagaimana diuraikan pada bab sebelumnya, yakni efek kognitif, efek afektif dan efek behavioral. Efek kognitif merupakan efek yang menyebabkan komunikasi menjadi tahu atau meningkat intelektualitasnya. Melalui media sosial yang dimiliki, PP IPPNU berupaya sebaik mungkin memberikan konten – konten yang positif. Tidak hanya sebagai informasi konten yang diberikan PP IPPNU juga sebagai bahan edukasi. Sehingga, dapat menimbulkan peningkatan intelektualitas atau pengetahuan pada anggota IPPNU se-Indonesia.

Selanjutnya efek afektif. Berbeda dengan efek kognitif, efek afektif merupakan efek yang bertujuan agar seseorang tergerak hatinya, sehingga dapat menimbulkan perasaan tertentu, seperti perasaan iba, sedih, gembira, marah, dan sejenisnya. Efek afektif juga seringkali terjadi pada organisasi PP IPPNU. Seiring berjalannya waktu, suka dan duka pada pengurus PP IPPNU seringkali dirasakan. Adanya perbedaan pendapat juga menjadi sarana belajar menjadi lebih dewasa dalam bersikap.

Efek behavioral merupakan efek yang timbul pada komunikasi dalam bentuk perilaku, tindakan, atau kegiatan. Dimasa pandemi seperti saat ini, kegiatan yang dilaksanakan PP IPPNU secara virtual yaitu melalui media sosial. PP IPPNU

---

<sup>93</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.



seringkali mengadakan kegiatan diskusi seperti webinar dan talkshow dengan para narasumber dibidangnya. Dari kegiatan tersebut menggugah para anggota dan pengurus IPPNU se-Indonesia untuk mengikuti kegiatan – kegiatan yang dilaksanakan secara virtual oleh PP IPPNU. Tidak sedikit konten dari PP IPPNU menjadi contoh untuk di terapkan oleh kepengurusan IPPNU di bawahnya.

### **C. Pengembangan organisasi yang dilakukan oleh para pengurus PP IPPNU**

Berbagai cara dilakukan oleh PP IPPNU untuk mengembangkan organisasi. Ini terbukti pada saat awal kepengurusan, PP IPPNU melakukan analisis SWOT yang terdiri dari (*Strengths*) kekuatan, (*Weaknesses*) kelemahan, (*Opportunities*) peluang, dan juga (*Threats*) ancaman sebelum dilaksanakannya pelantikan dan penyusunan program kerja.

#### **a. Kekuatan (*Strengths*)**

PP IPPNU merupakan Pimpinan yang paling tinggi, sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) sudah melalui proses dari bawah yang mana seluruh pengurus pimpinan pusat di rekomendasikan dari masing – masing pimpinan wilayah. PP IPPNU mempunyai banyak *stake holder* yang bisa menjadi kekuatan untuk bekerja sama, seperti halnya dengan kementerian dan para tokoh besar. Dengan adanya kekuatan yang dimiliki, menjadikan PP IPPNU lebih luas bergerak untuk mewujudkan visi dari IPPNU. Kegiatan – kegiatan yang dilaksanakan oleh PP IPPNU tak jarang bekerja sama dengan instansi pemerintah, seperti Kementerian Kesehatan, Kementerian Komunikasi dan Informasi, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan serta para publik figur Indonesia.

#### **b. Kelemahan (*Weaknesses*)**

Pengurus PP IPPNU masih membawa karakter kedaerahannya masing - masing. Sehingga belum bisa berbaur dengan lingkungan hidup yang baru dikepengurusan. Selain itu, ada beberapa pengurus yang tidak tinggal di Jakarta sehingga susah jika dibutuhkan secara fisik. Sedangkan

PP IPPNU selalu melaksanakan rapat bulanan untuk merumuskan perkembangan organisasi. Untuk saat ini PP IPPNU sedang dalam proses memperbaiki kelemahan tersebut, karena ketika kelemahan itu tidak diperbaiki maka akan menjadi hambatan pada organisasi.

c. Peluang (*Opportunities*)

Pada tingkatan Pimpinan Pusat, adanya peluang sangat banyak karena jaringannya sudah Satu Indonesia. Sehingga harus bisa memanfaatkan semaksimal dan sebisa mungkin. Seperti halnya kerjasama dengan kementerian Pendidikan untuk membantu memberikan pendidikan di pedalaman yang bertempat di Kabupaten Sorong, Papua Barat. PP IPPNU terlibat langsung dalam program *Kejar Mutu sekolah Dasar* melalui kegiatan *Pendamping Psikososial dan Penguatan Implementasi Modul Pembelajaran Sekolah Dasar di Daerah 3T dan Non-3T* selama masa pandemi Covid-19 di Kabupaten Sorong pada tanggal 10 Februari 2021.

d. Ancaman (*Threats*)

Ancaman yang terjadi saat ini adalah Radikalisme yang menyerang ditingkatan sekolah, baik ditingkatan sekolah menengah pertama maupun sekolah menengah keatas. Kebanyakan dari anggota IPPNU adalah siswi dari sekolah yang berada dinaungan Lembaga Pendidikan (LP) Ma'arif, sehingga ancaman terbesar datang pada sekolah – sekolah baik Negeri maupun Swasta di luar dari LP Ma'arif. PP IPPNU sedang mengupayakan untuk masuk di lingkup sekolah Negeri dan Swasta di luar LP ma'arif untuk dapan membentengi radikalisme yang menyerang para pelajar di Indonesia.<sup>94</sup>

Selain menggunakan analisis SWOT dalam mengembangkan organisasi, PP IPPNU selalu melibatkan pengurus dalam pengumpulan data yang berkaitan dengan organisasi, menganalisis data dan merencanakan pemecahan berdasarkan analisis tersebut. Dalam hal ini,

---

<sup>94</sup>Wawancara pribadi dengan Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Rekanita Nurul Hidayati Pada tanggal 05 Februari 2021.

usaha pengembangan organisasi yang dilakukan PP IPPNU juga meliputi *survey feedback*, *sensitivity training*, dan *team building*.

*Survey Feedback* merupakan suatu metode yang melibatkan survei atas sikap-sikap pengurus departemen PP IPPNU dan memberikan umpan balik kepada pengurus harian yang membidangi masing – masing departemen, sehingga masalah-masalah dapat diselesaikan. Dalam organisasi PP IPPNU terlihat ketika masing – masing departemen kepengurusan melaksanakan rapat atau musyawarah secara internal sebelum melaksanakan kegiatan. Dari hasil rapat internal tersebut akan dipaparkan apa saja yang harus dipersiapkan dan apa saja kendala yang kiranya akan terjadi. Hal ini dilakukan demi terlaksananya kegiatan bersama dan meminimalisir adanya kendala.

*Sensitivity Training* merupakan metode untuk meningkatkan wawasan pengurus mengenai perilaku mereka sendiri melalui diskusi terbuka. Partisipan dipacu secara jujur, saling menginformasikan satu dengan lainnya mengenai perilaku masing-masing, dan untuk menginterpretasikan perasaannya. Dalam hal ini PP IPPNU mengadakan kegiatan Konferensi Besar (KONBES) dimasa pertengahan periode. Tujuan diadakannya KONBES tersebut sebagai ajang evaluasi satu setengah tahun kepengurusan dan *reshuffle* atau pergantian pengurus yang tidak aktif. Sebagai ajang evaluasi, tentu KONBES menjadi tempat penilaian terhadap sikap dan perilaku pengurus, untuk memperbaiki kelemahan yang bisa menjadi hambatan pada organisasi. Adanya KONBES ini juga sebagai penguatan kembali pengurus PP IPPNU untuk lebih aktif mengembangkan organisasi.

