

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ALUMNI
SYUBBANUL WATHON (ASWA) DALAM PENGEMBANGAN
ORGANISASI**



SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Sosial (S.Sos)**

Oleh:

RIZA MIFTAHUSALAM

NIM. 1717102033

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI PENYIARAN ISLAM
JURUSAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
2024**

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Riza Miftakhussalam
NIM : 1717102033
Jenjang : S-1
Fakultas : Dakwah
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Program Studi : Komunikasi Penyiaran Islam
Judul Skripsi : **Strategi Komunikasi Organisasi Alumni
Syubbanul Wathon (Aswa) Dalam
Pengembangan Organisasi**

Menyatakan dengan sebenar-benarnya bahwa skripsi ini adalah hasil penelitian/ karya saya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya dalam skripsi ini, diberi tanda citasi dan ditunjukkan dalam daftar Pustaka.

Demikian pernyataan ini, apabila kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia memepertanggung jawabkan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Purwokerto, 10 Januari 2024

Yang Menyatakan



Riza Miftakhussalam
NIM. 1717102033

PENGESAHAN

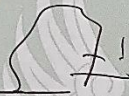
Skripsi berjudul

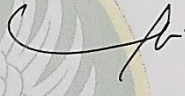
**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ALUMNI
SYUBBANUL WATHON (ASWA) DALAM PENGEMBANGAN
ORGANISASI**

Yang disusun oleh Riza Miftahusalam (NIM. 1717202033) Jurusan Pendidikan Islam Program Studi Pendidikan Agama Islam Fakultas Tarbiyah dan Ilmu Keguruan UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari: Selasa, 16 Januari 2024 dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Sosial (S.Sos)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

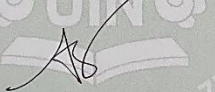
Ketua Sidang/Pembimbing.

Penguji II/Sekretaris Sidang.


Dr. Musta'in M.Si.
NIP. 19710302 200901 1 004


Dedy Rivadin Saputro, M.I.Kom
NIP. 198705252018011001

Penguji Utama.


Dr. Aries Saefulloh, M.A.
NIP. 197110212 00604 1 002

Mengesahkan,
Purwokerto, ~~25~~ 1 - 2024

Dekan,


Dr. Muskinul Fuad, M.Ag
NIP. 19741226 200003 1 001

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth.

Dekan Fakultas Dakwah

UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

Di Purwokerto

Assalamu'alaikum Wr.Wb

Setelah melakukan bimbingan, arahan dan perbaikan seperlunya terhadap penulisan skripsi dengan:

Nama : Riza Miftakhussalam
NIM : 1717102033
Jenjang : S1
Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Jurusan : Manajemen dan Komunikasi Islam
Fakultas : Dakwah
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Organisasi Alumni Pondok Pesantren Syubbanul Wathon (ASWA) Dalam Pengembangan Organisasi (Studi Etnografi Aswa)

Sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Dakwah, Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk dimunaqosyahkan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos).

Demikian atas perhatian Bapak, saya mengucapkan terimakasih.

Wassalamu'alaikum wr. wb.

Purwokerto, 24 Oktober 2023

Pembimbing.



Dr. Mustamin, S.Pd, M.Si
NIP. 19710302 200901 1 004

**STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ALUMNI
SYUBBANUL WATHON (ASWA) DALAM PENGEMBANGAN
ORGANISASI.**

**Riza Miftakhussalam
NIM. 1717102033**

**Email : rizamiftarussalam@gmail.com
Jurusan Penyiaran Islam Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam
Fakultas Dakwah
Universitas Islam Negeri Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
Purwokerto**

ABSTRAK

Tujuan dilakukannya penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menggambarkan strategi komunikasi yang digunakan oleh Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) dalam mengembangkan organisasi. ASWA, sebagai kelompok alumni yang memiliki peran penting dalam mendukung pertumbuhan dan perkembangan organisasi, menggunakan berbagai strategi komunikasi untuk mencapai tujuan ini. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan melakukan wawancara, observasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ASWA memiliki strategi komunikasi yang terencana dan terstruktur. Mereka menggunakan media komunikasi konvensional seperti pertemuan rutin, surat kabar internal, serta memanfaatkan platform digital seperti media sosial untuk meningkatkan keterlibatan dan partisipasi anggota.

Komunikasi yang efektif di ASWA menjadi peran penting dalam memperkuat identitas organisasi dan memberikan arah yang jelas kepada anggotanya. Selain itu, ASWA juga menerapkan komunikasi eksternal yang proaktif untuk memperluas jaringan, memperoleh dukungan, dan mempromosikan kegiatan organisasi kepada publik.

Penelitian ini memberikan kontribusi pada pemahaman tentang peran strategi komunikasi dalam pengembangan organisasi, khususnya di konteks organisasi alumni. Implikasi praktis dari temuan ini dapat membantu ASWA dan organisasi serupa dalam meningkatkan efektivitas komunikasi mereka untuk mencapai tujuan pengembangan dan pertumbuhan yang berkelanjutan.

Kata Kunci: ASWA, Komunikasi Organisasi, Strategi Komunikasi, Pengembangan Organisasi.

**ALUMNI ORGANIZATION COMMUNICATION STRATEGY
SYUBBANUL WATHON (ASWA) IN ORGANIZATION DEVELOPMENT.**

Riza Miftahusalam
NIM. 1717102033

Email : rizamiftarussalam@gmail.com
Majoring Islamic Broadcasting, Program Study Islamic Broadcasting
Communication
Faculty of Da'wah
State Islamic University Profesor Kiai Haji Saifuddin Zuhri
Purwokerto

ABSTRACT

The purpose of this research is to analyze and describe the communication strategies used by the Syubbanul Wathon Alumni Organization (ASWA) in developing the organization. ASWA, as an alumni group that has an important role in supporting the growth and development of the organization, uses various communication strategies to achieve this goal. The research method used is a qualitative approach by conducting interviews and observations. The research results show that ASWA has a planned and structured communication strategy. They use conventional communication media such as regular meetings, internal newspapers, and utilize digital platforms such as social media to increase member engagement and participation.

Effective communication at ASWA is the main key in strengthening the organization's identity and providing clear direction to its members. Apart from that, ASWA also implements proactive external communications to expand networks, gain support, and promote organizational activities to the public.

This research contributes to the understanding of the role of communication strategies in organizational development, especially in the context of alumni organizations. The practical implications of these findings can help ASWA and similar organizations in improving the effectiveness of their communications to achieve sustainable development and growth goals.

Keywords : ASWA, Communication Strategy, Organizational Communication, Organizational Development.

MOTTO

“Salah satu cara melakukan pekerjaan yang hebat adalah dengan mencintai apa yang kamu lakukan”

-Steve Jobs-



PERSEMBAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Karya skripsi ini peneliti persembahkan kepada:

Kepada Almamter tercinta UIN Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

Kepada Kedua Orang Tuaku Bapak Yasin Taufik dan Ibu Nusrotun



KATA PENGANTAR

Alhamdulillah, segala Puji dan syukur kita tidak lupa panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan hidayah-Nya kepada kita semua sehingga kita dapat melakukan tugas kita sebagai makhluk yang diciptakan Allah untuk selalu berpikir dan bersyukur atas segala hidup dan kehidupan yang diciptakan-Nya.

Sholawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW, kepada para sahabatnya, tabi'in, dan seluruh umat Islam yang senantiasa mengikuti semua ajarannya. Semoga kelak kita mendapatkan syafa'atnya di hari akhir nanti.

Dengan penuh rasa syukur skripsi yang berjudul **“STRATEGI KOMUNIKASI ORGANISASI ALUMNI SYUBBANUL WATHON (ASWA) DALAM PENGEMBANGAN ORGANISASI”** dapat terselesaikan dengan lancar. Namun, semua ini tidak terlepas dari dukungan, motivasi serta arahan dari para pihak, untuk itu penulis haturkan terima kasih yang begitu dalam kepada :

1. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag., Rektor Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Dr. Muskinul Fuad, M.Ag., Dekan Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Dr. Ahmad Muttaqin, M. Si., Wakil Dekan I Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. Alief Budiyono, M. Pd., Wakil Dekan II Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. Nawawi, M. Hum., Wakil Dekan III Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Uus Uswatusolihah, MA., Ketua Jurusan Manajemen dan Komunikasi Islam Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Ulul Aedi, M.Ag., Koordinator Program Studi Manajemen Dakwah Fakultas Dakwah Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.

8. Dr. Musta'in, M.Si Dosen Pembimbing penyusunan skripsi yang memberikan arahan dan bimbingan kepada penulis sehingga penulisan skripsi ini dapat terselesaikan dengan baik.
9. Segenap Dosen dan Staf Administrasi fakultas Dakwah UIN Prof. K.H Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah memberikan bekal Ilmu dalam menuntut Ilmu, semoga Ilmu yang didapat bermanfaat.
11. Segenap Civitas Akademik UIN. Prof K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
12. Kedua Orang tua saya Bapak Yasin Taufik dan Ibu Nusrotun terima kasih atas limpahan kasih sayang, motivasi, dukungan moral, materil, serta doa-doa dan ridha yang selalu menyertai dalam setiap langkah penulis, serta selalu memberikan yang terbaik, semoga selalu diberikan kesehatan, keselamatan serta kecukupan baik jasmani maupun rohani oleh Allah SWT.
13. Rekan seperjuangan Komunikasi Penyiaran Islam A 2017, Semoga kita senantiasa disertai hal hal baik.
14. Kawan kawan sobat fotografi dan sobat prioritas : moong prioritas dan lemet prioritas terimakasih sudah menemani saya hingga usai.
15. Dan seluruh pihak yang telah membantu dalam proses penyusunan skripsi ini yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik dan saran yang bersifat membangun sangatlah diharapkan. Teruntuk itu mudah-mudahan skripsi ini bermanfaat bagi penulis dan pembaca. Amin.

Purwokerto, 30 Maret 2023



Riza Miftahusalam

NIM. 1717102033

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
ABSTRAK INDONESIA	v
ABSTRAK INGGRIS	vi
MOTTO	vii
PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR.....	ix
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Penegasan Istilah	9
C. Rumusan Masalah	11
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	11
E. Kajian Pustaka	12
F. Sistematika Pembahasan	15
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Strategi Komunikasi	16
B. Komunikasi Organisasi	22
C. Organisasi Alumni Pondok Pesantren.....	28
D. Pengembangan Organisasi	32
BAB III METODE PENELITIAN	
A. Jenis Penelitian	38
B. Tempat dan Waktu Penelitian.....	38
C. Subjek dan Objek	38
D. Sumber Data	39
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39

F. Teknik Analisis Data	40
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
A. Profil Organisasi Aswa	42
B. Analisis Strategi Komunikasi Aswa.....	47
C. Analisis Strategi Komunikasi Organisasi	64
D. Pengembangan Organisasi yang dilakukan Pengurus.....	73
BAB IV PENUTUP	
A. Kesimpulan	78
B. Saran.....	79
DAFTAR PUSTAKA	
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 : Dokumentasi Penelitian



BAB 1

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan hal yang sangat penting dalam kehidupan sebagai entitas sosial. Melalui kegiatan komunikasi, kita dapat menjaga hubungan dengan orang-orang di sekitar kita dan meningkatkan hubungan dengan keluarga, teman, dan anggota organisasi. Organisasi merupakan grup atau kelompok individu yang bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama¹. Komunikasi merupakan bagian yang penting dalam organisasi karena membantu menjaga koordinasi dan sinergi antar anggota organisasi. Dengan komunikasi yang efektif, anggota organisasi dapat saling mengerti, bekerja sama, dan mencapai tujuan bersama dengan lebih efisien. Oleh karena itu, penting bagi setiap organisasi untuk memastikan bahwa komunikasi antar anggotanya berjalan dengan baik.

Komunikasi organisasi adalah proses pertukaran informasi, pendapat, dan ide di antara anggota-anggota suatu organisasi². Komunikasi organisasi memainkan peranan penting dalam menjaga agar organisasi dapat berjalan dengan lancar, efektif, dan efisien. Melalui hal ini, anggota organisasi dapat saling berbagi informasi, menyampaikan pendapat, dan mengembangkan ide-ide baru yang dapat meningkatkan kinerja organisasi. Komunikasi organisasi juga membantu dalam membangun hubungan yang harmonis di antara anggota organisasi, sehingga dapat mengurangi terjadinya konflik dan memperkuat rasa kebersamaan di dalam organisasi³.

Sementara itu, strategi merupakan rencana tindakan yang menjelaskan bagaimana sumber daya dan berbagai aktivitas dikelola untuk

¹ Sobirin, Achmad. *Perilaku Organisasi*. Banten: Universitas Terbuka, 2019, Hal 19.

² Andriyani, S., Darmawan, D., & Hidayati, N. O. *Buku Ajar Komunikasi Dalam Keperawatan*. Bandung: Pt Refika Aditama. (2018). Hal 43

³ Siregar, Robert Tua, dkk. 2021. *Komunikasi Organisasi*. Bandung: Penerbit Widinia Bhakti Persada Bandung.

menghadapi lingkungan, memperoleh keunggulan bersaing, dan mencapai tujuan perusahaan⁴.

Dirgantoro dalam Tania mengemukakan bahwa ada beberapa manfaat menyusun strategi dalam organisasi, diantaranya adalah: untuk meningkatkan keuntungan organisasi, sebagai cara untuk mengkomunikasikan tujuan organisasi dan menentukan langkah-langkah yang harus diambil untuk mencapainya, serta membantu mengidentifikasi, memprioritaskan, dan memanfaatkan peluang⁵.

Dalam kaitannya dengan komunikasi, strategi juga dibutuhkan ketika seseorang atau organisasi menyampaikan pesan. Dalam pengertiannya sendiri, strategi komunikasi adalah seperangkat tindakan yang dilakukan untuk mencapai tujuan komunikasi secara efektif dan efisien⁶. Cakupan dalam strategi komunikasi dapat dikatakan cukup luas karena strategi komunikasi juga membahas mengenai penentuan apa yang ingin disampaikan, kepada siapa pesan tersebut dikirim, dan bagaimana pesan tersebut disampaikan agar sesuai dengan audiens yang dituju. Strategi komunikasi juga mempertimbangkan konteks dan situasi dalam mengirim pesan, serta memantau dan mengevaluasi efektivitas komunikasi yang telah dilakukan.

Pesantren merupakan salah satu lembaga pendidikan tertua di Indonesia, yang mengkhususkan pelajaran di bidang agama pesantren juga bisa disebut sebagai lembaga pendidikan pribumi di Indonesia. pendidikan pesantren ini juga bukan hanya lembaga pendidikan tertua akan tetapi lembaga yang mengandung ciri khas di Indonesia⁷. Terdapat dua pendapat yang berbeda mengenai asal-usul pesantren. Kelompok pertama berpendapat

⁴Freddy Rangkuti. (2015) Analisis SWOT. Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.

⁵Tania, C. 2018. Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan. Skripsi. Medan: Universitas Sumatera Utara.

⁶Muhammad, Arni. 2014. Komunikasi Organisasi. Jakarta: PT Bumi Aksara.

⁷Madjid, Nurcholish. 2010. *Bilik-Bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta. Paramadina.

bahwa pesantren merupakan hasil dari interaksi budaya antara budaya pra-Islam dengan budaya Islam.

Menurut pendapat ini, pesantren memiliki kesamaan dengan sistem pendidikan Hindu-Buddha, yaitu asrama atau mandala. Kelompok kedua berpendapat bahwa pesantren diadopsi dari lembaga pendidikan Islam di Timur Tengah. Kelompok ini meragukan pendapat yang menyatakan bahwa ashrama dan mandala merupakan tempat pengajaran tekstual seperti yang ada di pesantren. Di antara mereka yang memegang pendapat ini adalah Martin Van Bruinessen, seorang sarjana Barat yang peduli dengan sejarah perkembangan pesantren di Indonesia⁸.

Sebagai lembaga tertua di Indonesia, pesantren juga berperan banyak dalam membentuk karakter masyarakat Indonesia. Dapat dilihat dalam sejarah pesantren berkontribusi banyak dalam urusan mengembangkan pendidikan di Indonesia. Adapun Tri Dharma Pesantren yaitu: 1) Keimanan dan ketaqwaan kepada Allah Swt; 2) Pengembangan keilmuan yang bermanfaat dan 3) Pengabdian kepada agama, masyarakat, dan negara.⁹

Ada banyak pondok pesantren besar yang ada di Indonesia, salah satunya adalah Pondok Pesantren Syubbanul Wathon yang berada di Jawa Tengah. Pondok Pesantren Syubbanul Wathon merupakan sebuah lembaga pendidikan Magelang berasal dari sebuah lembaga non-formal yang bernama Asrama Perguruan Islam (A.P.I.) Pondok Pesantren Salaf Tegalrejo. Pesantren ini lebih dikenal dengan nama Pondok Pesantren Tegalrejo dan didirikan pada tahun 1944 oleh KH. Chudlori bin Ikhsan, seorang santri dari Pondok Pesantren Darussalam "Watucongol" di Magelang.

Pendidikan agama yang diberikan di pondok pesantren ini telah membawa pondok pesantren tersebut berkembang menjadi sebuah lembaga

⁸Dhofier, Zamakhsyari, (2011). Tradisi Pesantren, Studi Pandangan Hidup Kyai dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia, Jakarta: LP3ES

⁹Nirwana, Ria. 2018. *Peran Pendidikan Pesantren Sebagai Pembentukan Karakter dalam Menghadapi Tantangan Kehidupan Modern*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar.

pendidikan agama yang besar. Pada tahun 2000, Yayasan Syubbanul Wathon dibentuk dan diketuai oleh KH. M. Yusuf Chudlori (Gus Yusuf).

Yayasan Syubbanul Wathon awalnya bergerak dalam bidang pertanian dan peternakan. Namun, seiring waktu dan tuntutan dari masyarakat, yayasan tersebut terus melakukan eksplorasi hingga saat ini yayasan tersebut setidaknya memiliki tiga bidang usaha, yaitu bidang ekonomi (Baitul Maal wat Tamwil (BMT) Barokah Group, rumah makan Griya Dahar Brambang Salam Tegalrejo, Griya Dahar Brambang Salam Tempuran dan Brambang Salam (BS) Mart), bidang pengembangan sumber daya manusia (Pesantren Entrepreneur (Partner) dan Lembaga Pendidikan Keterampilan (LPK)), bidang kesehatan (RSU Syubbanul Wathon) dan bidang pendidikan formal.

Ketika seseorang menjadi santri di pondok pesantren, santri tentu sangat identik dengan rasa kekeluargaan. Setelah selesai belajar dari pondok, para santri juga tetap aktif menjalin silaturahmi dengan para alumni yang lainnya dan menjadi identitas yang melekat pada para alumni pondok pesantren. Sebagian besar pondok pesantren juga mempunyai organisasi alumni yang menampung ide dan saran untuk pengembangan pondok pesantren. Hal ini juga bisa dijumpai pada pondok pesantren Syubbanul Wathon yang berlokasi di Magelang, Jawa Tengah, yang didirikan pada tahun 2006.