*Team Building* atau membangun tim seringkali dilakukan ketika akan melaksanakan kegitanan. PP IPPNU selalu membentuk kepanitiaan yang dikhususkan untuk menjadi tim pelaksana kegiatan tersebut. Kepanitiaan ini akan merencanakan dari awal hingga akhir kegiatan, mulai dari menganalisa kendalanya apa saja, menyusun konsep acara sampai pada pelaksanaan kegiatan. Sebagai organisasi non profit, PP

IPPNU juga berupaya untuk mencari anggaran kegiatan. Namun tidak sedikit kegiatan PP IPPNU bekerjasama dengan *stake holder* yang ada seperti, Kementerian Komunikasi dan Informasi (KOMINFO), dan Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan (KEMENDIKBUD). Tidak hanya kementerian saja, PP IPPNU juga mengadakan kegiatan virtual bekerjasama dengan produk kecantikan wardah yang membahas tentang pentingnya menjaga kulit dan cara merawatnya.

Dari pemaparan diatas merupakan strategi pengembangan organisasi yang dilakukan oleh PP IPPNU. Adanya analisis SWOT, *survey feedback*, *sensitivity training*, dan *team building* menjadikan PP IPPNU mengerti arah gerak organisasi dan berusaha meminimalisir kelemahan – kelemahan yang ada demi kemajuan organisasi IPPNU, hal ini juga sebagai bukti usaha yang dilakukan agar organisasi IPPNU menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya. Seperti halnya dikatakan Ovi Darojatur Rofiah pada wawancara pribadi bahwa “PP IPPNU senantiasa mengupayakan strategi berorganisasi, baik dalam lingkup internal kepengurusan maupun eksternal. Pada lingkup internal seperti melaksanakan program-program yang telah di rumuskan secara bersama. Sebelum melaksanakan program kerja, masing-masing Departemen mengadakan rapat secara internal yang nanti hasil rapat tersebut akan disampaikan pada rapat besar seluruh kepengurusan, sehingga untuk meminimalisir berbagai kendala yang ada seluruh pengurus tau dan saling membantu menyelesaikannya secara bersama”.<sup>95</sup> Untuk itu PP IPPNU harus dapat memberikan tauladan yang baik dalam proses mengembangkan organisasi yang akan ditiru oleh IPPNU di masing-masing daerah.

---

<sup>95</sup> Wawancara pribadi dengan Koordinator Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi Rekanita Darojatur Rofiah Pada tanggal 08 Agustus 2021.

## **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.



Sehfudin, 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.



## Lampiran – lampiran

Gambar 1.1 Scan SK PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021



### PENGURUS BESAR NAHDLATUL ULAMA

Jl. Kramat Raya No. 164 Jakarta 10430 Telp. (021) 31923033, 3908424 Fax (021) 3908425  
E-mail : setjen@nu.or.id - website : http://www.nu.or.id

Surat Keputusan Pengurus Besar Nahdlatul Ulama  
Nomor: 334/A.II.04/03/2019

Tentang:

**PENGESAHAN PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA**  
Masa Khidmat : 2019 - 2022

Pengurus Besar Nahdlatul Ulama

- Menimbang : Surat Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama, Nomor 001/PP/IA/7455/XVIII/2019, tanggal 8 Rajab 1440 H / 15 Maret 2019 M, tentang Permohonan Pengesahan;
- Memperhatikan : Bahwa personalia Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama hasil rapat formatur telah menyatakan kesediaannya untuk menjadi Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama dan telah memenuhi ketentuan organisasi.
- Mengingat : 1. Keputusan Muktamar ke-33 Nahdlatul Ulama Tahun 2015 di Jombang;  
2. Pasal 13; Pasal 16 Ayat (3); Pasal 24; Anggaran Dasar Nahdlatul Ulama;  
3. Pasal 16 Ayat (2); Pasal 18 (1), (2), (3), (4), (5), (6) Huruf f; Pasal 20; Pasal 38; Pasal 54 Ayat (1); Anggaran Rumah Tangga Nahdlatul Ulama.

Dengan senantiasa bertawakal kepada Allah Subhanahu wa Ta'ala seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya :

#### MEMUTUSKAN

- Menetapkan :  
Pertama : Mencabut Surat Keputusan PBNU Nomor: 51.a/II.04/08/2017, tanggal 23 Dzulqo'dah 1438 H / 16 Agustus 2017 M, tentang Pengesahan Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Antar Waktu Masa Khidmat 2017-2018 dan membubarkan pengurusnya dengan ucapan terima kasih atas pengabdianya.
- Kedua : Mengesahkan Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama Masa Khidmat 2019 - 2022 dengan susunan pengurus sebagaimana terlampir.
- Ketiga : Mengamanatkan kepada Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama tersebut di atas, untuk melaksanakan tugas-tugas organisasi, dengan keharusan untuk senantiasa berpedoman kepada Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga Nahdlatul Ulama, peraturan-peraturan organisasi yang berlaku di lingkungan Nahdlatul Ulama, serta petunjuk Pengurus Besar Nahdlatul Ulama.
- Keempat : Keputusan ini mulai berlaku pada tanggal ditetapkan. Apabila dalam penetapannya terdapat perubahan dan kekeliruan, Surat Keputusan ini akan ditinjau kembali sebagaimana mestinya.

Ditetapkan di : JAKARTA  
Pada tanggal : 14 Rajab 1440 H / 21 Maret 2019 M  
Berakhir Pada : 21 Maret 2022 M

KH. Miftachul Akhyar  
Pejabat Rais Aam

KH. Yahya Cholil Staquf  
Katib Aam

Prof. Dr. KH. Said Anis Siroj  
Ketua Umum

DR. KH. A. Heimy Faishal Zaini  
Sekretaris Jenderal



## PENGURUS BESAR NAHDLATUL ULAMA

Jl. Kramat Raya No. 164 Jakarta 10430 Telp. (021) 31923033, 3908424 Fax (021) 3908425  
E-mail : setjen@nu.or.id - website : http://www.nu.or.id

Lampiran SK. PBNU Nomor: **334/A.II.04/03/2019**  
Tanggal : **14 rajab 1440 H / 21 Maret 2019 M**

### SUSUNAN PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA Masa Khidmat 2019 - 2022

#### PELINDUNG

Pengurus Besar Nahdlatul Ulama

#### PEMBINA

Dra. Hj. Khoffah Indar Parawansa  
Hj. Mahfudhoh Aly Ubaid  
Dra. Hj. Machsanah Asnawi Latif  
Dra. Hj. Ida Fauziyah  
Drg. Hj. Ulfa Masfufah, MA  
Hj. Safira Machrusah, MA  
Ratu Dian Hatifah, S.Ag

Siti Soraya Devi Zaini, SH  
Maghfiroh, M.Si  
Hj. Wafa Patria Umma, S.Pd I  
Hj. Margaret Aliyatul Maimunah  
Farida Faricha  
Puti Hasni

#### PENGURUS HARIAN

**Ketua Umum** : Nurul Hidayatul Ummah  
Ketua I : Nurul Hidayati  
Ketua II : Sri Nur Alingsih  
Ketua III : Nur Ainul Laila  
Ketua IV : Eva Nur Latifah  
Ketua V : Nurul Fatmah  
Ketua VI : Zulalikhah  
Ketua VII : Halimah Tusyadiyah  
Ketua VIII : Syamsaka Zakimi  
**Sekretaris Umum** : Nafisatul Husniah  
Sekretaris I : Nurul Afifah Marwatin  
Sekretaris II : Wahidatus Solihah  
Sekretaris III : Utami Nur Kholifah  
Sekretaris IV : Fadhilati Haqiqi  
Sekretaris V : Shariyani  
Sekretaris VI : Bayu Fitriyah Bliqis  
Sekretaris VII : Anis Izdieha  
Sekretaris VIII : Esti Kurniati  
**Bendahara Umum** : Wasfi Velasufah  
Bendahara I : Nanik Maulida  
Bendahara II : Siti Nur Khalidah  
Bendahara III : Radina Qismah  
Bendahara IV : Liginia Tri Surya R  
Bendahara V : Anti Husnawati  
Bendahara VI : Arina Salamah  
Bendahara VII : Leni Herfina  
Bendahara VIII : Sri Wahyuni S Moha

  
KH. Miftachul Akhyar  
Pejabat Rais Aam

  
KH. Yahya Cholil Staquf  
Katib Aam

  
Prof. Dr. KH. Said Aqil Siradj  
Ketua Umum

  
Ir. H. A. Helmy Faishal Zaini  
Sekretaris Jenderal

Dipindai dengan CamScanner

Gambar 3. Scan SK PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021



## PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA

Sekretariat : Gedung PBNU Lt. 6, Jl. Kramat Raya No. 164 Jakarta Pusat 10410  
Telp/Fax: (021) 21237197 E-mail: ppippnu@ymail.com Website: www.ippnu.or.id

**LAMPIRAN SURAT PENGESAHAN PP IPPNU**  
Nomor : 001/PP/SP/7455/XVIII/III/2019

### SUSUNAN PENGURUS PIMPINANAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA MASA BAKTI 2018 -2021

<b>Pelindung Pembina</b>	: <b>Pengurus Besar Nahdlatul Ulama (PBNU)</b> 1. Dra. Hj. Khofifah Indar Parawansa 2. Hj. Mahfudhoh Aly Ubaid 3. Dra. Hj. Machsannah Asnawi Latif 4. Dra. Hj. Ida Fauziyah 5. Drg. Hj. Ulfa Masfufah, MA 6. Hj. Safira Machrusah, MA 7. Ratu Dian Hatifah, S.Ag 8. Siti Soraya Devi Zaini, SH 9. Maghfiroh, M.Si 10. Hj. Wafa Patria Umma. S.Pd I 11. Hj. Margaret Aliyatul Maimunah 12. Farida Faricha 13. Puti Hasni
<b>Pengurus Harian</b>	
<b>Ketua Umum</b>	: <b>Nurul Hidayatul Ummah</b>
<b>Ketua I</b>	: Nurul Hidayati
<b>Ketua II</b>	: Sri Nur Ainingsih
<b>Ketua III</b>	: Nur Ainul Laila
<b>Ketua IV</b>	: Eva Nur Latifah
<b>Ketua V</b>	: Nurul Fatonah
<b>Ketua VI</b>	: Zulaikhah
<b>Ketua VII</b>	: Halimah Tusya'diyah
<b>Ketua VIII</b>	: Syamazka Zakimi
<b>Sekretaris Umum</b>	: <b>Nafisatul Husniah</b>
<b>Sekretaris I</b>	: Nurul Afifah Marwatin
<b>Sekretaris II</b>	: Wahidatus Solihah
<b>Sekretaris III</b>	: Utami Nur Kholifah
<b>Sekretaris IV</b>	: Fadhilati Haqiqi
<b>Sekretaris V</b>	: Shariyani
<b>Sekretaris VI</b>	: Bayu Fitriyah Bilqis
<b>Sekretaris VII</b>	: Anis Izzieha
<b>Sekretaris VIII</b>	: Esti Kurniati
<b>Bendahara Umum</b>	: <b>Whasfi Velasufah</b>
<b>Bendahara I</b>	: Nanik Maulida
<b>Bendahara II</b>	: Siti Nur Khalidah
<b>Bendahara III</b>	: Radina Qismah
<b>Bendahara IV</b>	: Ligina Tri Surya R
<b>Bendahara V</b>	: Anti Husnawati
<b>Bendahara VI</b>	: Arina Salamah
<b>Bendahara VII</b>	: Leni Herfina
<b>Bendahara VIII</b>	: Sri Wahyuni S Moha

Gambar 4. Scan SK PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021



## PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA

Sekretariat : Gedung PBNU Lt. 6, Jl. Kramat Raya No. 164 Jakarta Pusat 10410  
Telp/Fax: (021) 21237197 E-mail: ppippnu@gmail.com Website: www.ippnu.or.id

### Departemen-departemen:

#### A. Departemen Pengembangan Organisasi

**Koordinator** : Nur Malia Inarotud Duja  
**Anggota** : Aan Anisa  
Binti Musyarofah  
Erniyanti Nur Fatahhela Dewi  
Haibatun Nisa'  
Miftahul Jannah  
Siti Rohimah  
Syifa Fauzia  
Eni Sapura

#### B. Departemen Pendidikan, Pengaderan, dan Pengembangan SDM

**Koordinator** : Septiani  
**Anggota** : Bara Putri Rianda Hardiyanti  
Endah Sugiarti  
Muthii'atul Munawwarah  
Nafidah Inarotul Huda  
Puput Kurniawati  
Salsatul Milati  
Siti Nurul Khotimah  
Siti Rohimah  
Wanda Amalia

#### C. Departemen Pengembangan Komisariat

##### 1. Pengembangan Komisariat Sekolah

**Koordinator** : PutriEka Kusuma Wardani  
**Anggota** : Emy Natun Na'imah  
Finna Lutviyanita  
Siti Ulfatul H  
Susilawati

##### 2. Pengembangan Komisariat Pesantren

**Koordinator** : Husnul Alfia Aulia  
**Anggota** : Fiki Fasna  
Kholisoh  
Milatu Sari'ah  
Nia Agustin  
Yusniatul Mukaromah

##### 3. Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi

**Koordinator** : Darojatur Rofiah  
**Anggota** : Hesty Putri Utami  
Mardatillah  
Marhaban  
Nadya  
Siti Fatimah



## PIMPINAN PUSAT IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA

Sekretariat : Gedung PBNU Lt. 6, Jl. Kramat Raya No. 164 Jakarta Pusat 10410  
Telp/Fax: (021) 21237197 E-mail: ppippnu@gmail.com Website: www.ippnu.or.id

### D. Departemen Humas dan Luar Negeri

**Koordinator** : Dwi Niar Damayanti  
**Anggota** : Agnes Annisa Utami  
Anisatul Kamelia  
Chanifia Izza Millata  
Hana Nahifah  
Ifa Ashilatul Kharomiyah  
Khofifatus Saadah  
Ifa Ashilatul Karomiyah  
Nikki Leres Mulyati  
Resti  
Syifa Dzihni Hafidzah  
Vina Widyawati

### E. Departemen Hubungan Pesantren dan Sosial Masyarakat

**Koordinator** : Nikmatur Khoiriyah  
**Anggota** : Deviani  
Intan Nabilah  
Jannah  
Karin Nur Azizah Al-Maulidy Maburr  
Qonita  
Rabiatul Adabiah