Pondok pesantren ini mempunyai organisasi kealumnian yang menyatukan para alumni pondok pesantren Syubbanul Wathon atau yang biasa disebut (ASWA) agar tetap terhubung satu dengan yang lainnya. Sejak awal didirikannya organisasi ini telah mempunyai kepengurusan, namun fungsinya dalam menyebarluaskan informasi dan mempererat alumni masih kurang maksimal karena belum tergarapnya sektor media sosial dan program sehingga hasilnya hanya beberapa orang saja yang ikut menjalankan organisasi. Organisasi alumni pesantren mempunyai peran yang penting dalam pengembangan pesantren dan para alumni. Dalam organisasi tersebut

terdapat berbagai program-program seperti silaturahmi, penggalangan dana hingga cara reuni akbar untuk para alumni pesantren Syubbanul Wathon.

Salah satu kegiatan penting dalam organisasi ini adalah reuni akbar tahunan dimana para anggota ASWA mengundang seluruh alumni Pondok Pesantren Syubbanul Wathon untuk menghadiri pengajian besar di pondok asal. Kegiatan ini tidak hanya mempererat tali silaturahmi antar alumni, tapi juga mempunyai kontribusi yang cukup signifikan dalam penggalangan dana pesantren untuk memperlancar pembangunan pondok hingga menyelenggarakan acara-acara organisasi kedepannya. Meskipun organisasi ini mempunyai banyak anggota dan mempunyai struktur yang jelas, organisasi ASWA juga mempunyai beberapa kendala yang menyebabkan perannya kurang maksimal, salah satunya adalah karena persebaran alumninya yang bermacam-macam sehingga berpengaruh pada komunikasi yang bisa dilakukan.

Dalam mengembangkan organisasi dan menjalankan program organisasi alumni Pondok Pesantren Syubbanul Wathon, strategi komunikasi mempunyai peran yang penting karena hal ini akan membantu menentukan bagaimana organisasi berkomunikasi dengan audiensnya; termasuk bagaimana pesan dikomunikasikan, kepada siapa pesan tersebut dikirimkan, dan bagaimana mengukur efektivitas komunikasi. Dengan memiliki strategi komunikasi yang jelas, organisasi dapat memastikan bahwa pesan-pesan yang dikirimkan tepat sasaran dan efektif dalam mencapai tujuan komunikasi mereka.

Dari hasil observasi awal penulis mengenai strategi komunikasi organisasi ASWA, peneliti menemukan bahwa sejauh ini organisasi alumni tersebut telah menerapkan beberapa strategi komunikasi untuk mengembangkan organisasinya. Beberapa strategi untuk menunjang pengembangan organisasi yang dilakukan oleh pengurus ASWA adalah dengan melakukan upgrading, pembuatan ruang komunikasi organisasi melalui internet seperti pembuatan grup di aplikasi pengiriman instan, meeting secara berkala hingga mengadakan pengajian akbar.

Untuk meningkatkan komunikasi di organisasi ASWA, Rahmat selaku Ketua organisasi mengusulkan sebuah strategi yang terbukti efektif, yaitu dengan cara membuat wadah anggota per wilayah dan mengadakan acara pengajian (Kliwonan ASWA) secara rutin setiap 3 bulan sekali. Melalui kegiatan ini, anggota diharapkan dapat menjaga agar hubungan alumni dengan para guru tidak terputus serta mengisi ulang amunisi agama yang dibutuhkan. Namun, sejauh ini ada kendala yang dihadapi, yaitu wabah COVID-19 yang melarang adanya perkumpulan serta kurangnya koordinasi antara ASWA pusat dan wilayah. Untuk jangka panjang, rencana yang akan dilakukan adalah dengan mengadakan atau membuat AD/ART yang jelas dan dipatuhi oleh semua anggota.

Organisasi ASWA memberikan manfaat yang cukup banyak bagi anggota-anggotanya. Beberapa manfaat tersebut akan dijelaskan sebagai berikut. Pertama, organisasi ini mampu meningkatkan tali silaturahmi antar alumni. Dengan adanya wadah yang dapat dijadikan tempat berkumpul, alumni dapat lebih mudah menjalin kembali hubungan yang mungkin terputus setelah lulus dari pondok. Kedua, organisasi ini juga memperluas kolaborasi antara pondok dan alumni. Adanya acara pengajian yang diadakan secara rutin memudahkan pondok pesantren untuk menyampaikan informasi penting kepada alumni serta memperkuat kemitraan antara keduanya. Ketiga, organisasi ini juga menambah ilmu pengetahuan dalam beragama bagi anggota-anggotanya. Melalui kegiatan pengajian yang diadakan, anggota dapat belajar lebih dalam mengenai ajaran agama yang dapat diterapkan dalam kehidupan sehari-hari di masyarakat.

Melihat potensi organisasi yang baik, peneliti tertarik untuk mendalami strategi apa yang mereka gunakan untuk meningkatkan komunikasi di dalam organisasinya. Teori Weick menggunakan komunikasi sebagai sebuah dasar bagi pengorganisasian manusia dan memberikan sebuah pemikiran untuk memahami bagaimana manusia berorganisasi. Weick mengatakan bahwa Struktur ditandai oleh perilaku pengorganisasian. Komunikasi tidak mencerminkan proses-proses penting; komunikasilah yang

merupakan proses penting Proses menghasilkan struktur. Menurut konsep Weick, suatu sistem jelas bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi akan tetapi manusia merupakan organisasi tersebut¹⁰. Teori pengorganisasian Weick juga signifikan dalam bidang komunikasi sebab menurutnya komunikasi adalah dasar *human organizing* dan memberikan pemahaman rasional bagaimana mengorganisir orang.

Organisasi tidak membuat struktur dari posisi dan peran, namun aktivitas komunikasi. Interaksi yang dibentuk organisasi konsis pada tindakan, atau *statement* atau perilaku dari individu. Aktivitas organisasi mengisi fungsi mengurangi ketidakpastian informasi. Menurut Weick, semua informasi dari lingkungan sekitar bersifat ambigu pada beberapa tingkatan. Strategi menghilangkan kesamaran adalah proses yang berkembang dengan tiga bagian, yaitu penetapan (*enactment*), pemilihan (*selection*), dan penyimpanan (*retention*). Organisasi itu sendiri merupakan suatu proses komunikasi yang berkelanjutan. Ketika manusia melakukan interaksi sehari-hari, kegiatan yang mereka lakukan menciptakan organisasi. Semua perilaku dihubungkan karena perilaku seseorang bergantung pada perilaku orang lain. Interaksi yang membentuk sebuah organisasi terdiri atas sebuah tindakan, pernyataan, atau perilaku seorang individu, yang penting adalah bagaimana orang lain merespons tindakan tersebut.

Weick yakin bahwa semua kegiatan berorganisasi adalah interaksi ganda. Karl Weick juga menganalisa bahwa Interaksi ganda (*double interact*); dalam hal ini A berkomunikasi dengan B, B memberi respons pada A, dan A membuat beberapa penyesuaian atau memberi respons pada B. Jenis kegiatan komunikasi yang khas ini membentuk basis pengorganisasian. Kegiatan berorganisasi berfungsi untuk mengurangi ketidakpastian informasi. Secara singkat teori enactment berpendapat bahwa organisasi memiliki karakteristik kompleksitas dan perubahan lingkungan yang dipersepsikan manajemen secara kolektif.

¹⁰Deddy Mulyana. 2015. *Komunikasi Organisasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). Hlm.79

Setiap organisasi memiliki kompleksitas dan perubahan lingkungan yang berbeda-beda tergantung persepsi mereka terhadap ketidakpastian lingkungan. tahap pemeranan (enactment) para anggota organisasi menciptakan ulang lingkungan mereka dengan menentukan dan merundingkan makna khusus bagi suatu peristiwa. Dalam tahap seleksi, aturan-aturan dan siklus komunikasi digunakan untuk menentukan pengurangan yang sesuai dalam ketidakjelasan. Tahap retensi, memungkinkan organisasi menyimpan informasi mengenai cara organisasi itu memberi respons atas berbagai situasi¹¹.

Dalam skripsi ini, peneliti akan membahas bagaimana organisasi alumni Syubbanul Wathon (ASWA) menggunakan strategi komunikasi dalam pengembangan organisasinya dengan mengacu pada komponen-komponen dari teori yang dikutip dari Effendy. Berdasarkan pengambilan teori tersebut, maka penulis akan membahas: 1) Mengenali komunikasi sebagai sasaran komunikasi, 2) Media yang digunakan oleh organisasi ASWA sebagai alat komunikasi internal maupun eksternal, dan 3) Sasaran dan Komunikator dari organisasi ASWA dalam pengembangan organisasinya.

Dari penjelasan di atas, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul Strategi Komunikasi Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) dalam Pengembangan Organisasi.

B. Penegasan Istilah

1. Strategi

Menurut pandangan Thompson dan Strickland dalam,¹² strategi ialah suatu tindakan yang direncanakan dimana tindakan itu memperhatikan unsur seperti aturan main, agar bisa fleksibel dalam membentuk shape

¹¹Deddy Mulyana. 2015. *Komunikasi Organisasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). Hlm.81

¹²Rosilawati 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.

maupun reshape dimanapun berada.¹³ juga mengemukakan pendapat Schemerhorn yang menjelaskan bahwa strategi adalah langkah yang ditujukan untuk menentukan arah tujuan yang bijak dalam urusan sumberdaya untuk mencapai sasaran jangka panjang dalam organisasi.

2. Komunikasi organisasi

Menurut Liliwari, komunikasi organisasi adalah proses komunikasi antar individu atau kelompok dalam suatu organisasi yang bersifat umum dalam sebuah organisasi¹⁴. Sedangkan menurut Redding dan Sanborn, komunikasi organisasi adalah proses pertukaran informasi di dalam organisasi yang kompleks, yang mencakup hubungan antar individu, penggunaan media komunikasi, dan keterampilan komunikasi antar seluruh lapisan dalam organisasi¹⁵.

Tyagi memiliki pendapat langkah yang disusun secara terencana perlu diaplikasikan demi tercapainya kualitas kehidupan dalam bentuk kesehatan, serta inti dalam organisasi adalah meningkatkan kualitas kompetensi dan nama baik organisasi.¹⁶

3. ASWA

Organisasi ASWA (Alumni Syubanul Wathon) merupakan sebuah wadah untuk berkumpulnya alumni Pondok Pesantren Syubanul Wathon Magelang. Organisasi ini mempunyai beberapa program utama seperti agenda Ngaji Kliwonan setiap tiga bulan sekali dimana pada acara tersebut para alumni akan datang ke pondok pesantren dan bersilaturahmi bersama. ASWA mempunyai peran yang cukup penting dalam

¹³Rosilawati 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.

¹⁴Arni Muhammad. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Edisi ketiga belas, Jakarta: Bumi Aksara.

¹⁵Arni Muhammad, *Komunikasi Organisasi*, (Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan, 2015), h. 66.

¹⁶Tyagi, Archana. 2000. *Organizational Behavior*. New Delhi: Excel Books

merangkul alumni pesantren untuk tetap terhubung satu sama lain serta memberikan kontribusi lanjutan bagi pondok pesantren.

4. Etnografi

Istilah etnografi berasal dari kata Yunani *ethnos* yang berarti 'orang' dan *graphein* yang berarti 'tulisan'. Istilah itu kemudian diartikan sebagai sejenis tulisan yang menggunakan bahan dari penelitian lapangan untuk menggambarkan kebudayaan manusia. Menurut Spradley kebudayaan merupakan seluruh pengetahuan yang dipelajari manusia dan digunakan untuk menginterpretasi pengalaman dan membentuk tingkah laku, dan etnografi merupakan penelitian yang membahas kebudayaan, baik yang eksplisit maupun implisit.

Menurut Emzir, etnografi merupakan bentuk penelitian yang berfokus pada makna sosiologi melalui observasi tertutup dari fenomena sosiokultural. Biasanya para peneliti etnografi memfokuskan penelitiannya pada suatu masyarakat (tidak selalu secara geografis, juga memperhatikan pekerjaan, pengangguran, dan masyarakat lainnya), pemilihan informan yang mengetahui yang memiliki suatu pandangan/pendapat tentang berbagai kegiatan masyarakat. Para informan tersebut diminta untuk mengidentifikasi informan-informan lainnya yang mewakili masyarakat tersebut, menggunakan sampling berantai untuk memperoleh suatu kelengkapan informan dalam semua wilayah empiris penyelidikan.

Informan-informan tersebut diwawancarai berulang-ulang, menggunakan informasi informan-informan sebelumnya untuk memancing klarifikasi dan tanggapan yang lebih mendalam terhadap wawancara ulang. Proses ini berhubungan dengan fenomena yang sedang diteliti. Pemahaman subjektif bahkan kolektif tentang suatu subjek sering

diinterpretasikan menjadi lebih berarti daripada data objektif (misalnya perbedaan pendapat).¹⁷

C. Rumusan masalah

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi organisasi ASWA dalam mengembangkan organisasi alumni?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini adalah menjelaskan strategi komunikasi organisasi ASWA dalam mengembangkan organisasi alumni.

2. Manfaat Penelitian

Penelitian ini mempunyai dua bentuk manfaat yang terbagi menjadi manfaat teoritis dan praktis.

a. Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah:

- 1) Mengetahui bagaimana strategi berkomunikasi pengurus ASWA dalam mengembangkan organisasinya
- 2) Menjadi ilmu yang bisa menjadi sumber dan informasi tambahan baru di bidang dakwah dan komunikasi organisasi

b. Manfaat Praktis

Manfaat teoritis dalam penelitian ini adalah:

1) Bagi Pembaca secara umum:

- a) Dapat memperkaya studi tentang komunikasi organisasi dan ilmu komunikasi.
- b) Memberi keilmuan yang lebih luas kepada pembaca, tentang komunikasi organisasi khususnya pada organisasi ASWA.

¹⁷ Emzir, Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif & Kualitatif (Jakarta: Raja Grafindo, 2011), 144.

2) Bagi Organisasi ASWA:

Memberi tambahan informasi dalam melakukan evaluasi keorganisasian dan menjadi bahan pertimbangan untuk menjalankan organisasi ke depan agar lebih mandiri dan bermanfaat bagi para umat, khususnya bagi alumni pondok Syubbanul Wathon.

E. Kajian Pustaka

1. Penelitian Sebelumnya

Pertama, skripsi dari Disye Maulidiana Millati yang berjudul "*Strategi Komunikasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Putri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam Mengembangkan Organisasi*". Penelitian tahun 2021 ini membahas mengenai bagaimana strategi komunikasi pengurus organisasi dalam mengembangkan organisasi.

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif yang mana metode ini juga akan digunakan peneliti dalam mengambil data dalam penelitian ini. Perbedaan lain yaitu terletak pada objeknya dimana objek yang dituju adalah pengurus PP IPPNU dengan masa bakti 2018 - 2021. Meskipun ada kesamaan metode yang digunakan, penelitian ini menggunakan analisis data model Miles dan Huberman dimana peneliti melakukan wawancara dengan tiga alur kegiatan yaitu: reduksi data, penyajian data dan kesimpulan.

Kedua, penelitian dari Fifi Hasmawati tahun 2021 yang berjudul "*Analisis Strategi Komunikasi dan Pengembangan Organisasi*". Penelitian ini membahas mengenai cara organisasi dalam mengembangkan organisasinya dan bagaimana metode yang digunakan dalam melakukan komunikasinya. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kuantitatif-fenomenologi serta subjek penelitian ini adalah organisasi umum yang jelas berbeda dengan

penelitian ini. Meskipun ada kesamaan variabel komunikasi yang digunakan, penelitian ini menggunakan analisis dan metode penelitian yang berbeda¹⁸.

Penelitian ketiga adalah penelitian dari Fitriya Putri dkk yang berjudul "*Strategi Komunikasi Organisasi Fungsi HSSE PT Pertamina Patra Niaga Dalam Menjaga Citra Perusahaan*". Penelitian yang dipublikasikan tahun 2020 ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi komunikasi yang digunakan oleh bagian HSSE dari PT Pertamina Patra Niaga untuk mencegah risiko dan mempertahankan citra perusahaan.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif eksploratoris dikombinasikan dengan studi kasus menggunakan data dari hasil wawancara, observasi dan gabungan dokumen-dokumen yang ada. Penelitian tersebut memang hampir memiliki kesamaan variabel dengan penelitian ini, namun metode yang digunakan penulis untuk penelitian ini berbeda dari penelitian tersebut dan subjek pada penelitian dari Fitriya Putri dkk adalah anggota dari HSSE (Health, Safety, Security, and Environmentment). Penelitian ini menggunakan metode kualitatif menggunakan beberapa teknik pengumpulan data seperti observasi dan wawancara.

Penelitian keempat adalah karya Deddy Iskandar yang berjudul "*Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai*". Penelitian ini diterbitkan tahun 2021 dan Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pada makna daripada generalisasi. Kesamaan dari skripsi ini adalah sama-sama penelitian kualitatif dan memiliki perbedaan dalam pengumpulan data dimana skripsi ini menggunakan pengumpulan data studi kasus seperti wawancara dan perbedaan lainnya terdapat di subjek

¹⁸ Fifi Hasmawati. 2021. Analisis Strategi Komunikasi dan Pengembangan Organisasi. Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI). Vol 5. No 1.

dimana karya Deddy Iskandar bersubjek pada pegawai di Lembaga Penjaminan Mutu Pendidikan Sumatera Utara¹⁹.

Penelitian kelima adalah karya Hamandina yang berjudul "*Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang*". Penelitian ini diterbitkan pada tahun 2022 dan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Sedangkan sumber data penelitian ini terdiri dari enam informan yang diambil melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Meskipun sama-sama meneliti tentang strategi komunikasi organisasi, namun penelitian tersebut mempunyai tujuan yang berbeda dengan penelitian di skripsi ini serta objek yang dituju pun berbeda yaitu karyawan RRI Palembang. Penelitian tersebut mempunyai variabel berupa peningkatan motivasi kerja, sedangkan penelitian dalam skripsi ini mempunyai variabel terikat berupa pengembangan organisasi²⁰.

Penelitian keenam adalah karya Laeli Saputri yang berjudul "*DAKWAH MELALUI KOMIK (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah di Akun Instagram @Iqomic)*". Penelitian ini diterbitkan tahun 2022 dan Metode yang digunakan adalah menggunakan pendekatan kualitatif, akan tetapi terdapat perbedaan antara skripsi Laeli Saputri dengan skripsi yang saya buat yaitu penerapan etnografi pada karya laeli ialah etnografi virtual sedangkan etnografi yang saya gunakan yaitu etnografi tradisionalnya.²¹

F. Sistematika Penulisan

Penulis membuat skripsi ini tersusun atas lima bab yang masing-masing mempunyai fokus pembahasannya sendiri. Berikut adalah penjelasan dari masing-masing bab:

¹⁹Dedy Iskandar. 2021. Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai. Vol .4 No. 1.