### F. Departemen Budaya dan Olahraga

**Koordinator** : Elsi Meidyafitei  
**Anggota** : Ayu Faras  
Dara Maharani Qomara  
Neri Munawiroh  
Nurrica Harlinda  
Siti Nurrobiatul Adawiyah  
Siti Nurhabibah  
Wardatul Ula


### G. Departemen Ekonomi dan Kewirausahaan

**Koordinator** : Baiq Huriyah  
**Anggota** : Aimul Ulumiyah  
Citra Mayasari  
Li Nasihah  
Mala Antika  
Nailu Farh  
Nia Kurniasih  
Siti Nafisah Ahmad  
Yus Ambarwati

Gambar 1.2 Program Kerja PP IPPNU Masa Bakti 2019 – 2021

No	Program Kerja	PIC
1	Rapat Kerja Nasional	Dep. Pengembangan Organisasi
2	Konferensi Besar	
3	Rapat Pimpinan Nasional	
4	Kongres	
5	Sosialisasi PDPRT, PPOA dan Juklak Kaderisasi	Departemen P3SDM
6	Sinkronisasi Kaderisasi dengan IPNU:	
7	Workshop Kaderisasi	
8	Launching Buku Panduan Kaderisasi & Sosialisasi Kebijakan Kaderisasi	
9	Kaderisasi Nasional (Leadership Camp)	Dep. Pengembangan Komisariat
10	Bank Data Kaderisasi	
11	Pengumpulan Database Komisariat, PKPT, Sekolah berbasis NU, Maarif, PK Pondok Pesantren	
12	Optimalisasi MoU dengan Lembaga Ma'arif	
13	Menjalin MoU dengan RMI	Dep. Humas dan Luar Negeri
14	Pembuatan Juklak Komisariat	
15	Revitalisasi PK	
16	Pelatihan bahasa pengurus.	
17	Inkubator santri	Dep. Hubungan Pesantren dan Sosial Masyarakat
18	Batch I (SMA)	
19	Batch II (Mahasiswa)	
20	Rihlah santri Internasional.	
21	Summer camp	Dep. Ekonomi dan Kewirausahaan
22	Pusat informasi beasiswa dan kegiatan Internasional.	
23	Audiensi.	
24	Pelatihan persyaratan beasiswa.	
25	Pekan Santri	Departemen Budaya dan Olahraga
26	Inventarisir Ponpes yang berfiliasi ke NU	
27	Bank Sampah Pelajar (BSP)	
28	Kemah Bakti Santri	
29	Pelatihan budidaya ikan di pesantren	Dep. Janjangan Komunikasi dan Informatika
30	IPPNU Mengabdikan	
31	Aksi Solidaritas	
32	Journalistik kepesantrenan	
33	memperingati hari besar islam	LEMBAGA KONSELING PELAJAR
34	konten kepesantrenan	
35	sosialisasi tentang kesehatan wanita	
36	Pelatihan Daiyah	
37	Workshop Pembinaan Kewirausahaan	LITBANG
38	Kerjasama dengan Badan Ekonomi Kreatif	
39	Online Shop dan Offline Shop	
40	Mengikuti Bazar PBNU dan Banom	
41	Duta Pelajar Entrepreneurship	KPP
42	Olahraga Internal Pengurus Pusat	
43	Pekan Olahraga Pelajar NU Nasional (POPNU)	
44	Duta IPPNU	
45	Sanggar Seni	
46	Konten Media Kreatif	
47	Pengadaan Barang dan Jasa	
48	Optimalisasi Media Sosial	
49	Pembentukan Admin PW dan PC	
50	Pembertan Informasi Terpusat	
51	Internet Sehat	
52	Smart Netizen Hajar Hoax	
53	Melanjutkan MoU dengan BKKBN & BNN	
54	Forum konseling via media social "pelecehan & kekerasan seksual"	
55	Bimbingan Beasiswa	
56	Penyeragaman logo LKP dan Pembuatan Media sosial	
57	Dokumentasi Hasil Kongres	
58	Penyusunan Database IPPNU	
59	IPPNU Meneliti	
60	Pernyataan Sikap	
61	Upgrading Skill	
62	Writing Skill	
63	Open Submission : Contents for Website	
64	IPPNU Challenge	
65	KPP Goes to	
66	Semarak KPP	
67	Millenial Student Camp	
68	Peringatan Hari Kesehatan Nasional	
69	Diklatnas	

Gambar 1.3 Biodata Narasumber, Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi, Nurul Hidayati

		<h2>Nurul Hidayati, S. Psi</h2> <p>Tempat/tanggal lahir : Pasuruan, 09 Maret 1994</p> <p>Status : Lajang/ Belum menikah</p> <p>Alamat : Jl. Pesantren [redacted] Pandaan Pasuruan</p> <p>No [redacted] E-mail [redacted]</p>
<h3>Skills</h3> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analytical Thinking</li> <li>• Memahami alat ukur psikologi</li> <li>• Mampu dalam administrasi pengukuran psikologi</li> <li>• Mampu mengintrepretasi tes non-ability</li> <li>• Memahami Undang – Undang Ketenagakerjaan</li> <li>• Memahami proses pembuatan TNA (Training Need Analysis)</li> <li>• Memahami proses pembuatan analisis jabatan.</li> <li>• Konseling psikologis karyawan, maupun perkembangan</li> <li>• Mampu mengolah data lapangan dan mengintrepretasi menggunakan program SPSS</li> <li>• Mampu mengoperasikan Microsoft Office</li> </ul>	<h3>Education</h3> <p><b>Sarjana</b></p> <p>Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya, 2012-2016</p> <p>GPA: 3.60</p> <p>Fakultas Psikologi dan Kesehatan, program studi psikologi, konsentrasi psikologi klinis dengan pendalaman kompetensi ;</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Assesmen Klinis</li> <li>• Psikiatri</li> <li>• Psikodinamika</li> <li>• Psikofarmakologi</li> <li>• Psikologi Kesehatan</li> </ul>	
<h3>Language</h3> <p>1. English</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Understanding : Good</li> <li>• Speaking : Good</li> <li>• Writing : Good</li> </ul>	<h3>Background Study</h3> <p>2. Formal Study:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• SD Maarif Jogosari , Tahun 2000-2006</li> <li>• SMP Negeri 1 Pandaan, Tahun 2006-2009</li> <li>• SMA Negeri 1 Pandaan Jurusan IPA, Tahun 2009-2012</li> <li>• Prodi Psikologi UIN Sunan Ampel Surabaya, Tahun 2012 – 2016</li> </ul> <p>3. Non-Formal Study:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Program Pelatihan IT Entrepreneur Tahun 2015</li> </ul>	



## Work Experience

- Tester di Biro Psikologi Adi Cipta Mandiri Surabaya
- Tester di Biro Psikologi Dr. Soetomo Surabaya
- Tester di Biro Psikologi Tjiptoning Surabaya
- Tester di Biro Psikologi Exensia Surabaya
- Tester di Biro Psikologi Signal Mandiri HRC Surabaya
- Peneliti Lembaga Penelitian dan Pengabdian Masyarakat UIN Sunan Ampel Surabaya
- Praktek Kerja Lapangan di RSJ Menur Surabaya
- Tutor di Bimbingan Belajar Apis Indonesia
- Pembina pramuka MI Fatchul Huda Mlaten Plintahan
- Karyawati Quick Chicken Japanan

## Achievement

- Delegasi Jambore Pemuda Indonesia Tahun 2015
- Delegasi East Java Inspiring Youth Tahun 2015
- Peserta terbaik Latihan Pelatih Nasional Tahun 2015
- Duta Pelajar Putri Sehat Jawa Timur Tahun 2011