²⁰ Hamandia, Muhammad Randhica. 2022. Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang. Jurnal Komunikasi Islam (J-KI) I Vol.3, No.1, Juni 2022.

²¹ Laeli, S. 2022. *Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik Dakwah di Akun Instagram @Iqomic)*. UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI, Purwokerto

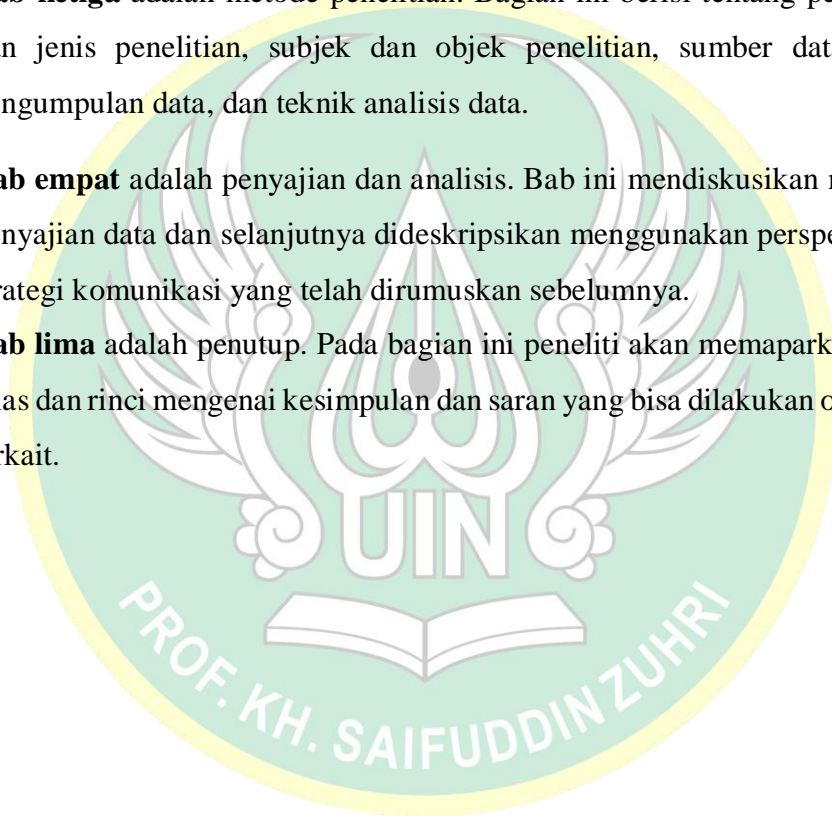
Bab pertama yaitu pendahuluan. Pada bab ini, peneliti menyajikan latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, kajian pustaka dan sistematika pembahasan.

Bab kedua adalah landasan teori. Pada bagian ini, penulis akan 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 ketiga adalah metode penelitian. Bagian ini berisi tentang pendekatan dan jenis penelitian, subjek dan objek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, dan teknik analisis data.

Bab empat adalah penyajian dan analisis. Bab ini mendiskusikan mengenai penyajian data dan selanjutnya dideskripsikan menggunakan perspektif teori strategi komunikasi yang telah dirumuskan sebelumnya.

Bab lima adalah penutup. Pada bagian ini peneliti akan memaparkan secara jelas dan rinci mengenai kesimpulan dan saran yang bisa dilakukan oleh pihak terkait.



BAB II

LANDASAN TEORI

A. Strategi Komunikasi

Asal usul kata strategi berasal dari kata Yunani *strategos* yang berarti "seni umum". Kata ini kemudian berubah menjadi kata sifat "strategis" yang berarti "keahlian militer" dan kemudian diadaptasikan ke dalam lingkungan bisnis modern. *Strategos* sendiri merujuk pada keputusan untuk melakukan tindakan dalam jangka panjang, termasuk dalam hal pemanfaatan sumber daya dan penyebaran informasi yang dibatasi untuk menghindari penyadapan oleh pesaing.²²

Beberapa ahli telah mengemukakan beragam pengertian strategi. Menurut Stephanie K. Marrus, yang dikutip oleh Husein Umar, strategi diartikan sebagai proses perencanaan yang difokuskan pada tujuan jangka panjang suatu organisasi, yang melibatkan pembuatan rencana dan cara untuk mencapai tujuan tersebut secara efektif. Sedangkan Din Syamsudin memiliki pandangan bahwa strategi memiliki tiga makna. Pertama, strategi mencakup perencanaan dan cara yang cermat untuk mencapai tujuan tertentu. Kedua, strategi melibatkan pelaksanaan rencana atau program untuk mencapai tujuan tersebut. Dan ketiga, strategi juga melibatkan penyesuaian terhadap lingkungan untuk menampilkan fungsi dan peran yang penting dalam mencapai kesuksesan.²³

Disisi lain, kata "komunikasi" memiliki asal-usul dari bahasa Latin "communis" yang berarti membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Kata ini juga berasal dari kata "communico" yang berarti membagi. Secara umum, komunikasi dapat didefinisikan sebagai proses interaksi antara dua orang atau lebih yang melibatkan penyampaian pesan, baik berupa ide, gagasan, pemikiran, maupun perasaan, dengan tujuan agar pesan

²²Alo Liliweri, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, (Jakarta : Kencana, 2011), hlm. 240.

²³Din Syamsudin, *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*, (Jakarta : Logos, 2000), hlm. 127.

tersebut dapat dipahami dan mendapatkan respons atau tanggapan dari penerima.²⁴

Lauwrence D. Kincaid, seperti yang dikutip oleh Hafied Cangara dalam bukunya "Perencanaan dan Strategi Komunikasi", mendefinisikan komunikasi sebagai suatu proses di mana dua orang atau lebih terlibat dalam pertukaran informasi satu sama lain, dengan tujuan mencapai saling pengertian yang lebih mendalam²⁵. Selain dari kedua pendapat ahli tersebut, Effendy juga menjelaskan bahwa strategi komunikasi pada dasarnya adalah perencanaan dan manajemen untuk mencapai suatu tujuan²⁶.

Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi adalah suatu proses perencanaan dan manajemen komunikasi yang bertujuan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan oleh suatu lembaga atau organisasi secara optimal. Strategi komunikasi harus dapat menunjukkan bagaimana cara operasionalnya dilakukan secara praktis dan dapat disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang berbeda.

B. Tujuan Strategi Komunikasi

Strategi komunikasi dirancang untuk mencapai tujuan tertentu, dan umumnya bertujuan untuk menentukan dan mengkomunikasikan visi dan misi suatu perusahaan atau lembaga. Ada beberapa tujuan utama dari strategi komunikasi yang akan dijelaskan sebagai berikut²⁷:

1. Memberitahu (Announcing)

Tujuan ini melibatkan pemberitahuan tentang kapasitas dan kualitas informasi yang dimiliki, dan informasi yang dipromosikan harus berkaitan dengan informasi utama yang penting bagi organisasi tersebut.

²⁴Khoirul Muslimin & Maswan, Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik, (Yogyakarta :Lingkar Media, 2017), cet. I. hlm. 8.

²⁵Hafied Cangara, Perencanaan dan Strategi Komunikasi, (Jakarta : Rajawali Pers, 2013),

²⁶Effendy, Onong Uchjana.2018. Dinamika Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.

²⁷Liliweri, A. (2011). Komunikasi Serba Ada, Serba Makna. Kencana.

2. Mendidik (Educating)

Tujuan dari strategi komunikasi adalah memberikan pendidikan kepada khalayaknya. Dalam setiap informasi yang disampaikan harus dibuat dalam format yang edukatif. Sebagai contoh, ketika menginformasikan tentang acara amal donor darah, maka harus menjelaskan manfaat dari donor darah itu sendiri.

3. Menyebarkan Informasi (Informing)

Tujuan dari komunikasi adalah untuk memberikan informasi yang spesifik dan aktual kepada target audiens atau masyarakat, sehingga mereka dapat memanfaatkannya dengan sebaik-baiknya. Dalam hal ini, informasi yang disebarkan harus mencakup unsur pendidikan dan bukan hanya sekedar pemberitahuan atau motivasi semata-mata.

4. Memotivasi (Motivating)

Maksud dari tujuan strategi komunikasi sebagai motivasi adalah sebagai komunikasi, kita harus berusaha agar informasi yang disampaikan dapat memberikan motivasi bagi masyarakat.

5. Mendukung Pembuatan Keputusan (Supporting Decision Making)

Untuk membantu proses pembuatan keputusan, informasi harus dikumpulkan, dikelompokkan, dan dianalisis dengan cermat agar dapat menjadi sumber informasi utama bagi pembuat keputusan.

C. Unsur-unsur Komunikasi

Agar bisa terjadi, dibutuhkan seseorang yang menyampaikan pesan kepada orang lain dengan tujuan tertentu. Selain itu, terdapat unsur-unsur atau komponen-komponen komunikasi yang mendukung terjadinya komunikasi, diantaranya adalah:²⁸

²⁸Hafied Cangara, Pengantar Ilmu Komunikasi, (Jakarta : RajaGrafindo Persada, 2011)

1. Komunikator

Istilah "sender" atau pengirim merujuk pada individu, kelompok, atau organisasi yang bertindak sebagai komunikator dengan mengirimkan pesan ke penerima atau komunikan. Sebagai komunikator, mereka memiliki motif dan tujuan dalam menyampaikan pesan kepada penerima. Terkadang, istilah "sumber" juga digunakan untuk merujuk pada pengirim pesan.

2. Pesan

Pesan merupakan isi yang disampaikan oleh pengirim kepada penerima dalam proses komunikasi. Cara penyampaiannya bisa melalui tatap muka atau media komunikasi, dan berisi beragam hal seperti ilmu pengetahuan, hiburan, informasi, nasihat, atau propaganda. Agar pesan bisa dikirim dan diterima dengan baik oleh komunikan, maka pesan harus dibuat konkret dengan menggunakan suara, lambang, gerak-gerik, bahasa lisan, atau bahasa tulisan. Pesan dapat digolongkan sebagai pesan verbal atau pesan non-verbal tergantung pada cara penyampaiannya. Namun yang terpenting, pesan yang disampaikan harus mudah dimengerti dan dipahami oleh komunikan.

Untuk memastikan pesan yang disampaikan oleh komunikator diterima dengan baik oleh komunikan, perlu memperhatikan isi pesan yang terdiri dari beberapa komponen sebagai berikut:²⁹

- a. Pesan harus jelas dan menggunakan bahasa yang mudah dipahami.
- b. Pesan harus benar, didasarkan pada fakta dan tidak diragukan.
- c. Pesan harus ringkas, padat, dan disusun dengan kalimat pendek agar tidak mengurangi makna.

²⁹ Khoirul Muslimin & Maswan. 2017. Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik. Yogyakarta: Lingkar Media.

- d. Pesan harus nyata dan dapat dipertanggungjawabkan dengan data dan fakta yang ada.
- e. Pesan harus lengkap dan disusun secara sistematis.
- f. Pesan harus menarik dan meyakinkan karena berdasarkan logika dan terkait dengan kepentingan komunikan.
- g. Pesan harus disampaikan dengan sopan, memperhitungkan kepribadian, kebiasaan pola hidup, dan nilai-nilai komunikan.

Namun, meskipun pesan memenuhi komponen tersebut, terkadang pesan tidak sampai pada tujuan atau tidak diterima oleh komunikan karena penerima pesan tidak siap.

3. Saluran

Saluran komunikasi digunakan sebagai media untuk mengirim pesan dari komunikator ke komunikan. Ada beberapa media atau saluran yang bisa digunakan dalam proses komunikasi, seperti buku, e-mail, atau telepon. Namun, dalam beberapa kasus, media tidak diperlukan dalam komunikasi, dan komunikasi dapat dilakukan secara langsung tanpa media. Ini disebut komunikasi langsung, di mana pesan langsung disampaikan dari komunikator ke komunikan tanpa melalui media.³⁰

4. Penerima

Penerima dalam komunikasi merujuk pada individu atau kelompok yang dituju oleh pesan yang disampaikan oleh pengirim. Beberapa istilah lain yang digunakan untuk menyebut penerima antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, dan komunikan.³¹

5. Efek

Efek dalam proses komunikasi merujuk pada respons atau tanggapan yang diberikan oleh komunikan ketika menerima pesan dari komunikator. Respons ini dapat berupa reaksi verbal, non-

³⁰Khaerul Umam. 2012. Manajemen Organisasi. Bandung : Pustaka Setia.

³¹Hafied Cangara. 2013. Perencanaan dan Strategi Komunikasi. Jakarta : Rajawali Pers.

verbal, atau kombinasi keduanya, dan dapat memiliki karakteristik kognitif (terkait dengan pemahaman), afektif (terkait dengan perasaan), atau konatif (terkait dengan tindakan). Terkadang, komunikator dapat mengetahui efek yang diberikan oleh komunikasi secara langsung melalui umpan balik, sedangkan dalam situasi lain, efek mungkin tidak dapat diketahui secara langsung oleh komunikator.

D. Jenis-jenis Komunikasi

Komunikasi mempunyai dua bentuk, yaitu komunikasi verbal dan non-verbal.³² Komunikasi verbal adalah bentuk komunikasi yang menggunakan kata-kata, baik itu lisan maupun tertulis, dalam kegiatan sehari-hari. Sementara itu, komunikasi non-verbal meliputi gerakan tubuh dan reaksi wajah dalam berkomunikasi.

1. Komunikasi Verbal

Komunikasi verbal merupakan bentuk komunikasi yang sering digunakan dalam kehidupan sehari-hari dan bisnis untuk menyampaikan pesan secara lisan atau tertulis kepada orang lain. Bahasa dan suara merupakan elemen utama dalam komunikasi verbal yang menentukan apakah audiens akan mendengarkan atau tidak. Kemampuan bahasa seseorang terdiri dari empat unsur penting yaitu mendengarkan, berbicara, membaca, dan menulis.

2. Komunikasi Nonverbal

Komunikasi nonverbal (nonverbal communication) adalah salah satu cara berkomunikasi yang tidak menggunakan kata-kata lisan untuk menyampaikan makna, melainkan melalui ekspresi wajah, nada suara, gerakan anggota tubuh, kontak mata, dan tindakan-tindakan nonverbal lain³³. Komunikasi nonverbal sangat

³²Khoirul Muslimin & Maswan. 2017. Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik. Yogyakarta : Lingkar Media.

³³ Alo Liliweri. 2009. Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarbudaya. Yogyakarta : Lkis Pelangi Aksara.

penting dalam memperkuat pesan yang disampaikan dalam waktu bersama. Dalam dunia bisnis, penggunaan komunikasi nonverbal yang baik dapat membantu komunikator untuk memahami reaksi komunikan ketika menerima pesan. Komunikasi verbal dan nonverbal saling melengkapi satu sama lain dalam mencapai tujuan komunikasi yang efektif.

E. Komunikasi Organisasi

1. Pengertian Komunikasi Organisasi

Liliweri mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah jenis komunikasi interpersonal atau kelompok yang bersifat impersonal (dalam bentuk komunikasi yang terstruktur) yang dilakukan oleh individu atau kelompok/unit kerja di dalam sebuah organisasi.

Sementara itu, menurut Redding dan Sanborn yang dikutip oleh Arni Muhammad dalam bukunya *Komunikasi Organisasi*, komunikasi organisasi merujuk pada proses pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks, yang mencakup berbagai hal seperti komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi dari atasan ke bawahan dan sebaliknya, komunikasi horizontal antara orang-orang yang memiliki posisi atau tingkatan yang sama dalam organisasi, serta keterampilan komunikasi seperti berbicara, mendengarkan, menulis, dan melakukan evaluasi program.³⁴

Jika melihat teori lain, teori yang disampaikan Weick menggunakan komunikasi sebagai sebuah dasar bagi pengorganisasian manusia dan memberikan sebuah pemikiran untuk memahami bagaimana manusia berorganisasi. Weick mengatakan bahwa Struktur ditandai oleh perilaku pengorganisasian.

³⁴Arni Muhammad. 2014. *Komunikasi Organisasi*. Edisi ketiga belas. Jakarta: Bumi Aksara.

Komunikasi tidak mencerminkan proses-proses penting; komunikasilah yang merupakan proses penting. Proses menghasilkan struktur. Menurut konsep Weick, suatu sistem jelas bersifat manusiawi. Manusia tidak hanya menjalankan organisasi akan tetapi manusia merupakan organisasi tersebut.³⁵

2. Komponen Komunikasi Organisasi

a. Komunikator

Komunikator yang baik dan bisa dipercaya oleh khalayak sasaran harus memiliki daya tarik dan kredibilitas. Daya tarik membuat khalayak merasa memiliki kesamaan dengan komunikator, sehingga mereka lebih mungkin mengikuti apa yang diinginkan oleh komunikator. Penampilan juga mempengaruhi daya tarik komunikator. Selain itu, kredibilitas komunikator juga penting.

Kredibilitas membuat khalayak percaya pada pesan yang disampaikan dan bersedia mengubah pikiran, sikap, pendapat, dan perilakunya sesuai dengan komunikator. Kredibilitas diperoleh melalui pemahaman yang baik tentang masalah yang dibicarakan dan kemahiran berbahasa yang baik. Komunikator yang memiliki kredibilitas akan lebih dipercaya oleh khalayak sasaran.

b. Pesan

Pesan adalah inti persoalan yang dikomunikasikan oleh komunikator kepada khalayak sasaran. Pesan ini menentukan teknik komunikasi yang akan digunakan. Dalam strategi komunikasi, penting untuk merumuskan pesan dengan mempertimbangkan situasi dan kondisi khalayak. Pesan harus tepat dan relevan bagi khalayak

³⁵Deddy Mulyana. 2015. *Komunikasi Organisasi*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). Hlm.79

sasaran. Menurut Soeganda Priyatna³⁶, ada beberapa syarat agar pesan yang disampaikan dapat efektif:

- 1) Umum dan mudah dipahami: Pesan harus bersifat umum dan mudah dipahami oleh khalayak sasaran, tidak memunculkan penafsiran yang salah.
- 2) Bahasa yang jelas: Penggunaan bahasa harus jelas dan sesuai dengan khalayak sasaran, menghindari penggunaan istilah yang tidak dipahami oleh khalayak sasaran.
- 3) Positif: Pesan disampaikan dengan cara yang positif untuk membangkitkan simpati dari khalayak sasaran.
- 4) Seimbang: Pesan harus disampaikan secara seimbang, tidak hanya menunjukkan sisi positif, tetapi juga sisi negatif agar khalayak sasaran dapat menerima dengan baik.
- 5) Sesuai: Pesan yang disampaikan harus disesuaikan dengan keinginan khalayak sasaran.

c. Media Komunikasi

Media adalah alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan-pesan komunikasi. Saat ini, media komunikasi tidak terbatas pada media massa dengan karakteristiknya masing-masing. Kemunculan internet sebagai media komunikasi telah membawa lahirnya berbagai media komunikasi modern baru. Dalam strategi komunikasi, penting untuk memilih media komunikasi yang tepat yang dapat mencapai khalayak sasaran dengan efektif dan cepat. Pemilihan media komunikasi harus disesuaikan dengan tujuan yang ingin dicapai, pesan yang akan disampaikan, dan teknik komunikasi yang digunakan.