## Organization Histories

- Ketua PC IPPNU Bangil
- Anggota Lembaga Konseling Pelajar PW IPPNU Jawa Timur
- Anggota Purna Prakarya Muda Indonesia
- Anggota Forum Negarawan Muda
- Anggota HMJ Psikologi
- Anggota di Psycholearner
- Anggota Gusdurian Pasuruan
- Koordinator Devisi Kerohanian Pramuka

## Personal Information

### About Me

- Aktif di beberapa organisasi
- Terpilih menjadi penerima beasiswa penuh dari Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Terpilih menjadi tim peneliti di Lembaga Penelitian Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya
- Aktif di beberapa biro psikologi di Surabaya
- Mampu bekerja dengan efektif dan efisien, baik secara mandiri maupun dengan tim.
- Ramah dan mudah bersosialisasi.
- Mempunyai kemampuan persentasi dan komunikasi dengan lancar.
- Enerjik dan kreatif.
- Mudah dalam bergaul dan berinteraksi.
- Tanggap dengan lingkungan sekitar.
- Tegas, disiplin dan tanggung jawab.

Pasuruan, Oktober 2016

NURUL HIDAYATI

Gambar 1.4. Biodata Narasumber, Sekretaris Umum PP IPPNU, Nafisatul Husniah

**CURICULUM VITAE**

<b>DATA DIRI</b>	
1	Nama Lengkap : Nafisatul Husniah
2	NIK : ██████████
3	Tempat, Tanggal Lahir : Kediri, 3 Desember 1993
4	Jenis Kelamin : Perempuan
5	Agama : Islam
6	Status Perkawinan : Belum Kawin
7	Alamat sesuai KTP : ██████████ Kecamatan Ngasem Kabupaten Kediri
8	Alamat Tinggal : Jl. Kramat Lontar H-92 Senen Jakarta Pusat

<b>CONTACT PERSON DAN AKUN MEDIA SOSIAL</b>	
1	Nomor Handphone : ██████████
2	Email : ██████████
3	Akun Facebook : @NafisatulHusniah
4	Akun Twitter : @NafisatulHusnia
5	Akun Instagram : @nafisatul_husniah

<b>RIWAYAT PENDIDIKAN FORMAL</b>			
NO	LEMBAGA PENDIDIKAN	JURUSAN	TAHUN
1	SDN Gogorante	-	2000 - 2006
2	MTsN 2 Kota Kediri	-	2006 - 2009
3	SMKN 2 Kediri	Administrasi Perkantoran	2009 - 2012
4	UIN Sunan Ampel Surabaya	Psikologi	2012 - 2016
5	Pascasarjana UIN Sunan Ampel Sur	Ekonomi Syariah	2017 - sekarang

<b>RIWAYAT PENDIDIKAN NON FORMAL</b>			
NO	LEMBAGA PENDIDIKAN	JURUSAN	TAHUN
1	Excellent English Course	Pendalaman Bahasa Inggris	2015
2	Mata Air Foundation	Bimbingan Perguruan Tinggi	2012

<b>RIWAYAT PEKERJAAN/ PROFESI</b>			
NO	LEMBAGA/ INSTITUSI	PEKERJAAN/ JABATAN	TAHUN
1	SMA Terpadu YPPI Nurul Huda	Guru Bimbingan Konseling	2017 - 2019
2	Kementerian Sosial	Pendamping PKH	2019

<b>RIWAYAT ORGANISASI</b>			
NO	LEMBAGA/ ORGANISASI	POSISI/ JABATAN	TAHUN
1	Himaprodi Psikologi	Devisi Kerohanian	2014
2	SeBAYA PKBI Jawa Timur	Konselor Remaja	2015 - 2016
3	Aliansi Mahasiswa Bidikmisi	Wakil Ketua 2	2014 - 2015
4	Gerakan IAIN Sunan Ampel Menulis	Sekretaris	2013

<b>RIWAYAT PENGABDIAN DI NU (Jika ada)</b>			
NO	Tingkatan/ Banom/ Lembaga	Posisi	Tahun
1	Ranting IPPNU Gogorante	Bendahara	2011 - 2013
2	PAC IPPNU Ngasem	Sekretaris	2012 - 2014

3	PC IPPNU Kab. Kediri	Jaringan Komunikasi dan Inform	2012 - 2014
4	PW IPPNU Jawa Timur	Lembaga Jurnalistik	2015 - 2016
5	PW IPPNU Jawa Timur	Wakil Sekretaris 1	2016 - 2019
6	PW LKKNU Jatim	Devisi	2018 - 2019
7	PP IPPNU	Sekretaris Umum	2019 - 2022

#### **RIWAYAT PELATIHAN**

NO	NAMA PELATIHAN	PENYELENGGARA	TAHUN
1	Jurnalistik	Duta Masyarakat	2016
2	Masa Kesetiaan Anggota IPPNU	PAC IPPNU Ngasem	2011
3	Latihan Kader Muda IPPNU	PAC IPPNU Pagu	2012
4	Training of Trainer	PC IPPNU Kab Kediri	2012
5	Latihan Kader Utama	PW IPPNU Jawa Timur	2015
6	Madrasah Kader NU	PWNU Jawa Timur	2018

#### **RIWAYAT PRESTASI/ PENGHARGAAN (Jika ada)**

NO	PENGHARGAAN/ JUARA	LEMBAGA/ INSTITUSI	TAHUN
1	Juara III lomba menulis Essay	PW IPNU Jatim	2014
2	Awardee Beasiswa Bidikmisi	UIN Sunan Ampel Surabaya	2012
3	Wisudawan Terbaik Fakultas Psikold	UIN Sunan Ampel Surabaya	2016
4	Awardee Beasiswa DIPA BLU UINSA	UIN Sunan Ampel Surabaya	2016

#### **RIWAYAT KARYA TULIS (Jika ada)**

NO	LEMBAGA/ INSTITUSI	POSISI/ JABATAN	TAHUN
1	Pusat Penelitian UINSA	Peneliti	2015 - 2016
2	Jurnal Indonesia	Penulis Lepas	2012 - 2014
3	Duta Masyarakat	Penulis Lepas	2012 - 2014
4	Serambi Indonesia	Penulis Lepas	2012 - 2014
5	Harian Analisa	Penulis Lepas	2012 - 2014
6	Harian Suara Karya	Penulis Lepas	2012 - 2014
7	Radar Surabaya	Penulis Lepas	2012 - 2014

#### **PENGUASAAN BAHASA**

NO	BAHASA	STATUS (Aktif/ Pasif)	KETERANGAN
1	Bahasa Inggris	Pasif	
2	Bahasa Arab	Pasif	

#### **PEMINATAN**

NO	BIDANG	MINAT	KETERANGAN
1	Kepennulisan	Menulis Artikel / Berita	
2	Desain Grafis	esain Sederhana dengan Corel Dra	

Gambar 1.5 Biodata Narasumber, Koordinator Departemen Pengembangan Komisariat Perguruan Tinggi, Darojatur Rofiah

**DAROJATUR ROFIAH**  
BREBES, 25 FEBRUARI 1995

[Redacted Contact Information]

### ABOUT ME

hal Nama Saya Darojatur Rofiah atau biasa dipanggil Ovi.  
Saya orang yang senang dan mudah bersosialisasi, berlemu, bahkan bekerja sama dengan orang yang baru saya kenal. Saya pun dikenal sebagai pendengar yang baik.