³⁶Drs. H. Soeganda Priyatna, MM. (2007). *Jurnal Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Universitas Padjajaran.

d. Sasaran

Dalam strategi komunikasi, identifikasi khalayak sasaran merupakan langkah penting bagi komunikator. Identifikasi ini harus disesuaikan dengan tujuan komunikasi yang ingin dicapai. Terdapat beberapa faktor yang perlu dipertimbangkan dalam proses identifikasi khalayak sasaran. Pertama, komunikator perlu memahami kerangka pengetahuan khalayak agar pesan dapat diterima dan dipahami dengan mudah. Kedua, situasi dan kondisi khalayak juga harus diperhatikan. Komunikator harus mempertimbangkan situasi komunikasi saat pesan diterima serta keadaan fisik dan psikologis khalayak. Dengan memperhatikan faktor-faktor ini, pesan komunikasi dapat disampaikan dengan efektif.

3. Fungsi Komunikasi Organisasi

Menurut Bungin³⁷, fungsi komunikasi dalam organisasi dapat dibagi menjadi empat, yaitu fungsi informatif, regulatif, persuasif, dan integratif.

a. Fungsi Informatif

Fungsi informatif penting dalam organisasi untuk mendapatkan informasi yang diperlukan dalam pekerjaan, baik dari atasan maupun bawahan. Informasi juga membantu mengatasi konflik dan membentuk kebijakan.

b. Fungsi Regulatif

Fungsi regulatif mencakup aturan-aturan yang berlaku dalam organisasi. Pemimpin memiliki wewenang untuk memberikan perintah dan membuat aturan, sementara anggota harus mematuhi peraturan tersebut.

³⁷Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran* edisi pertama. Jakarta: kencana prenatal media group.

c. Fungsi Persuasif

Fungsi persuasif digunakan untuk mencapai kesejahteraan organisasi dengan lebih mengajak daripada memerintah. Hal ini membuat anggota lebih menghargai pimpinan.

d. Fungsi Integratif

Fungsi integratif melibatkan saluran komunikasi formal, seperti penerbitan khusus dalam organisasi dan laporan kemajuan, serta komunikasi informal melalui interaksi antar pribadi selama istirahat kerja atau kegiatan sosial.

4. Tujuan Komunikasi Organisasi

Tujuan komunikasi organisasi, menurut Arni Muhammad³⁸, dapat dijelaskan sebagai berikut:

- a. Menyampaikan pikiran, pendapat, dan pandangan. Pemimpin dan anggota organisasi dapat mengungkapkan pikiran, pendapat, dan cara pandang terkait tugas dan fungsi mereka.
- b. Berbagi informasi. Memberikan kesempatan kepada individu dan kelompok kerja dalam organisasi untuk saling berbagi informasi secara individu maupun kelompok.
- c. Menyampaikan perasaan. Memungkinkan anggota dan pemimpin untuk mengkomunikasikan perasaan atau emosi mereka dengan saling bertukar informasi.
- d. Koordinasi tindakan. Mengkoordinasikan tugas dan fungsi organisasi yang terbagi menjadi beberapa sub bagian kepada seluruh anggota. Koordinasi dan komunikasi yang efektif merupakan aspek penting dalam mencapai kerjasama dalam organisasi.

³⁸Arni, Muhammad. 2017. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta : Prenadaedia Group.

5. Hambatan dalam Komunikasi Organisasi

Effendy mengidentifikasi beberapa hambatan yang dapat menyebabkan ketidakefektifan komunikasi, yaitu³⁹:

- a. Hambatan Proses. Hambatan ini terjadi akibat ketidaksempurnaan unsur komunikasi, sehingga tujuan komunikasi tidak tercapai. Contohnya, gangguan pada komunikan, pesan, atau media komunikasi itu sendiri.
- b. Hambatan Semantik. Hambatan ini terkait dengan situasi dan kondisi lapangan. Semantik berkaitan dengan bahasa yang digunakan oleh komunikator untuk memperlancar komunikasi. Contohnya, pengucapan yang tidak jelas atau perbedaan tafsir atau pemahaman antara komunikator dan komunikan.
- c. Hambatan Sosio-Psikologis. Hambatan ini terjadi karena adanya perbedaan nilai-nilai antara komunikator dan komunikan yang mempengaruhi kondisi emosional keduanya.
- d. Hambatan Ekologis. Hambatan ini disebabkan oleh lingkungan yang tidak mendukung, yang dapat memperburuk komunikasi. Misalnya, saat melakukan komunikasi di tempat yang ramai, kita perlu meningkatkan volume suara agar pesan kita dapat didengar dengan jelas oleh komunikan.

³⁹Effendi, Onong Uchjana. 2005. Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek, Cet. XIX. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

F. Organisasi Alumni Pondok Pesantren

1. Pengertian Pondok Pesantren

Pesantren adalah tempat pendidikan yang berasal dari kata "santri" yang berarti murid dalam bahasa Jawa. Istilah "pesantren" berasal dari kata "pe-santri-an" yang menunjukkan tempat para santri⁴⁰. Pondok pesantren merupakan lembaga pendidikan Islam tertua di Indonesia dan dianggap sebagai "laboratorium sosial" untuk menerapkan ajaran agama Islam. Para santri di pondok pesantren belajar dan mengamalkan ilmu agama Islam dalam kehidupan sehari-hari dengan bimbingan kyai atau ustadz sebagai contoh yang diikuti⁴¹.

Data dari Ditasemen Pendidikan Pondok Pesantren Kementerian Agama Republik Indonesia menunjukkan bahwa terdapat 25.171 pondok pesantren yang terdaftar dalam Pangkalan Data Pondok Pesantren. Di Provinsi Jawa Tengah saja, terdapat 3.787 pondok pesantren, dengan 1.992 pondok pesantren tipe satuan pendidikan dan 1.795 pondok pesantren tipe penyelenggara satuan pendidikan⁴².

2. Unsur-unsur Pondok Pesantren

Menurut Iskandar Engku, pesantren pada dasarnya adalah tempat di mana para santri belajar. Ini menjadikan pesantren sebagai lembaga pendidikan tempat para santri menuntut ilmu agama langsung dari kiyai. Menurut Undang-Undang Nomor 18 Tahun 2018 tentang Pesantren, ada beberapa unsur yang terdapat dalam pesantren.

⁴⁰Nizar, Samsul, *Sejarah Pendidikan Islam (Menelusuri Jejak Sejarah Pendidikan Era Rosulullah Sampai Indonesia)*, (Jakarta: Kencana Prenada media Group, 2011)

⁴¹Hariadi. 2015. *Evolusi Pesantren: Studi Kepemimpinan Kyai Berbasis Orientasi ESQ*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.

⁴² Diperoleh dari laman <https://ditpdpontren.kemenag.go.id/pdpp/statistik>

a. Kyai

Pertama adalah Kyai (Tuan Guru), yang umumnya merupakan pemimpin pesantren dengan pemahaman agama yang luas dan mengajarkan ilmunya kepada santri.

b. Santri

Santri adalah mereka yang menimba ilmu di pondok pesantren. Santri dapat dibagi menjadi santri mukim (tinggal di asrama pesantren) dan santri kalong (yang berasal dari desa dan tidak tinggal di asrama).

c. Pondok

Pondok merupakan tempat tinggal bagi santri dan biasanya dikenal sebagai asrama yang diawasi oleh pengasuh atau Kyai.

d. Surau atau Masjid

Keempat adalah Surau atau Masjid, yang merupakan tempat ibadah dan kegiatan pengajian ilmu agama di pesantren.

e. Kitab

Terakhir adalah Kitab, yang menjadi sumber materi referensi bagi santri dalam menimba ilmu agama sesuai dengan kurikulum pesantren, termasuk kitab-kitab seperti Nahwu dan Sara, Fiqih, Ushul Fiqih, Hadits, Tafsir, Tauhid, Tasawuf, Etik, Tarikh, dan Balaghah.

3. Organisasi Alumni Pondok Pesantren

Organisasi Alumni Pondok Pesantren adalah sebuah organisasi yang terdiri dari para alumni pondok pesantren yang bergabung dalam satu wadah. Pada Pondok Pesantren Syubbanul Wathon Magelang, nama dari ikatan alumni akan disebut ASWA. Secara formal, organisasi ini bertujuan untuk mempertahankan ikatan dan hubungan antara para alumni, serta berkontribusi dalam memajukan pendidikan dan nilai-nilai pesantren. ASWA juga berfungsi sebagai tempat untuk berbagi pengalaman, pengetahuan,

dan memperluas jaringan antar alumni. Tujuan umum dari ASWA adalah sebagai berikut:

- a. Mempertahankan hubungan antara alumni: ASWA berfungsi sebagai jembatan untuk menjaga dan memperkuat hubungan sosial antara para alumni pondok pesantren. Melalui kegiatan rutin, pertemuan, dan acara sosial, ASWA menciptakan kesempatan bagi para alumni untuk saling berbagi pengalaman, mendukung satu sama lain, dan menjalin persaudaraan yang erat.
- b. Membantu memajukan pendidikan pondok pesantren: ASWA berkomitmen untuk mendukung pengembangan pendidikan di pondok pesantren. Organisasi ini dapat memberikan bantuan dalam bentuk sumbangan, program pendidikan, pengadaan fasilitas, atau bekerja sama dengan pondok pesantren untuk meningkatkan kualitas pendidikan dan fasilitas yang ada.
- c. Meningkatkan pemahaman dan pengamalan nilai-nilai pesantren: ASWA berperan dalam menyebarkan dan mengamalkan nilai-nilai agama, etika, moral, dan budaya yang diajarkan di pondok pesantren. Dengan mengadakan kegiatan sosial, seminar, dan diskusi, ASWA membantu para alumni untuk tetap berpegang pada nilai-nilai tersebut dalam kehidupan sehari-hari dan menyebarkannya kepada masyarakat luas.

Manfaat yang diperoleh dari keanggotaan dalam ASWA antara lain:

- a. Jaringan dan kolaborasi: Bergabung dalam ASWA memberikan akses kepada para alumni untuk memperluas jaringan dan kolaborasi dengan sesama alumni, baik dalam bidang pendidikan, bisnis, atau karier. Jaringan ini

dapat menjadi sumber dukungan, informasi, dan peluang kerjasama yang saling menguntungkan.

- b. Peningkatan pengetahuan dan keterampilan: ASWA sering mengadakan kegiatan edukatif seperti seminar, pelatihan, dan workshop yang memberikan kesempatan kepada para alumni untuk terus mengembangkan pengetahuan dan keterampilan mereka. Hal ini dapat membantu meningkatkan kompetensi pribadi dan profesional para alumni.
- c. Kontribusi sosial dan pemberdayaan: Melalui ASWA, para alumni dapat berkontribusi dalam pengembangan pendidikan dan kesejahteraan masyarakat sekitar. Dengan bekerja sama dalam proyek sosial, bantuan pendidikan, atau kegiatan amal, ASWA mampu memberikan dampak positif kepada masyarakat dan membantu pemberdayaan ekonomi dan sosial di sekitar pondok pesantren.

G. Pengembangan Organisasi

1. Pengertian Organisasi

Secara etimologis, istilah "organisasi" berasal dari kata "Organum" dalam bahasa Latin yang memiliki arti sebagai alat, bagian, anggota, atau badan. Organisasi merupakan suatu proses yang memiliki struktur dan tempat bagi orang-orang untuk berinteraksi guna mencapai tujuan tertentu⁴³. Terdapat dua pengertian organisasi, yaitu: (1) secara statis, organisasi adalah wadah kerjasama kelompok orang yang bekerja bersama untuk mencapai tujuan tertentu. (2) secara dinamis, organisasi merupakan suatu sistem atau kegiatan yang melibatkan sekelompok orang dalam mencapai tujuan tertentu⁴⁴. Dengan demikian, organisasi

⁴³Abdulsyani, Manajemen Organisasi, (Jakarta: Bina Aksara, 1987)

⁴⁴Ibnu Syamsi, Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen, (Jakarta: Rineka Cipta,

dapat dianggap sebagai tempat berkumpulnya sekelompok orang untuk mencapai tujuan tertentu.

2. Prinsip Organisasi

Untuk mengatasi atau menyembuhkan masalah dalam suatu organisasi, penting untuk memperhatikan dan mengikuti beberapa prinsip organisasi. Beberapa prinsip organisasi tersebut meliputi:⁴⁵

- a. Jelasnya Perumusan Tujuan
- b. Pembagian Tugas Pekerjaan
- c. Pelimpahan Wewenang dan Pertanggung jawaban
- d. Adanya Tingkatan Hierarki
- e. Rentang Pengendalian
- f. Kesatuan Perintah dan Pengarahan
- g. Unit kerja sebagai bagian dari keseluruhan dalam organisasi.

Dengan memperhatikan dan menerapkan prinsip-prinsip ini, diharapkan dapat mengatasi dan menyembuhkan masalah yang terjadi dalam organisasi.

3. Pengembangan Organisasi

Pengembangan organisasi adalah proses yang dilakukan secara berencana dan berkelanjutan untuk mengatasi masalah dan beradaptasi dengan perubahan. Upaya ini melibatkan pejabat di dalam atau luar organisasi yang menerapkan ilmu perilaku. Pengembangan organisasi bertujuan untuk membuat organisasi dan anggotanya menjadi efektif. Hal ini melibatkan perbaikan struktur, prosedur, dan aspek manusia dalam sistem organisasi. Usaha ini memiliki dampak positif pada kualitas kehidupan kerja dan kualitas

1994),

⁴⁵Ilahi, Ulbert, 2016. *Studi Tentang Ilmu Administrasi Konsep, Teori dan. Dimensi*, Cetakan kesebelas, Bandung: Sinar Baru Algensindo.

hidup pekerja secara umum. Pendekatan pengembangan organisasi melibatkan penerapan pengetahuan tentang perilaku dan teori organisasi untuk meningkatkan kesehatan dan vitalitas organisasi, meningkatkan kompetensi dan harga diri individu dan anggota kelompok, serta memberikan manfaat bagi masyarakat secara keseluruhan.⁴⁶

Pengembangan organisasi juga dapat dilihat sebagai serangkaian teknik ilmu sosial yang dirancang untuk merencanakan perubahan dalam pengaturan kerja dengan dua tujuan utama. Pertama, meningkatkan pengembangan pribadi individu dengan memberikan kesempatan untuk tumbuh dan berkembang. Kedua, meningkatkan efektivitas fungsi organisasi secara keseluruhan. Dalam konteks ini, pengembangan organisasi melibatkan upaya merancang perubahan yang dapat membawa manfaat bagi individu maupun organisasi. Melalui penggunaan teknik ilmu sosial yang sesuai, tujuan ini dapat dicapai dengan mengoptimalkan pengaturan kerja dan meningkatkan efektivitas organisasi secara keseluruhan⁴⁷.

Dalam kesimpulannya, pengembangan organisasi melibatkan proses berkelanjutan yang berfokus pada peningkatan kualitas kehidupan kerja, perkembangan individu, dan efektivitas organisasi. Pendekatan ini melibatkan penerapan prinsip-prinsip ilmu perilaku dan teori organisasi untuk mencapai hasil yang diinginkan. Dengan mengoptimalkan pengaturan kerja dan memberikan perhatian pada perkembangan individu, pengembangan organisasi dapat menghasilkan perubahan yang positif dan berdampak baik pada organisasi secara keseluruhan.

⁴⁶ Sutarto.2002. *Dasar-dasar Organisasi*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press

⁴⁷ Anifah, Kun. 2011. *Strategi Pengembangan Organisasi Primacendekia Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga

4. Strategi Pengembangan Organisasi

Ada banyak jenis teknik yang dapat digunakan dalam pengembangan organisasi. Namun dari berbagai sumber yang ada, secara umum strategi pengembangan organisasi dapat dibagi menjadi empat strategi, yaitu survey feedback, sensitivity training, team building, dan management by objectives. Masing-masing strategi akan dijelaskan sebagai berikut:

a. Survey Feedback

Teknik ini melibatkan penggunaan kuesioner dan wawancara untuk mengumpulkan informasi tentang masalah yang terkait dengan organisasi. Informasi yang diperoleh dari survei ini kemudian dibagikan kepada para pekerja sebagai dasar untuk melakukan perubahan dalam organisasi. Salah satu keuntungan utama dari penggunaan teknik ini adalah partisipasi yang melibatkan setiap individu dalam organisasi, atau dapat juga dibatasi hanya pada anggota kelompok kerja tertentu, seperti manajer dan karyawan yang menjadi bawahannya.

Teknik "Survey Feedback" memberikan kesempatan kepada semua orang dalam organisasi untuk berkontribusi dalam survei yang diadakan. Melalui penggunaan instrumen ini, para anggota organisasi dapat berbagi pandangan dan pengalaman mereka terkait dengan masalah yang ada. Hal ini dapat membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki dan memfasilitasi proses perubahan yang lebih efektif. Dengan melibatkan seluruh anggota organisasi atau kelompok kerja yang relevan, teknik ini memungkinkan adanya kerjasama dalam menyusun solusi dan

meningkatkan kualitas kerja serta kinerja organisasi secara keseluruhan.

b. Sensitivity Training

Training dilakukan dengan tujuan untuk meningkatkan pemahaman personal seseorang. Salah satu teknik dalam pengembangan organisasi adalah "sensitivity training" (latihan kepekaan), yang bertujuan untuk meningkatkan pemahaman pekerja tentang perilaku mereka sendiri dan dampaknya terhadap orang lain.

Latihan kepekaan adalah sebuah teknik pelatihan yang dilakukan dalam kelompok dengan maksud untuk meningkatkan tingkat kepekaan, reaksi yang cepat, dan memperkuat kemampuan individu dalam menghadapi berbagai masalah yang timbul. Terdapat tiga jenis kelompok kepekaan, yaitu kelompok tak kenal, kelompok semi kenal, dan kelompok kenal. Pada kelompok tak kenal, peserta latihan berasal dari berbagai organisasi dan mereka tidak saling mengenal satu sama lain. Pada kelompok semi kenal, peserta latihan berasal dari organisasi yang sama tetapi dari unit yang berbeda, sehingga ada sebagian peserta yang telah saling mengenal dan sebagian lainnya belum saling mengenal. Sedangkan pada kelompok kenal, peserta latihan berasal dari unit yang sama, sehingga mereka telah saling mengenal satu sama lain.

c. Team Building

Team building adalah suatu teknik di mana anggota tim membahas isu-isu yang terkait dengan kinerja kelompok kerja mereka. Melalui diskusi ini, masalah-masalah spesifik diidentifikasi, ditemukan,

direncanakan, dan diimplementasikan untuk dicari solusinya.

Pembentukan tim merupakan salah satu teknik dalam pengembangan organisasi yang bertujuan untuk menyesuaikan diri dengan masalah yang muncul dan perlu dipecahkan. Tim tersebut bersifat fleksibel dan selalu berubah sesuai dengan perubahan masalah yang timbul. Dengan adanya tim, pemecahan masalah dan pelaksanaan pekerjaan menjadi lebih mudah karena anggota tim dipilih berdasarkan kesesuaian dengan masalah atau tugas yang dihadapi.

d. Management by Objective

Management by objectives adalah sebuah teknik di mana manajer dan bawahannya bekerja sama untuk menetapkan dan mencapai tujuan organisasi. Langkah-langkah yang dilakukan meliputi pengembangan rencana tindakan, di mana tujuan spesifik dan terukur ditetapkan dan rencana untuk mencapainya dikembangkan. Kemudian, rencana tersebut diimplementasikan dengan pemantauan progres pencapaian tujuan secara cermat dan melakukan koreksi jika diperlukan. Selanjutnya, dilakukan evaluasi hasil untuk melihat apakah tujuan telah tercapai.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian lapangan atau field research, yaitu penelitian yang dilakukan secara langsung di kondisi sebenarnya. Penelitian lapangan merupakan penelitian kualitatif di mana peneliti mengamati dan ikut serta secara langsung dalam studi sosial kecil dan mempelajari budaya setempat. Secara sederhana, metode pengamatan penelitian lapangan dapat didefinisikan sebagai langsung mengamati untuk memperoleh informasi yang dibutuhkan, misalnya ketika peneliti ingin meneliti bagaimana peran pemimpin dalam suku tertentu mempengaruhi pengikutnya untuk percaya pada hal-hal tertentu. Penelitian ini mempelajari data dan masalah yang ada di lapangan (tempat penelitian) yang berhubungan dengan pola komunikasi organisasi santri di Pondok Pesantren ASWA di Magelang.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

a. Tempat Penelitian

Lokasi penelitian yang dilaksanakan oleh peneliti untuk melakukan observasi mandiri yaitu di Magelang.

b. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dilakukan dalam waktu bulan Februari – Maret tahun 2023.

C. Subjek dan Objek

a. Subjek Penelitian

Subjek penelitian yaitu seseorang yang memiliki jabatan dan orang yang tidak memiliki jabatan atau anggota yang dapat memberi

informasi terkait kondisi dan situasi yang diteliti.⁴⁸ Subjek penelitian ini adalah Organisasi ASWA.

b. **Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah sifat atau nilai dari orang, objek atau kegiatan yang memiliki contoh tertentu yang kemudian diambil kesimpulannya. Objek dalam penelitian ini adalah bagaimana strategi komunikasi organisasi ASWA dalam mengembangkan organisasi alumni.

D. Sumber Data

a. **Sumber Data Primer**

Data primer merupakan hasil yang didapatkan secara langsung yang memberikan info kepada peneliti. Sumber informasi penelitian ini adalah hasil wawancara dari pengurus ASWA.

b. **Sumber Data Sekunder**

Sumber data sekunder merupakan hasil data yang diperoleh dari sumber non primer namun tetap dapat digunakan sebagai dasar dalam penelitian. Pada penelitian ini, sumber data sekunder yang dikumpulkan dapat bersumber dari skripsi maupun data yang menunjang informasi objek yang diteliti.

E. Teknik Pengumpulan Data

Berikut teknik pengumpulan data yang akan digunakan oleh peneliti dalam pengumpulan data :

a. **Observasi**

Observasi adalah proses melakukan pengamatan yang terencana di lokasi kejadian dan didokumentasikan setiap kegiatan penting agar mendapatkan bahan penelitian.⁴⁹ Agar mendapatkan informasi yang akurat

⁴⁸Hakim, Abdul. Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas&Studi Kasus), (Sukabumi : CV Jejak, 2017), Hlm.152.

⁴⁹Farida Nugrahani, Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa, (Surakarta: 2014), Hlm.132.

peneliti akan datang ke Pondok Pesantren Syubbanul Wathon dan mengamati rapat pengurus bulanan yang diadakan setiap 1 bulan.

b. Dokumentasi

Dokumentasi adalah kegiatan mengumpulkan bukti berupa foto, video, surat kabar, hasil live streaming pengajian ASWA atau rekaman suara sebagai bukti penguat dalam penelitian.

c. Wawancara

Wawancara ialah proses bertemu antara dua orang yang memiliki tujuan untuk saling bertukar ide ataupun informasi dengan saling memberi pertanyaan dan jawaban sehingga dapat diinterpretasikan makna pada suatu topik tertentu.⁵⁰ Wawancara ialah sebuah bukti terhadap informasi yang telah diperoleh sebelumnya.

Dalam hal ini yang akan menjadi narasumber ialah Pengurus Pondok Pesantren Syubbanul Wathon bagian kepengurusan alumni.

F. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses mengorganisasikan dan mengurutkan data dalam bentuk kategori, pola dan satuan uraian dasar sehingga dapat ditemukan tema dan dapat dirumuskan hipotesis kerja seperti yang disarankan oleh data.⁵¹

Proses analisis data disajikan dalam bentuk sebagai berikut, *pengumpulan data* adalah mengumpulkan data yang diperlukan dalam penelitian. *Reduksi data* adalah proses seleksi, pemfokusan, dan abstraksi data dari catatan data yang telah dikumpulkan. Pada proses reduksi data semua data umum yang telah dikumpulkan dalam proses pengumpulan data sebelumnya dipilah-pilah sedemikian rupa sehingga peneliti dapat menemukan data yang telah sesuai dengan kerangka konseptual atau tujuan penelitian.

⁵⁰ Sugiyono, “*Memahami Penelitian Kualitatif*” (Bandung, 2014), 72

⁵¹ Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing, 2015), Hlm.120

Display data adalah mengelompokkan data yang telah diperoleh dan disatukan menjadi susunan deskripsi data seperti diagram, bagan-bagan. *Verifikasi data* adalah proses penafsiran terhadap data, sehingga data yang telah diorganisasikan itu memiliki makna. Pada tahap ini penafsiran data dapat dilakukan dengan cara membandingkan, mencatat tema dan pola,



BAB IV

PEMBAHASAN

A. Profil Organisasi ASWA

1. Sejarah Organisasi ASWA

“Aswa atau seingatanya Alumni Syubbanul wathon itu merupakan wadah atau bisa dikatakan komunitas alumni, baik dari alumni pesantren Api Asri tegalrejo, Pesantren Api Asri Secang, dan Pesantren Api Asri Salamkanci Bandungan. Nah, Aswa sendiri sudah ada sejak pertama kali lulusan, berarti lulusan SMK dulu tahun 2010.”⁵²

ASWA (Organisasi Alumni Syubbanul Wathon) merupakan sebuah organisasi yang didirikan sebagai wadah bagi para alumni Asrama Perguruan Islam (API) Asri Tegalrejo, Secang, Bandungan. Dari penggalian data dengan pengurus, dapat diketahui bahwa organisasi ini mulai beroperasi sejak tahun 2010, namun gerakan aktifnya baru dimulai pada tahun 2013 setelah melalui tahap konseptualisasi.

Organisasi ASWA memiliki struktur organisasi yang terbagi menjadi dua tingkatan, yaitu ASWA Pusat dan ASWA Regional. ASWA Pusat merujuk pada alumni yang masih berada di pondok pusat, yaitu API Asri Tegalrejo. ASWA Pusat menjadi pusat koordinasi dan merupakan tempat berkumpulnya para alumni yang masih berhubungan erat dengan pondok pusat tersebut. Sementara itu, ASWA Regional merupakan cabang-cabang organisasi yang berada di beberapa tempat seperti Jogja, Semarang, Surabaya, Jombang, Jabodetabek, dan Banyumasan. ASWA Regional hadir untuk memfasilitasi para alumni API Asri yang berada di wilayah-wilayah tersebut agar dapat saling terhubung, berkolaborasi, dan menjalankan kegiatan-kegiatan organisasi di tingkat regional. Seiring berjalannya waktu, ASWA telah

⁵²Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

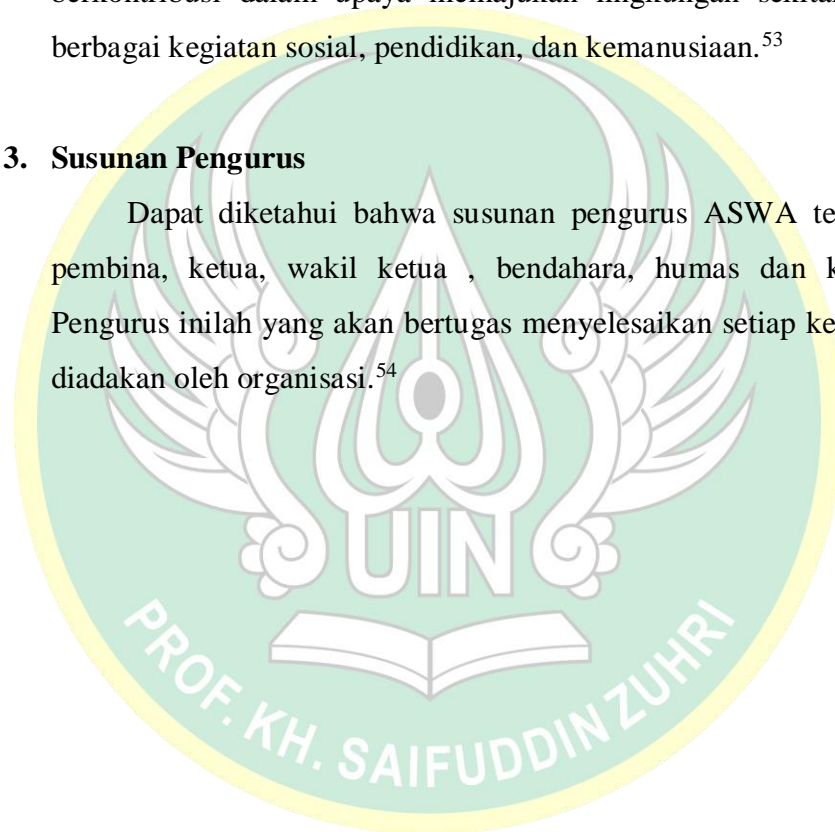
menjadi sebuah komunitas yang aktif dan berperan dalam menjaga silaturahmi serta mengembangkan potensi alumni API Asri Tegalrejo.

2. Visi Misi ASWA

Organisasi ini memiliki visi untuk mempererat hubungan antara para alumni, memberikan dukungan dalam pengembangan diri, serta berkontribusi dalam upaya memajukan lingkungan sekitar melalui berbagai kegiatan sosial, pendidikan, dan kemanusiaan.⁵³

3. Susunan Pengurus

Dapat diketahui bahwa susunan pengurus ASWA terdiri dari pembina, ketua, wakil ketua, bendahara, humas dan konsumsi. Pengurus inilah yang akan bertugas menyelesaikan setiap kegiatan yg diadakan oleh organisasi.⁵⁴



⁵³Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

⁵⁴Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

NO	NAMA	JABATAN
1.	Agus setiyono azka	Ketua Aswa
2.	M. Makshum hidayat bazza	Wakil Ketua
3.	Wiwin dariyati azka Iqbal misfar azizi	Bendahara
4.	Asngadul ibad	Sekretaris
5.	M. Ulinnuha	Sekretaris 2
6.	M. Khoirul muttaqin	Ketua Tim Media
7.	Wahyu Nur Mujib kaffa	Wakil Ketua Media
8.	Zikki alami fazza	Humas Sarpras
9.	Nalal hana Dzikron aji	Ketua Ekonomi Kreatif
10.	Wiwin dariyati	Wakil Ketua Ekonomi Kreatif
11.	Ahmad nasir	Ketua Bidang Kajian Islam
12.	Setiawan pamungkas	Wakil Ketua Bidang Kajian Islam
13.	Iqbal misfar azizi	Keamanan

4. Program Kerja

Dalam menjalankan kegiatannya, organisasi ASWA mempunyai dua agenda besar yang dilakukan secara rutin, yaitu kliwonan pusat dan pertemuan pada regional masing-masing.⁵⁵

a. Kliwonan Pusat

“Nah kalau kegiatan pastinya, yang pertama itu kliwonan, itu pasti. Jadi kliwonan itu pengajian rutin setiap hari Minggu Kliwon. kegiatan kliwonan yang sudah diterapkan di Pondok pesantren Api Salaf Tegalrejo, setiap satu bulan, satu lapan istilahnya, sekali.”⁵⁶

Kegiatan ini diadakan setiap satu bulan sekali, tepat pada hari Kliwon dalam penanggalan Jawa. Kliwonan menjadi momen yang dinantikan oleh para alumni ASWA untuk berkumpul, berinteraksi, dan mengembangkan hubungan sosial antara sesama alumni.

Kegiatan Kliwonan ini memiliki pola yang terstruktur. Setiap Minggu Kliwon, dua bulan sebelumnya, para alumni berkumpul di regional masing-masing. Regional yang dimaksud adalah Jombang dan Surabaya, yang saat ini merupakan regional yang aktif dalam ASWA. Di regional tersebut, para alumni memiliki kesempatan untuk berinteraksi dengan sesama alumni di wilayah yang sama dan juga bertemu dengan kyai atau ulama yang hadir di sana. Pertemuan dengan kyai ini memberikan kesempatan bagi para alumni untuk mendapatkan pembinaan spiritual dan nasehat-nasehat yang bermanfaat.

Selama Kliwonan, para alumni terlibat dalam berbagai kegiatan. Salah satunya adalah sesi sharing dengan senior, di mana para alumni yang lebih senior berbagi pengalaman, kisah sukses, dan pelajaran berharga kepada para junior. Sesi ini menjadi

⁵⁵Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

⁵⁶Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

kesempatan bagi alumni untuk saling memberikan inspirasi, motivasi, serta pengetahuan yang berguna dalam perjalanan hidup dan karier mereka.

Selain itu, Kliwonan juga menjadi waktu yang tepat untuk menjalin silaturahmi antar alumni, mempererat hubungan sosial, dan bermain bersama. Selama kegiatan ini, para alumni dapat saling berkenalan, bertukar pikiran, serta mengembangkan jaringan sosial yang luas. Hal ini tidak hanya berdampak positif bagi setiap individu, tetapi juga mendorong sinergi dan kolaborasi di antara mereka dalam berbagai proyek dan inisiatif yang melibatkan ASWA.

b. Pertemuan Regional

“Terus nanti satu bulannya itu kegiatan di regional masing-masing. Terserah mau apa waktu itu. Mau silaturahmi kegiatan siapa, atau mau mengadakan pertemuan, atau mau kunjungan, atau mau piknik. Nah itu terserah di regional masing-masing.”⁵⁷

Sedangkan untuk pertemuan regional, ASWA Pusat memberikan kelonggaran kepada para pengurus ASWA Regional untuk menentukan sendiri kapan akan dilakukannya pertemuan rutin tersebut. Namun pada beberapa regional seperti Jogja dan Wonosobo, biasanya mereka melakukan pertemuan regional ini pada satu bulan sebelum acara Kliwonan di API Pusat. Kegiatan ini melibatkan semua alumni ASWA, baik yang berasal dari regional Jombang maupun Surabaya, serta alumni dari regional-regional lain yang mungkin akan aktif di masa mendatang.

Menurut pengurus ASWA Pusat, meskipun saat ini regional yang aktif dalam ASWA adalah Jogja, Jombang dan Surabaya, diharapkan bahwa kegiatan Kliwonan ini akan semakin

⁵⁷ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

berkembang dan melibatkan regional-regional lain di masa mendatang. Dengan demikian, kegiatan ini akan semakin beragam, dinamis, dan memberikan manfaat yang lebih luas bagi para alumni ASWA, baik secara individu maupun kolektif.

B. Analisis Strategi Komunikasi

1. Tahapan Strategi Komunikasi ASWA

a. Research

“berinisiatif membuat kegiatan-kegiatan yang tidak monoton seperti itu saja. Karena kalau cuma sebatas pengajian-pengajian yang monoton itu kadang itu ada anak, eh sorry ada teman-teman yang jenuh”⁵⁸

Dalam proses penyusunan program ASWA, dilakukan riset terlebih dahulu untuk memastikan efektivitasnya. Riset tersebut mencakup pengamatan dan evaluasi terhadap program-program sebelumnya yang telah dilaksanakan di dalam ASWA maupun di organisasi serupa lainnya. Melalui pengamatan ini, tim pengurus ASWA dapat memperoleh wawasan dan pemahaman yang lebih mendalam mengenai keberhasilan dan kekurangan program-program sebelumnya. Mereka juga dapat mengidentifikasi tren dan praktik terbaik yang ada di lingkungan organisasi serupa untuk diadaptasi ke dalam program ASWA.

Selain itu, melihat program-program organisasi lain dan mengadaptasinya juga menjadi bagian penting dari riset yang dilakukan. Dengan mengamati program-program yang telah terbukti berhasil di organisasi lain, tim pengurus ASWA dapat memperoleh inspirasi dan ide-ide inovatif untuk meningkatkan program mereka sendiri. Mereka dapat mengidentifikasi elemen-elemen yang berhasil dalam program-program tersebut dan

⁵⁸ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

memikirkan cara-cara untuk mengadaptasinya sesuai dengan konteks dan kebutuhan ASWA. Hal ini membantu memastikan bahwa program ASWA yang disusun tidak hanya efektif, tetapi juga relevan dan berdaya guna bagi anggota ASWA Balapan.