### EXPERIENCES

MI MATHLABUL ULUM DUKUH TENGAH / 2002-2008

SMPN 1 KERSANA / 2008-2010

MA ASY-SYAMSURIYAH / 2011-2014

UNIVERSITAS INDRAPRASTA PGRI / 2016-2020

### SKILLS

COMMUNICATION ██████████

PRESENTATION ██████████

CASE SOLVING ██████████

### INTERESTS

READING NOVELS ██████████

GARDENING ██████████

TRAVELING ██████████

GURU TK AR ROFII

GURU MI

Gambar 1.6 Wawancara Narasumber, Ketua 1 Bidan Pengembangan Organisasi, Nurul Hidayati



Gambar 1.7 Wawancara Narasumber, Sekretaris Umum PP IPPNU, Nafisatul Husniah



Gambar 1.8 Wawancara Narasumber, Koordinator Departemen Pengembangan  
Komisariat Perguruan Tinggi (PKPT) PP IPPNU, Darojatur Rofiah



Gambar 1.9 Contoh Surat PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021



**PIMPINAN PUSAT  
IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA**

*Sekretariat: Gedung PBNU Lt. 6 Jalan, Kramat Raya No. 164 Jakarta Pusat 1040  
Telp/Fax : (021) 21237197 Email: pppppnu@gmail.com Website: www.ippnu.or.id*

Nomor : 010/PP/S.Ins.PP/7455/XIX/VII/2021  
Lampiran : -  
Perihal : **Instruksi**

Yth.  
**Seluruh Tingkatan Kepengurusan IPPNU**  
di tempat

*Assalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh  
Bismillahirrahmannirrahim*

Salam silaturahmi kami sampaikan semoga Allah SWT senantiasa memberikan hidayah kepada kita semua. Amin.

Sebagai tindak lanjut Surat Instruksi sebelumnya, mengenai upaya pencegahan merebaknya wabah Covid-19 di Indonesia, Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama menginstruksikan kepada seluruh Pimpinan Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama agar:

1. Tidak menyelenggarakan kegiatan-kegiatan massal yang melibatkan banyak orang selama wabah ini belum berakhir.
2. Mematuhi protokol kesehatan sesuai anjuran pemerintah (memakai masker, menjaga jarak, mencuci tangan, menghindari kerumunan, dan mengurangi aktivitas keluar rumah).
3. Menginformasikan dan sosialisasi secara masif keseluruh tingkatan IPPNU dan Masyarakat terkait wabah Covid-19 dan selalu mematuhi protokol kesehatan.
4. Tidak bersilaturahmi secara langsung kerumah Kyai atau sesepuh NU disetiap tingkatan serta tidak mengundang Kyai maupun sesepuh NU dalam kerumunan seperti pengajian.
5. Membaca sholawat nariyah, sholawat tibbil qullub dan doa untuk keselamatan bangsa dari wabah Covid-19.

Demikian Surat Instruksi ini dibuat untuk menjadi perhatian bersama.

*Wallahul muwaffiq ila aqwamith thariq,  
Wassalamu'alaikum warahmatullahi wabarakatuh*

Jakarta, 26 Dzulqa'dah 1442 H  
6 Juli 2021 M

PIMPINAN PUSAT  
IKATAN PELAJAR PUTRI NAHDLATUL ULAMA

**NURUL HIDAYATUL UMMAH**  
Ketua Umum



**NAFISATUL HUSNIAH**  
Sekretaris Umum

## Wawancara Ketua 1 Bidang Pengembangan Organisasi Masa Bakti 2018-2021

Nama : Nurul Hidayati, S.Psi

Hari/Tanggal : Jum'at, 05 Februari 2021

Waktu : 15.30 WIB

Tempat : Via Telepon Selular

### 1. Pertanyaan :

Bagaimana proses pengembangan organisasi yang terjadi pada PP IPPNU?

Jawaban :

Untuk pengembangan organisasi karena di masa pandemi ada beberapa adaptasi yang dilakukan, yang semula dilakukan secara tatap muka akhirnya di ganti dengan kegiatan virtual. Artinya untuk pengembangan organisasi ini IPPNU tetap bisa eksis, tetap bisa berjalan secara organisasi meskipun pada masa pandemi. Ada beberapa formula atau hal – hal kita perlukan berkaitan Penguatan pada organisasi, yang pertama pelantikan atau baiat sumpah janji pengurus. Tujuan dilaksanakannya pelantikan untuk menumbuhkan kembali semangat Rekanita untuk mengemban amanah berorganisasi. Yang kedua melaksanakan rapat kerja (RAKER) yang mana bertujuan untuk menyusun program – program organisasi sesuai dengan kebutuhan di masing – masing daerah. Yang ketiga ada Konferensi besar membahas tentang pedoman organisasi, rapat pimpinan untuk konsolidasi organisasi mencari zona hijau untuk konsolidasi. Yang Keempat yaitu melangsungkan regenerasi, sebagai organisasi pengkaderan perlu adanya regenerasi kepemimpinan sehingga diadakan Kongres yang bertujuan untuk dilaksanakannya pergantian kepemimpinan.

PDPRT dan PPOA merupakan pedoman organisasi yang harus dilakukan. Namun apabila di tingkatan pimpinan akan melaksanakan kebijakan



tertentu, selama tidak bertentangan dengan PDPRT dan PPOA maka dipersilahkan.

2. Pertanyaan :

Bagaimana fungsi analisis SWOT yang terdiri dari (*Strengths*) kekuatan, (*weaknesses*) kelemahan, (*opportunities*) peluang, dan juga (*threats*) ancaman dalam hal pengembangan organisasi, dan bagaimana solusinya?

Jawaban :

Sebelum pelantikan dan menyusun program kerja sudah dilaksanakannya analisis SWOT

a. Kekuatan

PP IPPNU merupakan Pimpinan yang paling tinggi sehingga Sumber Daya Manusia (SDM) sudah melalui proses dari bawah yang mana seluruh pengurus pimpinan pusat di rekomendasikan dari masing – masing pimpinan wilayah.

b. Stake Holder

PP IPPNU mempunyai banyak stake holder yang bisa menjadi kekuatan untuk bekerja sama, seperti halnya dengan kementerian dan para tokoh besar.

c. Kelemahan

Pengurus PP IPPNU masih membawa karakter kedaerahannya.

Ada beberapa pengurus yang tidak stay di Jakarta sehingga susah jika di butuhkan secara fisik.

Untuk saat ini PP IPPNU sedang dalam proses memperbaiki kelemahan tersebut, karena ketika kelemahan itu tidak diperbaiki maka akan menjadi hambatan pada organisasi.

d. Peluang

Pada tingkatan Pimpinan Pusat, adanya peluang sangat banyak. Karena jaringannya sudah Satu Indonesia, sehingga harus bisa memanfaatkan semaksimal mungkin. Seperti halnya kerjasama dengan

kementrian Pendidikan untuk membantu memberikan pendidikan di pedalaman yang bertempat di Kabupaten Sorong, Papua Barat.

e. Ancaman

Ancaman yang terjadi saat ini adalah Radikalisme yang menyerang di tingkatan sekolah.

3. Pertanyaan :

Apakah ada program khusus yang dilaksanakan oleh departemen pengembangan organisasi dalam mengembangkan organisasi?

Jawaban :

- a. Pengembangan secara internal
- b. Lebih banyak melakukan konsolidasi organisasi
- c. Melakukan kerjasama dg bidang lain

4. Pertanyaan :

Bagaimana strategi komunikasi antara departemen organisasi dengan departemen yang lain guna mengembangkankan organisasi?