Dengan melakukan riset yang teliti dan melibatkan pengamatan terhadap program-program sebelumnya dan organisasi serupa, tim pengurus ASWA dapat memastikan bahwa program-program yang mereka susun memiliki dasar yang kuat dan berpotensi memberikan dampak positif bagi anggota ASWA. Riset ini juga membantu memastikan bahwa program-program tersebut sesuai dengan visi, misi, dan tujuan organisasi serta mampu meningkatkan rasa persaudaraan antara anggota ASWA Balapan.

b. Perencanaan

“Nah strateginya itu ya gimana caranya aswa ini baik di aswa regional maupun berinisiatif membuat kegiatan-kegiatan yang tidak monoton seperti itu saja. Karena kalau cuma sebatas pengajian-pengajian yang monoton itu kadang itu ada anak, eh sorry ada teman-teman yang jenuh.”⁵⁹

Perencanaan program ASWA dilakukan dengan langkah-langkah yang terstruktur dan berorientasi pada hasil. Setelah ide-ide program muncul dan setelah melihat serta mengevaluasi program-program terdahulu dan program-program yang ada di ASWA lain, langkah pertama adalah menentukan program-program yang akan ditetapkan selama periode kepemimpinan yang berlangsung selama 1 tahun. Proses ini melibatkan diskusi dan pemilihan program-program yang sesuai dengan visi, misi, dan tujuan organisasi ASWA serta kebutuhan anggotanya.

⁵⁹ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

Setelah program-program telah ditentukan, langkah selanjutnya adalah membuat kalender program. Dalam kalender program, akan ditetapkan jadwal dan urutan pelaksanaan setiap program yang akan dijalankan selama periode kepengurusan. Hal ini membantu dalam perencanaan waktu dan sumber daya yang dibutuhkan untuk setiap program, serta memastikan bahwa program-program tersebut dapat dijalankan dengan terjadwal dengan baik.

Setelah perencanaan program selesai, tahap berikutnya adalah mensosialisasikan program-program tersebut kepada anggota ASWA. Salah satu kesempatan untuk melakukannya adalah saat acara malam keakraban, di mana anggota dapat berkumpul secara informal. Pada kesempatan ini, program-program yang telah direncanakan akan dijelaskan kepada anggota, memberikan pemahaman yang lebih baik tentang apa yang diharapkan dan bagaimana mereka dapat berpartisipasi dalam setiap program. Hal ini juga memberikan kesempatan bagi anggota untuk memberikan masukan dan saran terkait program-program yang telah direncanakan.

Dengan cara ini, perencanaan program ASWA dilakukan secara sistematis dan melibatkan partisipasi anggota, sehingga dapat memastikan program-program yang disusun dapat berjalan dengan baik dan efektif dalam mencapai tujuan organisasi serta meningkatkan rasa persaudaraan antara anggota ASWA Balapan.

c. Pelaksanaan

“Pelaksanaan diikuti oleh seluruh anggota aswa balapan, pengurus aswa balapan, serta demisioner atau sesepuh aswa balapan. Acara dilakukan diberbagai tempat, bisa di rumah anggota, sesepuh, di cafe maupun tempat lainnya. ASWA BALAPAN sendiri belum mempunyai basecamp atau sekretarian

jadi untuk acara dilakukan di tempat anggota yang berkenan atau di cafe.”⁶⁰

Pelaksanaan program ASWA melibatkan seluruh anggota ASWA Balapan, pengurus ASWA Balapan, serta demisioner atau sesepuh ASWA Balapan. Dalam pelaksanaannya, acara dapat dilakukan di berbagai tempat, seperti di rumah anggota, rumah sesepuh, di kafe, atau tempat lain yang sesuai dengan karakteristik acara yang akan dilaksanakan. ASWA Balapan saat ini belum memiliki basecamp atau sekretariat sendiri, sehingga pilihan tempat pelaksanaan acara sering kali bergantung pada kesediaan anggota atau menggunakan fasilitas umum seperti kafe.

Contohnya, untuk acara "Malam Keakraban ASWA Balapan", anggota ASWA Balapan dapat mengadakan acara di rumah salah satu anggota yang memiliki ruang yang cukup untuk menampung semua anggota. Acara ini biasanya melibatkan makan malam, berbagai permainan atau aktivitas yang mempererat hubungan antar anggota, dan diskusi mengenai program-program yang telah direncanakan. Dalam acara ini, seluruh anggota ASWA Balapan hadir untuk berpartisipasi dalam kegiatan tersebut dan mempererat rasa persaudaraan di antara mereka.

Selain itu, ASWA Balapan juga dapat mengadakan acara di tempat umum seperti kafe untuk mengadakan diskusi dan rapat pengurus ASWA Balapan. Tempat ini memberikan suasana yang lebih formal untuk membahas perencanaan program, evaluasi, dan pengambilan keputusan yang berkaitan dengan kegiatan organisasi.

Dengan melibatkan seluruh anggota ASWA, pengurus ASWA, serta demisioner atau sesepuh ASWA dalam pelaksanaan

⁶⁰ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

program, diharapkan tercipta partisipasi aktif dari semua pihak dan terjalin hubungan yang lebih erat antar anggota ASWA.

d. Evaluasi

“Evaluasi dilakukan setelah acara selesai, evaluasi dilakukan dengan mengamati antusias dari anggota, keuangan yang dikeluarkan, tempat pelaksanaan, konsumsi yang disediakan serta program yang dijalankan. Selain dengan pengamatan evaluasi juga dilakukan dengan tanya jawab dengan anggota berkaitan dengan kritik dan saran untuk program yang dijalankan”⁶¹

Evaluasi program ASWA dilakukan setelah acara atau kegiatan selesai dilaksanakan. Ada beberapa cara yang digunakan dalam proses evaluasi ini. Pertama, pengamatan terhadap antusiasme dan partisipasi anggota selama acara. Evaluasi ini melibatkan mengamati sejauh mana anggota terlibat dalam kegiatan, seberapa aktif mereka berpartisipasi, dan tanggapan umum dari anggota terhadap program yang dijalankan.

Selanjutnya, evaluasi juga melibatkan aspek keuangan. Tim pengurus ASWA akan mengevaluasi pengeluaran yang telah dilakukan dalam rangka melaksanakan program. Mereka akan memeriksa apakah anggaran yang telah dialokasikan sesuai dengan pengeluaran yang sebenarnya dan memastikan dana telah digunakan dengan efisien.

Selain itu, evaluasi juga melibatkan penilaian terhadap tempat pelaksanaan. Tim pengurus ASWA akan mengevaluasi lokasi yang digunakan untuk acara atau kegiatan, termasuk fasilitas yang tersedia dan apakah tempat tersebut memenuhi kebutuhan acara dengan baik.

⁶¹ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

Selain melalui pengamatan, evaluasi juga melibatkan sesi tanya jawab dengan anggota. Anggota diajak untuk memberikan kritik, saran, dan masukan terkait program yang telah dijalankan. Pertanyaan dapat berfokus pada kelebihan, kekurangan, serta perbaikan yang dapat dilakukan untuk program-program di masa depan.

Dengan melakukan evaluasi yang komprehensif dan melibatkan berbagai aspek tersebut, tim pengurus ASWA dapat memperoleh wawasan yang berharga untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas program mereka. Evaluasi ini membantu dalam mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, menghargai apa yang telah berhasil, dan menerima umpan balik yang konstruktif dari anggota dalam rangka pengembangan organisasi ASWA ke depannya.

e. Pelaporan

“Pelaporan dilakukan secara bersama sama atau perwakilan ketua dan wakil ketua menghadap langsung ke pembina dan melaporkan apa saja yang telah dijalankan dan hasil evaluasi kegiatan.”⁶²

Pelaporan program ASWA dilakukan secara berkala dan melibatkan perwakilan dari pengurus, terutama Ketua dan Wakil Ketua ASWA. Pelaporan dilakukan dengan menghadap langsung kepada Pembina ASWA, yang memiliki peran sebagai penasehat dan pengawas dalam organisasi.

Dalam pelaporan, Ketua dan Wakil Ketua akan menyampaikan secara rinci apa saja yang telah dilakukan selama periode tertentu, baik itu program yang telah dijalankan maupun hasil evaluasi kegiatan. Mereka akan menjelaskan secara

⁶² Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

komprehensif tentang kegiatan yang telah dilaksanakan, tujuan yang dicapai, tantangan yang dihadapi, serta dampak yang dihasilkan.

Pelaporan juga melibatkan penyampaian hasil evaluasi kegiatan. Ketua dan Wakil Ketua akan menjelaskan bagaimana program-program yang telah dilaksanakan dinilai, apa yang telah berhasil, dan area-area yang perlu diperbaiki di masa mendatang. Mereka juga akan memaparkan tindakan yang telah diambil berdasarkan hasil evaluasi untuk meningkatkan kualitas dan efektivitas program ASWA.

Pelaporan ini penting untuk menjaga transparansi, memberikan informasi yang lengkap kepada Pembina ASWA tentang aktivitas organisasi, serta mendapatkan masukan dan arahan dari Pembina dalam rangka pengembangan dan perbaikan kegiatan ke depannya. Dengan pelaporan yang teratur dan komprehensif, organisasi ASWA dapat memastikan bahwa setiap pihak terinformasi dengan baik tentang kemajuan dan pencapaian organisasi, serta dapat mengambil langkah-langkah yang tepat untuk meningkatkan kualitas layanan dan kegiatan yang diselenggarakan.

2. Desain Komunikasi Organisasi ASWA

a. Komunikasi ke Bawah

“Ini kan dulu ada arahan dari Bapak KH. Nasrul Arif. Bahwa kalau di Pondok itu kan sekarang kan sudah ada organisasi wilayah. Ada Iksama, ada yang Temagung, ada yang luar Jawa, ada yang mana itu. Ada Iksamapa, ada apa namanya? Iksajajar atau apalah itu. Perwilayah itu. Nah harapannya dari Bapak Nastul Arif itu aswa itu juga nanti gabung”⁶³

⁶³ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

Komunikasi ke bawah dalam organisasi ASWA merupakan aliran komunikasi yang terjadi dari para individu yang berada pada posisi yang lebih tinggi kepada mereka yang berada pada posisi hierarki yang lebih rendah. Jenis komunikasi ini melibatkan pengiriman instruksi kerja, pernyataan kebijakan organisasi, prosedur, manual kerja, atau publikasi organisasi.

Dalam konteks ASWA, komunikasi ke bawah sering dilakukan oleh Ketua Umum ASWA kepada seluruh pimpinan regional ASWA melalui beberapa media seperti Whatsapp ataupun secara langsung. Ketua Umum ASWA mengirimkan instruksi dan panduan kepada pimpinan regional ASWA di seluruh Indonesia. Melalui komunikasi ini, Ketua Umum ASWA memberikan arahan yang penting dan strategis bagi para pimpinan regional dalam menjalankan tugas dan tanggung jawab mereka.

Komunikasi ke bawah ini memainkan peran kunci dalam memastikan keselarasan dan kesatuan visi, misi, dan tujuan organisasi ASWA. Melalui instruksi yang jelas dan transparan, Ketua Umum ASWA memberikan panduan yang diperlukan bagi para pimpinan regional untuk mengembangkan dan memajukan organisasi di wilayah masing-masing.

Dengan demikian, komunikasi ke bawah dalam organisasi ASWA merupakan alat yang penting dalam memastikan informasi dan arahan yang akurat, konsisten, dan tepat waktu diterima oleh anggota organisasi. Hal ini membantu menciptakan kerja tim yang efisien, koordinasi yang baik, serta memastikan keberhasilan dalam mencapai tujuan organisasi ASWA secara keseluruhan.

b. Komunikasi ke Atas

“Alurnya biasanya itu langsung menghubungi Japri WA atau telepon. Bisa ke Pak Maksum, bisa ke Pak Ibad, atau ke saya. Jadi

seperti diketahui, yang perlu dicarikan catatan bahwa di aswa, apa ya istilahnya bukan aswa pusat sih, di aswa paling tinggi”⁶⁴

Pengertian komunikasi ke atas dalam organisasi ASWA merujuk pada aliran komunikasi yang terjadi dari individu yang berada pada posisi hierarki yang lebih rendah kepada mereka yang berada pada posisi yang lebih tinggi. Dalam konteks ini, komunikator berada pada tingkat yang lebih rendah dalam struktur organisasi dibandingkan dengan penerima pesan. Komunikasi ke atas ini dapat dilakukan melalui berbagai saluran, termasuk melalui aplikasi Whatsapp, telepon, atau secara langsung.

Dalam organisasi ASWA, komunikasi ke atas sering dilakukan melalui Whatsapp, panggilan telepon, atau melalui pertemuan tatap muka. Para anggota organisasi yang berada pada posisi hierarki yang lebih rendah dapat memberikan saran, masukan, atau pandangan kepada pengurus yang berada di tingkat yang lebih tinggi. Selain itu, pertemuan kelompok internal di masing-masing departemen juga menjadi wadah untuk berkomunikasi ke atas, di mana anggota departemen dapat menyampaikan ide, masalah, atau kekhawatiran mereka kepada atasan mereka.

Komunikasi ke atas juga mencakup kemampuan untuk menyampaikan protes dan kritik terhadap prosedur kerja yang ada. Para anggota organisasi ASWA memiliki kesempatan untuk memberikan umpan balik terkait kebijakan, prosedur, atau perubahan yang mempengaruhi mereka secara langsung kepada pihak yang berwenang dalam organisasi.

Melalui komunikasi ke atas yang terbuka dan efektif, ASWA memperkuat saluran komunikasi antara anggota dan pengurus organisasi. Hal ini mendorong partisipasi aktif, meningkatkan

⁶⁴ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

kolaborasi, serta memastikan pengambilan keputusan yang tepat dan responsif. Komunikasi ke atas menjadi sarana penting dalam menciptakan lingkungan organisasi yang inklusif, di mana suara dan perspektif setiap anggota dihargai dan didengar untuk keberhasilan dan pertumbuhan organisasi ASWA secara keseluruhan.

Komunikasi ke atas memiliki peran penting dalam sebuah organisasi. Menurut Pace, R. Wayne, dan Don F. Faules⁶⁵, ada beberapa alasan mengapa komunikasi ini penting. Pertama, melalui komunikasi ke atas, informasi berharga dapat diterima oleh mereka yang mengarahkan dan mengawasi kegiatan organisasi. Hal ini membantu dalam proses pengambilan keputusan yang tepat. Kedua, komunikasi ke atas memungkinkan penyelia untuk mengetahui kapan bawahannya siap menerima informasi dan sejauh mana pesan yang disampaikan diterima dengan baik. Ketiga, melalui komunikasi ke atas, pengurus dapat mengajukan pertanyaan, memberikan gagasan, dan saran-saran untuk pengembangan organisasi, yang pada gilirannya membangun apresiasi dan loyalitas terhadap organisasi.

Terakhir, komunikasi ke atas membantu pengurus dalam mengatasi masalah pekerjaan dan mengelola organisasi secara efektif. Dengan demikian, komunikasi ke atas menjadi penting dalam menjaga aliran informasi, membangun hubungan yang kuat antara pengurus dan anggota organisasi, serta mencapai tujuan organisasi dengan lebih efisien.

c. Komunikasi ke Samping (Horizontal)

“Setiap tiga bulan itu tetap ada rapatnya? Kalau di aswa pusat itu sekondisional. Kondisional, oke. Dulu pernah. Sebelum, apa namanya? Sebelum Reuni akbar ya itu pernah ada rapat sekali. Jadi

⁶⁵ R. Wayne Pace, Don F. Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

kalau di aswa pusat malah selama ini mungkin untuk komunikasi ya cuman lewat WA itu karena kan pengurusnya kan gak standby disini juga.”⁶⁶

Komunikasi horizontal dalam organisasi ASWA adalah komunikasi yang terjadi antara berbagai departemen atau fungsi yang berbeda dalam lingkup kepengurusan ASWA. Contohnya adalah komunikasi antara pengurus departemen organisasi dengan departemen lainnya dalam struktur kepengurusan organisasi ASWA. Komunikasi horizontal ini penting untuk menciptakan koordinasi dan integrasi antara berbagai fungsi yang beragam dalam organisasi.

Menurut Ivancevich⁶⁷, komunikasi horizontal diperlukan untuk memastikan terjadinya koordinasi dan integrasi yang efektif antara berbagai fungsi organisasi. Hal ini memungkinkan berbagai departemen dalam organisasi ASWA untuk bekerja secara sinergis, berbagi informasi, dan memecahkan masalah bersama.

komunikasi horizontal dalam organisasi ASWA memiliki beberapa alasan penting. Pertama, untuk mengkoordinasikan penugasan kerja antara departemen-departemen yang berbeda. Kedua, untuk berbagi informasi mengenai rencana dan kegiatan yang sedang berlangsung dalam organisasi. Ketiga, untuk memecahkan masalah yang timbul dan mencari solusi bersama. Keempat, untuk memperoleh pemahaman bersama mengenai tujuan dan strategi organisasi. Kelima, untuk mendamaikan, berunding, dan menengahi perbedaan pendapat yang mungkin timbul. Dan keenam, untuk menumbuhkan dukungan dan kerjasama antar personal dalam organisasi ASWA.

⁶⁶ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

⁶⁷ John M. Ivancevich, *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007)

Dalam keseluruhan, komunikasi horizontal dalam organisasi ASWA memiliki peran penting dalam menciptakan koordinasi, integrasi, dan kolaborasi yang efektif antara berbagai departemen dan fungsi yang ada. Hal ini mendukung tercapainya tujuan organisasi ASWA dan membangun kerjasama yang solid antara anggota organisasi.

d. Komunikasi Diagonal

“Kalau menjawab dengan itu mungkin bisa dikedenganan dengan grafik. Grafik ketika persentase kehadiran acara Kliwonan. Karena ketika Kliwonan itu biasanya kami membuat google form untuk pendaftaran alumni yang mau datang ke Kliwonan.”⁶⁸

Komunikasi diagonal merupakan jenis komunikasi yang melintasi fungsi dan tingkatan dalam organisasi ASWA. Meskipun jarang digunakan, komunikasi ini memiliki peran penting dalam situasi di mana jalur komunikasi konvensional tidak efektif.

Contohnya, dalam organisasi ASWA, ketika persiapan acara pengajian kliwonan dilakukan, komunikasi diagonal dapat terjadi. Misalnya, anggota tim pengorganisasi acara tersebut mungkin perlu berkomunikasi secara langsung dengan anggota tim dekorasi untuk mendiskusikan rencana dekorasi spesifik yang dibutuhkan untuk acara tersebut. Dalam hal ini, komunikasi diagonal memungkinkan pertukaran informasi yang efisien antara dua tim yang berbeda fungsi dan tingkatan, tanpa harus melalui jalur komunikasi yang konvensional seperti melalui departemen acara atau komunikasi vertikal melalui manajemen langsung.

Dengan menggunakan komunikasi diagonal melalui Whatsapp, telepon, atau pertemuan langsung, informasi mengenai dekorasi acara dapat disampaikan dengan cepat dan tepat kepada

⁶⁸ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

pihak yang terlibat, sehingga memudahkan persiapan acara dan memastikan kesesuaian dengan visi dan tujuan organisasi ASWA.