Jawaban :

Strategi Komunikasi yang dilakukan dengan cara komunikasi secara langsung, bertatap muka. Apabila ada masalah yang perlu diselesaikan maka akan diadakannya rapat koordinasi untuk mencari solusi atau penyelesaian terbaik bersama.

5. Pertanyaan :

Apakah ada kerjasama antar departemen untuk mengembangkan organisasi IPPNU?

Jawaban :

Ada, yaitu dengan melakukan pendekatan secara emosional

6. Pertanyaan :

Dimasa pandemi seperti sekarang ini, bagaimana komunikasi antara pengurus PP IPPNU? Dan melalui media apa sajakah PP IPPNU membagikan kegiatan – kegiatan program kerja dan agenda ?

Jawaban :

Komunikasi yang dilakukan oleh pengurus saat ini melalui WhatsApp Group untuk saling ber koordinasi melalui rapat terkait dengan program kerja atau kegiatan yang akan dilaksanakan. Apakah ada kencadala atau tidak? Kalaupun ada kendala, apa kendalanya dan sekiranya bisa di selesaikan atau tidak permasalahan itu. Kita mencari kesepakatan kebanyakan melalui rapat dari group WhatsApp tersebut. Untuk media yang di gunakan, PP IPNU mempunyai akun Facebook, Instagram dan juga Twitter, yang mana dari ketiga media sosial tersebut merupakan media yang sedang eksis di kalangan masyarakat terutama pelajar dan juga santri. Jadi dengan menggunakan media soisal tersebut kegiatan dari PP IPPNU itu sendiri dapat di lihat dan diikuti oleh seluruh anggota di Nusantara. PP IPPNU juga mempunyai akun youtube, nah akun youtube juga sangat efektif ketika di jadikan sebagai media kita untuk mengadakan kegiatan seperti webinar, live streaming do'a bersama dan juga kegiatan yang lainnya.

Tidak hanya media sosial saja, PP IPPNU juga mempunyai blog atau website [ippnu.or.id](http://ippnu.or.id). pda website tersebut berisi tentan karya tulis ilmiah dari rekanita IPPNU berupa artikel. Tidak hanya artikel pada website PP IPPNU juga tertulis sejarah, serta Visi dan Misi IPPNU.

## Wawancara Sekretaris PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021

Nama : Nafisatul Husniyah  
Hari/Tanggal : Senin, 01 Maret 2021  
Waktu : 09.30 WIB  
Tempat : Via Telepon Seluler

### 1. Pertanyaan :

Bagaimana proses komunikasi dan koordinasi dengan seluruh pengurus PP IPPNU?

Jawaban :

Semua pengurus Pimpinan Pusat Masuk pada group WhatsApp, sehingga proses koordinasi pengurus saat ini melalui Virtual yaitu melalui group watsApp itu sendiri. Selain itu juga sering mengadakan rapat – rapat yang menghadirkan semua pengurus baik untuk mempersiapkan suatu acara atau program maupun untuk evaluasi program. Misalkan program eman bulan kemaren itu apakah sudah berjalan semuanya? Kalau sudah berjalan, seperti apa perjalanannya kalau belum berjalan apa kendalanya? Dan kira - kira masih bisa dijalankan atau tidak. Untuk tugas dan tanggung jawabnya sudah ada bagiannya masing – masing, karena di PP IPPNU ada 8 departemen dan 3 lembaga.

### 2. Pertanyaan :

Bagaimana komunikasi bermedia yang di lakukan oleh pengurus PP IPPNU?

Jawaban :

Ada beberapa media yang di gunakan untuk berkomunikasi antara pengurus PP IPPNU. Namun yang menjadi intens dalam berkomunikasi saat ini

menggunakan WhatsApp Group Pengurus PP IPPNU untuk saling berkoordinasi.

Namun agar kegiatan PP IPPNU tetap eksis di kalangan pelajar dan santri, PP IPPNU memiliki 4 media sosial diantaranya Facebook, Instagram, Twitter dan juga Youtube. Sehingga kegiatan program kerja dan agenda PP IPPNU dapat diakses dengan mudah. Untuk pengelolanya sendiri terdiri dari pengurus Departemen Jaringan Komunikasi dan Informasi.

3. Pertanyaan :

Bagaimana cara pendekatan antara pengurus PP IPPNU dengan pengurus Pimpinan Wilayah (PW) se-Indonesia dalam mengembangkan organisasi?

Jawaban :

Untuk pendekatan saat ini juga selalu update melalui WhatsApp Group Pimpinan Pusat dengan Pimpinan Wilayah seluruh Indonesia. Di pimpinan pusat sendiri pada saat KONBES membentuk koordinator wilayah (KORWIL) yang dibagi menjadi 5 wilayah atau 5 Zona, dan setiap zona itu ada PIC dari pusat yang memang bertugas untuk mendampingi wilayah tersebut dalam hal komunikasi, kaderisasi dan pengembangan organisasi.

Ada juga rapat permasing – masing zona yang sifatnya insidental, seperti halnya pada wilayah Indonesia Timur untuk Papua Barat sudah terbentuk dan untuk bagian Papua sendiri belum terbentuk itu biasanya ada rapat koordinasi bagaimana seandainya pembentukan di Papua seperti apa dan siapa saja SDM yang perlu di libatkan untuk pendirian pimpinan wilayah Papua. Ada juga yang insidental seperti halnya dari pusat ada program baru yaitu program database dan teman-teman dari beberapa wilayah masih membutuhkan penjelasan lebih terkait database.

Kalau komunikasi dari PW itu beda-beda, kalau terkait ke organisasi bisa ke korwil masing – masing tadi, kalau terkait Surat Pengesahan bisa

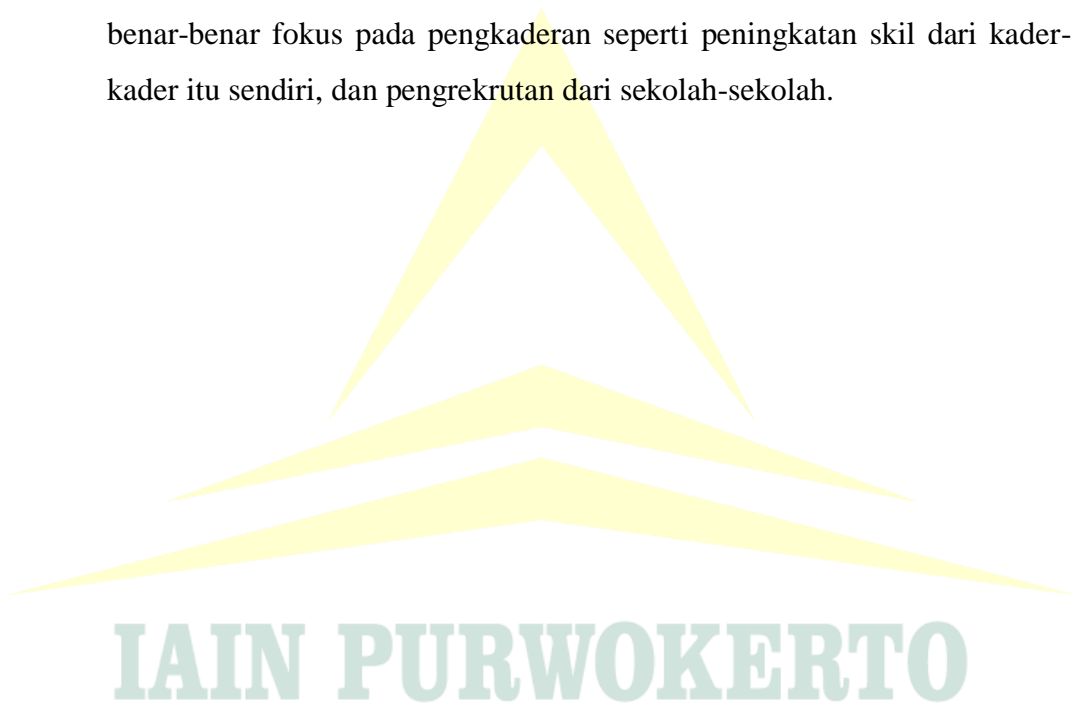
ke saya selaku sekretaris umum, dan jika memang ada hal yang perlu di laporkan ke ketum baru kita laporkan.