Dalam organisasi ASWA, komunikasi diagonal dapat dilakukan melalui berbagai saluran seperti Whatsapp, telepon, atau secara langsung. Hal ini memungkinkan anggota organisasi untuk berkomunikasi secara efektif dan efisien di antara fungsi dan tingkatan yang berbeda. Komunikasi diagonal membuka kemungkinan untuk melintasi batasan-batasan departemen dan memfasilitasi pertukaran informasi yang diperlukan secara langsung antara individu atau tim yang terlibat.

Dengan adanya komunikasi diagonal, organisasi ASWA dapat meningkatkan kolaborasi lintas departemen, mempercepat aliran informasi yang relevan, dan mengoptimalkan penggunaan sumber daya. Ini memberikan fleksibilitas dan efisiensi dalam komunikasi organisasi, memungkinkan pemecahan masalah yang lebih cepat, dan memperkuat kerja tim lintas fungsi dalam mencapai tujuan organisasi ASWA secara keseluruhan.

e. Komunikasi Eksternal

“Bagaimana cara komunikasi organisasi aswa dengan pihak luar? Apakah harus ada surat formal, atau bagaimana? Komunikasi aswa dengan pihak luar dilakukan secara individu terlebih dahulu kemudia mengirimkan surat secara formal.”⁶⁹

ASWA seringkali melakukan komunikasi dengan pihak luar untuk mempresentasikan eksistensi dan menampilkan citra yang positif. Tujuannya adalah untuk menarik perhatian stakeholder atau mitra potensial guna bekerja sama dalam mengembangkan organisasi di kalangan masyarakat.

⁶⁹ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

Menurut Ivancevich⁷⁰, jenis komunikasi eksternal pada umumnya terdiri dari empat program yang berbeda. Pertama, hubungan masyarakat bertujuan untuk mengkomunikasikan citra positif, kesatuan antara organisasi dengan warga setempat, dan mempromosikan identitas organisasi sebagai salah satu kontributor yang berperan dalam masyarakat dan komunitas di mana organisasi tersebut berada. Kedua, periklanan digunakan untuk menggambarkan eksistensi organisasi dalam cara-cara yang positif.

Bentuk komunikasi ini dirancang untuk menarik anggota baru dan menciptakan kesadaran akan organisasi. Ketiga, survei konsumen digunakan untuk memperoleh umpan balik mengenai pengalaman konsumen. Informasi yang diperoleh dari survei ini digunakan untuk membuat perbaikan positif dalam layanan produk atau hubungan dengan konsumen, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan mereka dengan lebih baik. Keempat, kegiatan sponsorship dan promosi dilakukan untuk membangun hubungan dengan mitra atau sponsor potensial. Melalui kegiatan ini, ASWA Balapan berusaha memperoleh perhatian dan dukungan dari pihak luar untuk mendukung pengembangan organisasi.

Dalam komunikasi dengan pihak luar, organisasi ASWA memiliki pendekatan yang dilakukan secara individu terlebih dahulu, kemudian diikuti dengan pengiriman surat secara formal. Cara komunikasi ini memungkinkan ASWA Balapan untuk mengawali interaksi dengan pihak luar melalui kontak langsung, baik melalui pertemuan, telepon, atau media komunikasi lainnya.

Pertama, komunikasi dilakukan secara individu dengan bertemu langsung atau berkomunikasi secara pribadi dengan pihak luar yang menjadi tujuan komunikasi. Hal ini memberikan

⁷⁰ John M. Ivancevich, *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007)

kesempatan bagi ASWA Balapan untuk memperkenalkan diri, mempresentasikan tujuan dan aktivitas organisasi, serta membangun hubungan awal yang lebih personal dan akrab dengan pihak luar. Setelah adanya interaksi individu, langkah selanjutnya adalah mengirimkan surat secara formal. Surat ini berfungsi sebagai tindak lanjut dari komunikasi individu sebelumnya, sebagai bentuk dokumentasi resmi, serta sebagai sarana untuk menyampaikan informasi yang lebih rinci atau formal kepada pihak luar. Dalam surat tersebut, ASWA Balapan dapat menyampaikan maksud, tujuan, atau ajakan kerjasama dengan pihak luar.

Dengan pendekatan komunikasi yang melibatkan interaksi individu terlebih dahulu dan diikuti dengan pengiriman surat formal, ASWA Balapan dapat menjalin komunikasi yang lebih efektif dengan pihak luar. Pendekatan ini memungkinkan organisasi untuk membangun hubungan yang lebih personal dan mengirimkan pesan yang lebih rinci dan terstruktur melalui surat formal, sehingga memperkuat komunikasi organisasi dengan pihak luar.

C. Analisis Strategi Komunikasi Organisasi Organisasi

1. Strategi Komunikasi Tatap Muka

a. Pelantikan

“Apakah ada pelantikan, rapat kerja, konferensi dan kongres setiap tahunnya? Jelaskan satu satu. Ada serah terima jabatan setiap tahunnya.”⁷¹

Pelantikan atau peresmian kepengurusan merupakan langkah awal yang penting bagi ASWA dalam menjalankan organisasinya. Dengan melaksanakan pelantikan, pengurus ASWA secara sah

⁷¹ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

dapat merumuskan dan melaksanakan program kerja yang telah dirumuskan. Pelantikan pengurus ASWA dilakukan oleh pimpinan ASWA sendiri. Ketua ASWA beserta pengurus departemen organisasi bertugas melantik atau mengukuhkan kepengurusan baru yang berada di tingkat wilayah atau provinsi di seluruh Nusantara. Melalui pelantikan ini, diharapkan para pengurus ASWA dapat memenuhi amanah dalam berorganisasi.

b. Rapat Kerja

“Serta ada rapat kerja yang diadakan oleh pengurus aswa balapan yang kemudian akan disosialisasikan.”⁷²

Rapat Kerja (RAKER) merupakan kegiatan yang dilaksanakan setelah peresmian kepengurusan ASWA. RAKER bertujuan untuk menyusun program kerja yang akan dilaksanakan oleh ASWA. Sebelum pelaksanaan RAKER, seluruh pengurus ASWA dari tingkat pusat, wilayah, hingga tingkat ranting akan melakukan analisis SWOT. Analisis ini dilakukan untuk mengetahui kekuatan, peluang, kelemahan, serta ancaman yang ada. Melalui analisis SWOT ini, ASWA dapat menentukan arah gerak organisasi ke depan. Selain itu, program-program yang dihasilkan dalam RAKER akan dirumuskan secara matang sesuai dengan kebutuhan dan kondisi di daerah masing-masing.

c. Makrab

“Disosialisasikan dan di diskusikan saat acara makrab (Malam Keakraban) yang diadakan setiap tahunnya”⁷³

Malam keakraban merupakan acara penting yang diadakan setiap tahun oleh organisasi ASWA setelah pelantikan selesai. Acara ini memiliki tujuan utama untuk memperkuat ikatan antara

⁷² Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

⁷³ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

anggota ASWA. Dalam malam keakraban ini, anggota ASWA diberikan kesempatan untuk saling mengenal satu sama lain dengan lebih mendalam. Hal ini sangat penting karena di dalam sebuah organisasi, terjalinnya hubungan yang kuat antaranggota sangatlah vital untuk menciptakan atmosfer yang harmonis dan kolaboratif.

Selama malam keakraban, anggota ASWA dapat berinteraksi secara informal dan akrab, di luar konteks kegiatan organisasi yang formal. Acara ini seringkali diisi dengan berbagai kegiatan yang mendukung tujuan keakraban, seperti permainan, ice-breaking, acara hiburan, atau diskusi santai. Melalui interaksi yang terjalin dalam malam keakraban, anggota ASWA memiliki kesempatan untuk berbagi pengalaman, mendiskusikan minat dan hobi, serta memperluas jaringan pertemanan di antara mereka.

Dengan adanya malam keakraban, organisasi ASWA mampu menciptakan suasana yang inklusif dan hangat. Ini membantu membentuk rasa kebersamaan dan saling percaya di antara anggota, yang pada gilirannya dapat meningkatkan kualitas kerjasama dan kolaborasi dalam menjalankan program dan kegiatan organisasi. Selain itu, malam keakraban juga menjadi momen yang penting untuk membangun solidaritas dan semangat tim, sekaligus mendorong rasa saling dukung antaranggota ASWA.

Dengan demikian, malam keakraban memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan organisasi ASWA. Melalui acara ini, tercipta atmosfer yang positif dan harmonis di antara anggota, sehingga dapat meningkatkan motivasi dan partisipasi aktif dalam kegiatan organisasi.

2. Strategi Komunikasi Bermedia

a. Instagram

“Nah, biasanya lewat itu. Intinya kita memanfaatkan media sosial, baik WA, Instagram, dan apapun itu. Seperti itu,”

ASWA memiliki akun Instagram (IG) untuk umum. Akun IG tersebut memiliki peran penting sebagai media informasi dan dokumentasi untuk setiap kegiatan yang akan atau telah dilakukan oleh organisasi tersebut. Melalui Instagram, anggota dan masyarakat umum dapat memperoleh informasi terkini mengenai kegiatan, program, dan berbagai acara yang diadakan oleh ASWA.

Salah satu fungsi utama dari akun IG ASWA adalah sebagai sumber informasi yang mudah diakses. Anggota dan masyarakat umum dapat mengikuti akun IG ASWA untuk mendapatkan update tentang kegiatan yang akan datang, jadwal acara seperti kliwonan atau informasi penting lainnya.

Selain itu, akun IG ASWA juga berperan sebagai sarana dokumentasi. Setiap kegiatan yang dilakukan oleh ASWA Balapan akan didokumentasikan melalui foto atau video yang diunggah di akun IG. Hal ini memberikan kesempatan bagi anggota ASWA dan masyarakat umum untuk melihat dan mengenang momen-momen penting yang terjadi dalam organisasi. Dokumentasi melalui IG ASWA juga menjadi arsip yang berharga untuk mengingat dan membagikan kegiatan ASWA kepada orang lain.

Melalui akun IG ASWA, organisasi ini dapat meningkatkan visibilitasnya dan menjalin hubungan yang lebih dekat dengan anggota dan masyarakat umum. IG ASWA menjadi wadah yang efektif untuk berbagi informasi, menginspirasi, dan memperkuat identitas serta eksistensi ASWA. Dengan demikian, akun IG ASWA memberikan kontribusi yang berarti dalam mengkomunikasikan kegiatan dan mengabadikan momen-momen berharga organisasi tersebut.

b. Youtube

“Terus setelah itu ada lagi lewat Youtube. Jadi Pak Maksom, kebetulan Pak Maksom yang dijadikan koordinator untuk mengurus yang PDA. Yang itu lewat Youtube.”⁷⁴

Salah satu media sosial yang digunakan oleh organisasi ASWA untuk mempublikasikan kegiatan mereka adalah YouTube. YouTube menjadi platform yang penting dan efektif dalam menyebarkan informasi serta menghadirkan kegiatan ASWA kepada publik menurut pengurus ASWA.

Saluran YouTube ASWA menjadi wadah bagi mereka untuk membagikan kegiatan yang mereka lakukan. Salah satu kegiatan yang disampaikan melalui YouTube adalah "Pesantren Digital ASWA" dengan melibatkan beberapa kyai di API Tegalrejo. Dalam ngaji fiqih ini, topik-topik yang dibahas meliputi fiqih, tauhid, dan akhlak. YouTube memberikan kesempatan kepada alumni ASWA dan masyarakat umum untuk menikmati dan mengikuti perkembangan ilmu agama yang disampaikan oleh kyai-kyai tersebut.

Channel YouTube ASWA ini telah menarik minat banyak orang, dan jumlah penontonnya terus bertambah jika dilihat dari situs Youtube. Video yang dipublikasikan melalui saluran ini memiliki kualitas gambar dan suara yang baik, sehingga pengalaman menontonnya menjadi lebih menyenangkan dan informatif. Dengan demikian, alumni ASWA dan masyarakat umum dapat dengan mudah mengakses konten-konten edukatif dan inspiratif yang disajikan oleh ASWA melalui saluran YouTube mereka.

Melalui media YouTube, ASWA dapat mencapai audiens yang lebih luas dan memperluas jangkauan pesan yang ingin

⁷⁴ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

disampaikan. Hal ini juga memungkinkan ASWA untuk berbagi pengetahuan dan pengalaman kepada masyarakat yang mungkin tidak dapat hadir secara fisik dalam kegiatan-kegiatan ASWA. Dengan adanya saluran YouTube ini, ASWA dapat terus berkontribusi dalam penyebaran informasi agama, pendidikan, dan budaya kepada khalayak yang lebih luas serta memperkuat komunitas alumni dan masyarakat di sekitarnya.

c. WhatsApp Group

“Jadi kalau di aswa pusat malah selama ini mungkin untuk komunikasi ya cuman lewat WA itu karena kan pengurusnya kan gak standby disini juga.”⁷⁵

Grup Whatsapp merupakan alat komunikasi yang penting bagi organisasi ASWA dalam upaya pengembangan organisasinya. Dengan adanya grup Whatsapp, anggota ASWA dapat dengan mudah berkomunikasi antara satu sama lain, berbagi informasi, dan melakukan koordinasi untuk memajukan organisasi.

Organisasi ASWA memiliki dua jenis grup Whatsapp yang terstruktur. Pertama, grup Whatsapp yang terdiri dari para ketua regional. Grup ini memungkinkan ketua regional untuk berkomunikasi langsung, berbagi ide, pengalaman, serta memberikan arahan terkait kegiatan di wilayah masing-masing. Hal ini memperkuat koordinasi antara ketua regional dan memungkinkan mereka untuk mengambil langkah yang tepat dalam mengembangkan organisasi di tingkat regional.

Pada grup Whatsapp kedua, organisasi ASWA juga memiliki grup Whatsapp umum. Grup ini berfungsi sebagai wadah komunikasi bagi semua anggota organisasi. Melalui grup ini, anggota ASWA dapat berbagi informasi penting, memperoleh pembaruan terkait kegiatan organisasi, serta mengajukan

⁷⁵ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

pertanyaan atau memberikan saran. Grup Whatsapp umum juga menjadi sarana efektif untuk menyebarkan informasi dari ASWA Pusat ke seluruh anggota organisasi dengan cepat dan efisien.

Dengan menggunakan cara ini, ASWA dapat meningkatkan komunikasi internal, memperkuat kolaborasi antar anggota, dan menjaga kecepatan dalam menyampaikan informasi. Hal ini memungkinkan organisasi untuk merespons dengan cepat terhadap perubahan atau situasi mendesak, serta meningkatkan efisiensi dalam pengambilan keputusan dan pelaksanaan kegiatan organisasi. Dengan demikian, grup Whatsapp menjadi salah satu alat komunikasi yang sangat berharga bagi ASWA dalam mencapai tujuan pengembangan organisasi mereka.

d. Telegram

“PDA sendiri itu secara online. Jadi PDA itu bagaimana alumni-alumni itu tetap bisa ngaji dengan Pak Kyai, tapi lewat online. Dulu awal itu lewat telegram.”⁷⁶

Aplikasi messenger Telegram telah menjadi salah satu alat yang penting dalam fungsi dan kinerja organisasi ASWA. Sejak awal tahun 2020, Telegram digunakan sebagai sarana untuk menjaga dan memperkuat silaturahmi antara para alumni ASWA, sehingga mereka tetap terhubung dengan pondok meskipun sudah lulus.

Di dalam grup Telegram ASWA, para alumni memiliki kesempatan untuk belajar ngaji singkat bersama Gus Yusuf Chudlori, salah satu pendiri dari Pondok API Tegalrejo. Beliau mengajar berbagai topik, seperti pranikah, fiqih, dan topik lainnya yang relevan dengan kehidupan agama sehari-hari. Melalui Telegram, para alumni dapat saling berbagi pengetahuan,

⁷⁶ Wawancara dengan Agus Azka Ketua Aswa Pusat Pondok Pesantren API Tegalrejo pada tanggal 13 Juni 2023 pukul 13:00

pengalaman, serta mendapatkan pembinaan spiritual dari Gus Yusuf.

Telegram menjadi platform yang efektif dalam menyediakan wadah untuk diskusi, tanya jawab, dan pertukaran informasi antara para alumni. Dengan adanya Telegram, komunikasi antara para alumni ASWA dapat terjalin secara cepat dan efisien, mengatasi batasan geografis dan memfasilitasi kolaborasi dalam berbagai proyek dan kegiatan organisasi.

Selain itu, Telegram juga menjadi alat yang memungkinkan ASWA untuk menyampaikan informasi terkini, mengumumkan kegiatan, dan mengkoordinasikan berbagai agenda organisasi. Dalam grup Telegram, para alumni dapat saling memberikan dukungan, memotivasi satu sama lain, serta berbagi berita dan pengalaman yang bermanfaat.

Dengan memanfaatkan Telegram sebagai sarana komunikasi, ASWA dapat menjaga ikatan dan memperkuat hubungan antara para alumni. Hal ini tidak hanya membantu dalam mempertahankan persatuan dan solidaritas di antara mereka, tetapi juga memfasilitasi pengembangan diri dan pemberdayaan anggota organisasi.

Secara keseluruhan, Telegram berfungsi sebagai platform yang memungkinkan para alumni ASWA untuk tetap terkoneksi, berbagi pengetahuan, mendapatkan pembinaan spiritual, serta berkolaborasi dalam upaya memajukan organisasi dan memberikan manfaat yang lebih luas kepada masyarakat.

D. Pengembangan Organisasi yang Dilakukan Pengurus

1. Pertemuan Rutin

“Apakah ada pertemuan rutin? Berapa kali sebulan? Setahun? Ada, pertemuan rutin dilakukan satu bulan sekali.”⁷⁷

⁷⁷ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

Pertemuan rutin merupakan bagian penting dalam kegiatan organisasi ASWA. Pertemuan rutin dilaksanakan secara berkala, tepatnya satu bulan sekali. Pertemuan ini dijadwalkan dan diadakan secara rutin dengan tujuan untuk membahas berbagai isu dan topik terkait organisasi, memperbarui informasi, serta mengkoordinasikan kegiatan yang sedang berlangsung atau akan datang.

Dalam pertemuan rutin ini, anggota organisasi berkumpul untuk saling berinteraksi, berbagi pemikiran, dan membuat keputusan terkait arah dan strategi organisasi. Dengan melakukan pertemuan rutin secara berkala, organisasi dapat menjaga komunikasi yang efektif dan memastikan koordinasi yang baik antar anggota.

2. Team Building

“Pengembangan apa yg dilakukan agar komunikasinya efektif? Sering mengadakan pertemuan yang bertujuan untuk sharing sharing agar anggota tetap merasakan kekeluargaan yang ada di organisasi aswa balapan. Aswa balapan juga mengembangkan usaha bersama yang dijalankan oleh organisasi dan akan mengembangkan basecamp untuk tempat kegiatan dan dapat digunakan sebagai tempat tinggal bagi anggota aswa balapan”⁷⁸

Untuk meningkatkan efektivitas komunikasi, ASWA melakukan beberapa kegiatan pengembangan. Salah satu kegiatan tersebut adalah sering mengadakan pertemuan yang bertujuan untuk berbagi informasi dan pengalaman antara anggota. Pertemuan ini memberikan kesempatan bagi anggota ASWA untuk saling berkomunikasi, mengemukakan ide, dan menyelesaikan permasalahan secara bersama-sama. Dengan adanya pertemuan ini, anggota ASWA dapat tetap merasakan kebersamaan dan kekeluargaan yang ada di dalam organisasi ASWA Balapan.

⁷⁸ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

Selain itu, ASWA juga mengembangkan usaha bersama yang dijalankan oleh organisasi. Usaha bersama ini dapat berupa proyek atau kegiatan yang melibatkan partisipasi aktif dari anggota ASWA. Melalui usaha bersama ini, anggota ASWA dapat bekerja secara kolaboratif, berkomunikasi dengan baik, dan mengembangkan keterampilan kerja tim. Ini juga membantu dalam memperkuat ikatan antara anggota dan meningkatkan efektivitas komunikasi di dalam organisasi.

ASWA juga memiliki rencana untuk mengembangkan basecamp, yaitu tempat yang dapat digunakan sebagai pusat kegiatan ASWA dan tempat tinggal bagi anggota ASWA Balapan. Basecamp ini akan menjadi tempat yang nyaman dan memfasilitasi interaksi antara anggota, sehingga komunikasi dapat berjalan lebih efektif. Dengan memiliki basecamp, anggota ASWA dapat lebih mudah berkomunikasi, berkolaborasi, dan saling berinteraksi dalam suasana yang lebih terorganisir dan mendukung.

Melalui pengembangan kegiatan seperti pertemuan, usaha bersama, dan adanya basecamp, ASWA berusaha meningkatkan efektivitas komunikasi antara anggota. Dengan komunikasi yang lebih baik, anggota ASWA dapat bekerja sama dengan lebih efektif, berbagi informasi secara tepat waktu, dan membangun ikatan yang lebih kuat di dalam organisasi.

3. Survey Feedback

“Apakah ada survey dan feedback tentang program organisasi? Ada, survey dilakukan setahun sekali mengenai kinerja organisasi dan digunakan sebagai bahan evaluasi dalam kepengurusan berikutnya agar tidak terjadi kesalahan yang sama.”⁷⁹

Dalam rangka memperoleh masukan dan umpan balik mengenai program-program organisasi, survey dan feedback dilakukan secara rutin dalam organisasi ASWA. Survey dilakukan setahun sekali untuk

⁷⁹ Wawancara dengan Kharir Ketua Aswa Regional Banyumas pada tanggal 14 Juli 2023 pukul 08:00

mengevaluasi kinerja organisasi dalam periode tersebut. Survey tersebut melibatkan anggota organisasi dan masyarakat yang terlibat dalam kegiatan organisasi. Melalui survey ini, anggota dan masyarakat dapat memberikan penilaian dan pendapat mereka mengenai program-program yang telah dilaksanakan, kepuasan terhadap pelayanan, serta saran dan rekomendasi untuk perbaikan ke depan.

Feedback juga diperoleh melalui mekanisme komunikasi yang terbuka antara pengurus dan anggota organisasi. Anggota diharapkan memberikan feedback secara langsung kepada pengurus mengenai pelaksanaan program dan kegiatan. Pengurus organisasi secara aktif mendengarkan dan merespons feedback yang diberikan, baik itu dalam bentuk kritik, saran, atau apresiasi. Hal ini membantu pengurus organisasi dalam mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan program, serta memperbaiki dan meningkatkan kualitas layanan yang diberikan.

Melalui survey dan feedback ini, ASWA dapat mengumpulkan informasi yang berharga untuk evaluasi dan perbaikan program-program di masa mendatang. Data dan pendapat yang diperoleh digunakan sebagai acuan dalam perencanaan kepengurusan berikutnya, sehingga kesalahan yang sama dapat dihindari dan program dapat dikembangkan sesuai dengan kebutuhan dan harapan anggota dan masyarakat yang dilayani oleh organisasi.

4. Bursa Kerja (Job Fair)

“apa strategi yang efektif untuk meningkatkan keberhasilan bursa kerja dalam menciptakan hubungan antara perusahaan dan pencari kerja? Strategi yang efektif untuk meningkatkan keberhasilan bursa kerja melibatkan promosi intensif sebelum acara, kolaborasi erat dengan lembaga pendidikan, dan penyelenggaraan kegiatan pendukung yang menarik untuk menarik minat peserta khususnya bagi kalangan santri yang kelak Ketika sudah selesai mondok masih bingung untuk bekerja dimana”

Melalui bursa kerja (job fair), ASWA dapat memberi dampak positif sekaligus menjadi jembatan terhadap peningkatan peluang kerja, memfasilitasi pertemuan antara perusahaan dan calon karyawan, khususnya para santri disini, guna meningkatkan keterlibatan pelamar kerja dengan dunia industri, dan memperoleh persepsi positif dari perusahaan sebagai sarana efektif perekrutan. Strategi yang efektif diharapkan akan dapat membantu meningkatkan keberhasilan job fair dan menciptakan hubungan yang lebih kuat antara perusahaan dan pencari kerja.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis pada bab sebelumnya, maka simpulan dari Strategi Komunikasi Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) dalam Pengembangan Organisasi di antaranya adalah :

1. Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) melakukan konsolidasi secara internal dan eksternal dengan mengadakan rapat rutin disetiap pertemuan seperti makrab pengajian rutin agar komunikasi yang terjalin sesama anggota lancar, begitu pun komunikasi terhadap organisasi sejenis lainnya serta pengurus daerah yang selama ini membantu.
2. Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) menggunakan media komunikasi/ saluran komunikasi yang bersifat elektronik untuk mendapatkan informasi yang berkaitan dengan tujuan organisasi. Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) juga menggunakan sarana lain seperti media cetak dan lain sebagainya, untuk menyampaikan pesan dan tujuan yang ingin dicapai.
3. Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) juga melakukan integrasi, yaitu menggalang keterpaduan kerja baik intern maupun ekstern dengan lembaga atau pihak lain yang potensial untuk meningkatkan daya guna dan hasil guna proses komunikasi dengan baik.

Sedangkan hambatan komunikasi Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) dalam melakukan strategi komunikasi di atas dikarenakan:

1. Masih banyak pengurus dan anggota yang pasif.
2. Keterbatasan sarana prasarana komunikasi yang digunakan dalam berkomunikasi. Mengingat jarak yang jauh. Dan pengembangan platform media yang belum sempurna hanya ada

youtube dan facebook telegram dan youtube Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA).

3. Ketergantungan yang dominan terhadap pengurus pusat.
4. Belum menggunakan sistem administrasi yang baik, sehingga informasi tidak dicatat dengan sistematis seperti buku notulen rapat dan lain sebagainya.
5. Terus menerus melakukan agenda rutin seperti makrab dan pengajian rutin agar Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) terus dapat berjalan

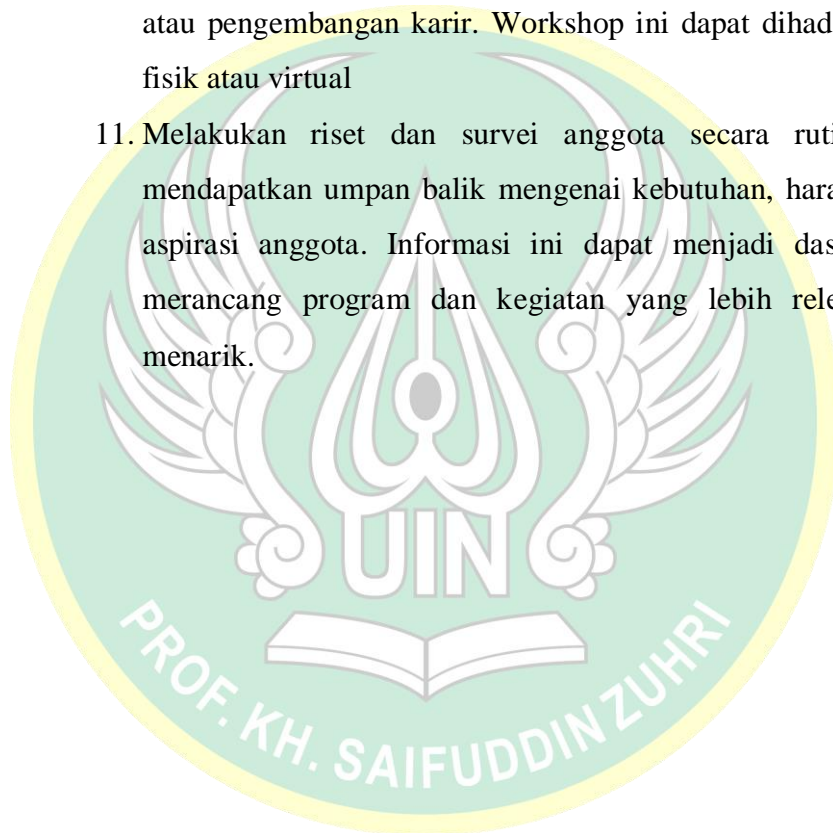
B. Saran

Mengacu kepada hambatan komunikasi yang dialami Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA) dalam pengembangan organisasi, maka penulis memiliki saran sebagai berikut:

1. Penggunaan sarana dan prasarana termasuk media komunikasi yang memadai dan lebih canggih seperti internet dan lain sebagainya untuk forum resmi Organisasi Alumni Syubbanul Wathon (ASWA)
2. Menghidupkan ruang diskusi dengan acara rutin
3. Lebih aktif dalam bersinergi antara pengurus pusat dengan para pengurus daerah agar terciptanya sinergi yang baik/
4. Menggunakan sistem administrasi yang baik, sehingga informasi dicatat dengan sistematis disetiap pertemuannya.
5. Pembuatan website atau aplikasi agar komunikasi senantiasa terjaga tanpa perlu adanya suatu hambatan.
6. Kepada Seluruh anggota untuk Memanfaatkan seluruh kegiatan dengan baik
7. Mampu menerapkan ilmu dan juga keterampilan yang sudah didapatkan.
8. Melakukan evaluasi berkala terhadap strategi komunikasi yang diimplementasikan. Umpan balik dari anggota dan analisis

kinerja komunikasi dapat digunakan untuk terus memperbaiki dan menyesuaikan strategi komunikasi organisasi.

9. Menggunakan aplikasi komunikasi internal yang efisien untuk memfasilitasi kolaborasi dan komunikasi yang lebih cepat di antara anggota organisasi.
10. Mengadakan workshop dan pelatihan yang relevan dengan perkembangan keahlian anggota. Ini dapat mencakup keterampilan kepemimpinan, penguasaan teknologi informasi, atau pengembangan karir. Workshop ini dapat dihadiri secara fisik atau virtual
11. Melakukan riset dan survei anggota secara rutin untuk mendapatkan umpan balik mengenai kebutuhan, harapan, dan aspirasi anggota. Informasi ini dapat menjadi dasar untuk merancang program dan kegiatan yang lebih relevan dan menarik.



DAFTAR PUSTAKA

- Abdulsyani, 1987, *Manajemen Organisasi*, Jakarta: Bina Aksara.
- Alo Liliweri, 2011, *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*, Jakarta : Kencana, ,
- Andriyani, S., Darmawan, D., & Hidayati, N. O, 2018, *Buku Ajar Komunikasi Dalam Keperawatan*. Bandung: Pt Refika Aditama.
- Anifah, Kun, 2011, *Strategi Pengembangan Organisasi Primacendekia Yogyakarta*, Yogyakarta: UIN Yogyakarta.
- Anifah, Kun. 2011. *Strategi Pengembangan Organisasi Primacendekia Yogyakarta*. Skripsi. Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga
- Bungin, Burhan. 2013. *Metode penelitian sosial & ekonomi: format-format kuantitatif dan kualitatif untuk studi sosiologi, kebijakan, publik, komunikasi, manajemen, dan pemasaran edisi pertama*. Jakarta: kencana prenada media group.
- Deddy Mulyana, *Metodologi Penelitian Kualitatif: Paradigma Baru Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*, (Bandung: PT, Remaja Rosdakarya, 2006), Hlm,181.
- Dedy Iskandar. 2021. *Strategi Komunikasi Organisasi dalam Membangun Loyalitas Kerja Pegawai*. Vol .4 No. 1.
- Dhofier, Zamakhsyari, 2011, *Tradisi Pesantren, Studi Pandangan Hidup Kyai dan Visinya Mengenai Masa Depan Indonesia*, Jakarta: LP3ES.
- Din Syamsudin, 2000, *Etika Agama Dalam Membangun Masyarakat Madani*, Jakarta : Logos
- Drs. H. Soeganda Priyatna, MM. 2007. *Jurnal Komunikasi dan Informasi*. Bandung: Universitas Padjajaran.
- Effendi, Onong Uchjana. 2005. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*, Bandung. PT. Remaja Rosdakarya.

- Emzir, 2011. *Metodologi Penelitian Pendidikan Kuantitatif & Kualitatif*, Jakarta: Raja Grafindo.
- Fifi Hasmawati. 2021. *Analisis Strategi Komunikasi dan Pengembangan Organisasi. Jurnal Komunikasi Islam dan Kehumasan (JKPI)*. Vol 5. No1.
- Freddy Rangkuti, 2015, *Analisis SWOT*, Jakarta : PT Gramedia Pustaka Utama.
- Hafied Cangara. 2013. *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Hakim, Abdul, *Metodologi Penelitian (Penelitian Kualitatif, Tindakan Kelas & Studi Kasus)*, (Sukabumi : CV Jejak, 2017), Hlm, 152.
- Hamandia, Muhammad Randhica. 2022. *Strategi Komunikasi Organisasi Dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Karyawan RRI Palembang*. Jurnal Komunikasi Islam (J-KIs) I Vol.3, No.1, Juni 2022.
- Hariadi. 2015. *Evolusi Pesantren: Studi Kepemimpinan Kyai Berbasis Orientasi ESQ*. Yogyakarta: LKis Yogyakarta.
- Ibnu Syamsi, 1994, *Pokok-pokok Organisasi dan Manajemen*, Jakarta: Rineka Cipta,
- Ilahi, Ulbert, 2016. *Studi Tentang Ilmu Administrasi Konsep, Teori dan Dimensi*, Bandung: Sinar Baru Algensindo.
- John M. Ivancevich, *Perilaku dan Menejemen Organisasi*, (Jakarta: Erlangga, 2007)
- Khaerul Umam. 2012. *Manajemen Organisasi*. Bandung : Pustaka Setia.
- Khoirul Muslimin & Maswan. 2017. *Kecemasan Komunikasi Mengatasi Cemas Berkomunikasi di Depan Publik*. Yogyakarta : Lingkar Media.
- Laeli, S. 2022. *Dakwah Melalui Komik (Studi Etnografi Virtual Pada Komik*

Dakwah di Akun Instagram @Iqomic). UIN PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI, Purwokerto

Lexi J, Moloeng, 2009, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosda karya.

Madjid, Nurcholish. 2010. *Bilik-Bilik Pesantren: Sebuah Potret Perjalanan*. Jakarta. Paramadina.

Millati, Disye Maulidiana, 2021, *Strategi Komunikasi Organisasi Pengurus Pimpinan Pusat Ikatan Pelajar Puteri Nahdlatul Ulama (PP IPPNU) Masa Bakti 2018-2021 dalam Mengembangkan Organisasi*, Skripsi, Purwokerto: IAIN Purwokerto.

Moh Soehadha, 2012, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*, Yogyakarta: SUKA-Press.

Muhammad, Arni, 2014, *Komunikasi Organisasi*, Jakarta: PT Bumi Aksara.

Nirwana, Ria. 2018. *Peran Pendidikan Pesantren Sebagai Pembentukan Karakter dalam Menghadapi Tantangan Kehidupan Modern*. Skripsi. Makassar: Universitas Muhammadiyah Makassar

Nizar, Samsul, 2011, *Sejarah Pendidikan Islam Menelusuri Jejak Sejarah Pendidikan Era Rosulullah Sampai Indonesia*, Jakarta: Kencana Prenada media Group.

R. Wayne Pace, Don F.Faules. 2013. *Komunikasi Organisasi, Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

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.

Sandu Siyoto, M. Ali Sodik, 2015, *Dasar Metodologi Penelitian*, (Yogyakarta: Literasi Media Publishing).

Siregar, Robert Tua, dkk, 2021, *Komunikasi Organisasi*, Bandung: Penerbit Widinia Bhakti Persada Bandung.

Sobirin, Achmad. 2019. *Perilaku Organisasi*. Banten: Universitas Terbuka.

Sutarto.2002. *Dasar-dasar Organisasi*. Yogyakarta. Gajah Mada University Press

Tania, C, 2018, *Implementasi Strategi Dinas Pariwisata Kabupaten Tapanuli Tengah dalam Pengembangan Daerah Wisata Pantai di Kecamatan Pandan*, Skripsi, Medan: Universitas Sumatera Utara



Lampiran 1
Dokumentasi Penelitian



Wawancara Bersama KH. Ahmad Izzudin LC , M,Si Selaku Pengasuh Pondok Pesantren Syubbanul Wathon



Wawancara Bersama Ketua Aswa Agus Waluyo

DAFTAR RIWAYAT HIDUP PENULIS



RIZA MIFTAKHUSSALAM, Dilahirkan di Kabupaten Banyumas tepatnya di Desa Kalicupak Lor Kecamatan Kalibagor pada hari sabtu tanggal 31 Maret 1999. Anak kesatu dari dua bersaudara pasangan dari Yasin Taufik dan Nusrotun. Peneliti menyelesaikan pendidikan di Sekolah Dasar di SD Negeri Kalicupak Lor di Kecamatan Kalibagor Kabupaten Banyumas pada tahun 2011. Pada tahun itu juga peneliti melanjutkan Pendidikan di SMP Negeri 28 Purworejo dan tamat pada tahun 2014 kemudian melanjutkan SMK Syubbanul Wathon pada tahun 2014 dan selesai pada tahun 2017. Pada tahun 2017 peneliti melanjutkan pendidikan di perguruan tinggi negeri, tepatnya di Universitas Islam Negeri Prof. K.H. Saifuddin Zuhri (UIN SAIZU) Purwokerto Fakultas Dakwah pada Program Studi Komunikasi Penyiaran Islam (KPI). Selain kuliah peneliti juga mengikuti organisasi seperti Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) Pencak Silat. Peneliti menyelesaikan kuliah strata satu (S1) pada tahun 2024.

Sejatinya kesempurnaan hanya milik Sang Maha Pencipta, maka penulis sangat mengharapkan kritik dan saran mengenai skripsi ini, yang dapat disampaikan kepada penulis di alamat email rizamiftarussalam@gmail.com , atau No. HP: 088229876128.