4. Pertanyaan :

Jelaskan perbedaan antara pengembangan organisasi pada PP IPPNU dengan organisasi lain yang berada di bawah naungan NU.!

Jawaban :

Kalau di organisasi yang lain lebih fokusnya ke program, kalau IPPNU benar-benar fokus pada pengkaderan seperti peningkatan skil dari kader-kader itu sendiri, dan pengrekrutan dari sekolah-sekolah.



Wawancara Koordinator Departemen Pengembangan Komisariat Perguruan  
Tinggi PP IPPNU Masa Bakti 2018-2021

Nama : Darojatur Rofiah  
Hari/Tanggal : Minggu, 08 Agustus 2021  
Waktu : 17.06 WIB  
Tempat : Via Telepon

1. Pertanyaan :

Langkah-langkah apa saja yang dilakukan oleh pengurus PP IPPNU untuk melaksanakan program kerja?

Jawaban :

Untuk tahapan awal yang dilakukan dalam merealisasikan program kerja yaitu adanya rapat internal yang dilaksanakan oleh masing-masing Departemen yang mempunyai hajat (Proker). Setelah itu dari hasil rapat internal disampaikan pada saat rapat besar. Rapat besar ini biasanya untuk merekrut pengurus diluar departemen untuk bersedia membantu jalannya kegiatan dalam hal pembentukan kepanitiaan. Setelah dibentuk kepanitiaan langkah selanjutnya yaitu membuat proposal kegiatan. Hal ini di karenakan PP IPPNU tidak memiliki anggaran yang tetap, sehingga setiap dilaksanakannya kegiatan harus mencari sumber anggaran. Selain itu, kepanitiaan yan telah terbentuk juga bekerja sesuai dengan posisi dan jobdeksnya masing-masing. Seperti divisi acara yang mengkonsep acara dari awal sampai akhir, divisi multimedia yang bertugas mendesign pamflet, banner dan juga twibbon kegiatan, divisi konsumsi yang mengurus konsumsi untuk panitia dan peserta, dan divisi-divisi lainnya. Sebelum kegiatan dilaksanakan masing-masing divisi sering melaksanakan rapat intern sebagai bahan pada rapat besar bersama

panitia yang lain. Rapat besar dilaksanakan secara rutin satu minggu sekali sebelum kegiatan dilaksanakan. Selain itu, agar seluruh anggota IPPNU mengetahui akan adanya kegiatan tersebut, maka panitia dan pengurus akan menyebarkan pamflet pada media sosial PP IPPNU dan juga media sosial pribadi masing-masing.

2. Pertanyaan :

Apa saja kendala yang muncul pada kepanitiaan?

Jawaban :

Sebelum melaksanakan kegiatan panitia melaksanakan rapat secara rutin untuk persiapan. Kendala yang sering muncul seperti bisa yaitu adanya perbedaan pendapat, namun hal itu dapat diatasi melalui rapat musyawarah untuk menentukan kesepakatan bersama. Selain itu panitia juga biasanya bingung menentukan tempat kegiatan, dimana yang sekiranya strategis untuk dihadiri banyak peserta karena kebanyakan kegiatan PP IPPNU bersifat Nasional. Panitia juga dituntut untuk mencari anggaran dana, karena IPPNU adalah organisasi *non profit* jadi harus bisa mencari anggaran dana sendiri dengan mengajukan proposal kegiatan.

3. Pertanyaan :

Bagaimana proses pengembangan organisasi yang dilakukan Pengurus PP IPPNU?

Jawaban :

PP IPPNU senantiasa mengupayakan strategi berorganisasi, baik dalam lingkup internal kepengurusan maupun eksternal. Pada lingkup internal seperti melaksanakan program-program yang telah di rumuskan secara bersama. Sebelum melaksanakan program kerja, masing-masing Departemen mengadakan rapat secara internal yang nanti hasil rapat



tersebut akan disampaikan pada rapat besar seluruh kepengurusan, sehingga untuk meminimalisir berbagai kendala yang ada seluruh pengurus tau dan saling membantu menyelesaikannya secara bersama. Selain itu PP IPPNU juga memiliki beberapa akun media sosial yang digunakan untuk mempublikasikan kegiatan-kegiatan PP IPPNU, sehingga dapat diikuti oleh anggota IPPNU seluruh daerah. Selain itu pengurus juga seringkali mengadakan rapat intern masing-masing departemen dibawah naungan badan pengurus harian yaitu ketua 1-8, sekretaris 1-8, dan bendahara 1-8. Sehingga koordinasi selalu berjalan.



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



## Biodata Penulis

### CURRICULUM VITAE



**Disye**

### PROFIL

**NAMA LENGKAP** : DISYE MAULIDIANA  
MILLATI  
**TTL** : BREBES, 24 - 12 - 1997  
**JENIS KELAMIN** : PEREMPUAN  
**AGAMA** : ISLAM  
**PEKERJAAN** : MAHASISWA  
**HOBI** : TRAVELLING

### PENDIDIKAN

- > SDN 1 BUNIWAH
- > MTS ANNIDHOMIYYAH
- > MA AL-HIKMAH 02
- > IAIN PURWOKERTO, KOMUNIKASI  
PENYIARAN ISLAM, FAKULTAS DAKWAH

### PENGALAMAN ORGANISASI

- > WAKIL KETUA 3 PIMPINAN CABANG IPPNU  
KABUPATEN BREBES TH 2017/2019
- > WAKIL KETUA 1 PIMPINAN CABANG IPPNU  
KABUPATEN BREBES TH 2019/2022
- > SEKRETAIS RPMII RAYON DAKWAH TH  
2018/2019
- > BENDAHARA KOPRI PMII KOMISARIAT W.9  
IAIN PURWOKERTO 2019/2020
- > WAKIL KETUA DEWAN EKSEKUTIF  
MAHASISWA FAKULTAS DAKWAH TH  
2019/2020
- > KEMENTRIAN DALAM NEGRI DEWAN  
EKSEKUTIF MAHASISWA IAIN  
PURWOKERTO 2020/2021

### PENGALAMAN KERJA

- > PENYIAR RADIO TSANIA 101.8 FM BUMIAYU  
TH 2015 - 2017
- > KARYAWAN DARI  
@FREEZE\_ZONE PURWOKERTO TH 2020



#### CONTACT PERSON

**085712945541**



#### ADDRESS

(Gria Hafiza kost)

**Jl. Gunung Muria Rt 04/ Rw 08,  
Grendeng, Purwokerto.**



#### EMAIL

**disyemaulidiana24@gmail.com**



#### INSTAGRAM

**@Sye\_disye**



**IAIN PURWOKERTO**